

EVÉSZAVAROK ÉS A MÉDIA - A MAGAZINOLVASÁSI SZOKÁSOK ÉS AZ EVÉSZAVAROK LEHETSÉGES KAPCSOLATA

SZABÓ KORNÉLIA^{1*} – TÚRY FERENC¹ – CZEGLÉDI EDIT²

¹ Semmelweis Egyetem, Magatartástudományi Intézet, Budapest

² Eötvös Loránd Tudományegyetem, Pszichológiai Intézet, Személyiség- és Egészség-
pszichológiai Tanszék, Budapest

(Beérkezett: 2011. április 18.; elfogadva: 2011. augusztus 30.)

Elméleti háttér: Az evészavarok kialakulásában a szociokulturális tényezők is szerepet játszanak. Ezek közvetett, különböző szinteken megmutatkozó befolyást gyakorolnak a test-súlyszabályozásra. A tömegtájékoztató kiemelkedő jelentőségű az értékek és normák közvetítésében. A manapság oly népszerű karcsú női testideál, divatos fogyókúrák, megjelenéssel kapcsolatos elvárások is gyakran a média által jutnak el az egyes személyekhez.

Célkitűzés: A vizsgálat célja a magazinolvasási szokások és az evészavarok, illetve az evészavarokhoz vezető tünetek kapcsolatának vizsgálata volt.

Módszer: A keresztmetszeti, kérdőíves vizsgálat résztvevői általános és középiskolás lányok, valamint egyetemi hallgatók voltak ($n = 193$). Alkalmazott mérőeszközök: a magazinolvasási szokásokat felmérő kérdéssor, Megjelenéssel Kapcsolatos Szociokulturális Attitűdök Kérdőív (SATAQ-3), Testi Attitűdök Tesztje (BAT), Evési Zavar Kérdőív (EDI), valamint a SCOFF kérdőív. A vizsgálat keretében magyar nyelvre fordítottuk a Vonzóságról Alkotott Hiedelmek Skála módosított változatát (Beliefs About Attractiveness Scale-Revised, BAA-R).

Eredmények: A 14–18 éves korosztály fokozottan érzékeny a magazinok soványságot hirdető képeire, üzeneteire. Ezen alcsoport esetében azt találtuk, hogy a divat- és fitness-magazinok olvasásával töltött idő pozitív irányú kapcsolatot mutat az evészavarra utaló tünetek gyakoriságával (EDI Bulimia alskála: $r_s = 0,37$; $p < 0,01$; SCOFF Kérdőív: $r_s = 0,38$; $p < 0,01$), a karcsú szépségideál internalizálásával ($r_s = 0,55$; $p < 0,001$), a testtel való elégedetlenséggel ($r_s = 0,37$; $p < 0,01$), valamint a vonzóság/soványság fontosságával a szépség megítélése során ($r_s = 0,41$; $p < 0,01$). A fentiekén túl a vonzóság/soványság fontossága ($r_s = 0,44$; $p < 0,01$) és jó testi kondíció/sportosság fontossága ($r_s = 0,34$; $p < 0,05$) pozitív irányú kapcsolatot mutat a testtel való elégedetlenséggel. Eredményeink szerint a médiából érkező, a

* Levelező szerző: Szabó Kornélia, Semmelweis Egyetem, Magatartástudományi Intézet, 1089 Budapest, Nagyvárad tér 4. E-mail: szabo.kornelia7@gmail.com

karcsúság elérésére irányuló nyomás közvetítő szerepet tölt be a karcsúságideál internalizálása és a bulimiás attitűdök, illetve tendenciák között.

Konklúzió: A magazinolvasás leginkább a középiskolás korosztály esetében függhet össze az evés- és testképzavarokkal, így a preventív programoknak elsősorban e korosztályra kell fókuszálniuk.

Kulcsszavak: evészavarok, szociokulturális hatások, média, karcsúságideál, testtel való elégedetlenség, internalizáció, Vonzóságról Alkotott Hiedelmek Skála módosított változata

1. BEVEZETÉS

1.1. Magazinolvasás és evészavarok

A 20. század második felétől kezdve megfigyelhető, hogy a nyugati társadalom fokozott hangsúlyt helyez a karcsú női testformára (Padgett & Biro, 2003). A karcsúságideál – „a karcsúság egyenlő a szépséggel” elvet hangoztatva – olyan alacsony testsúlyt ír elő a nőknek, amely biológiai szempontból és genetikai adottságaik miatt is irreális számukra (Túry & Szabó, 2000). Az evészavarok szociokulturális elmélete szerint az olyan szociális és környezeti tényezők, mint a soványság és a szépség túlhangsúlyozása a médiában, vagy a társadalom egészségre és fittsége vonatkozó fókusza, oki szerepet játszhat a nőknél az evészavarok kialakulásában (Striegel-Moore, Silberstein, & Rodin, 1986).

A média (pl. divatmagazinok, televízió) támogatja, hacsak nem maga hozza létre a soványság irreális ideálszabványát, amely számos nőben rossz érzéseket kelt az alakjával és a testsúlyával kapcsolatban (Stice, Schupak-Neuberg, Shaw, & Stein, 1994a; Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999; Thompson & Stice, 2001). A nőkről manapság a médiában megjelenő képek karcsúbbak, mint a korábbi médiabeli képek (Silverstein, Perdue, Peterson, & Kelly, 1986), vékonyabbak, mint a jelenlegi női populáció (Fouts & Burggraf, 2000), és gyakran soványabbak még az anorexia nervosa diagnosztikai kritériumánál is (Wiseman, Gray, Moismann, & Ahrens, 1992). A különböző csatornákon (magazinok cikkei, tévéműsorok, hirdetések stb.) túl gyakran megjelenő idealizált vékony alakok elfogadottá, normálissá teszik e testalkatot, és elhítetik a nőkkel, hogy ez az elvárt, az ideális a számukra. Az ideál elfogadása a saját testtel való elégedetlenséghez, valamint az ideál elérését célzó, esetenként egészségkárosító viselkedésekhez és zavart evési szokásokhoz (pl. diétázás, túlevés, purgálás és étkezések kihagyása) vezethet (Levine & Harrison, 2004; Mautner, Owen & Furnham, 2000; Tiggemann, 2003).

A megjelenésre helyeződő fókusz egyre inkább jellemzi napjainkat, amit

fokoz a szépség- és fitneszipar erősödése. Az elmúlt évek során megfigyelhető a magazinokban a diétás termékek hirdetéseinek gyarapodása és a fogyókúrával, diétával foglalkozó cikkek számának növekedése, ráadásul ezek jelentősen gyakoribbak a női magazinokban, mint a férfiak által preferált lapokban (Anderson & DiDomenico, 1992; Guillen & Barr, 1994; Wiseman és mtsai, 1992). Az Egyesült Államokban a fogyókúra termékek és táplálék-kiegészítők eladása 1994 és 2002 között nagyjából megduplázódott (Hager, 2002). A hazai médiában is megjelenő fogyókúra és testközpontú hirdetések nagy száma aggodalomra ad okot (Forgács & Németh, 2008). A hirdetések gyakran egymásnak ellentmondóak, megtévesztőek és manipulatívak (Forgács, 2010).

A gyakori divatmagazin-olvasás vagy a sovány testideált hangsúlyozó televízióadások követése kapcsolatot mutat a testtel való elégedetlenség magasabb mértékével (pl.: Botta, 1999; Levine, Smolak, & Hayden, 1994), a vékony testideál internalizációjával és az evészavarok tüneteivel (Anderson, Huston, Schmitt, Linebarger & Wright, 2001; Bissell & Zhou, 2004; Grabe, Ward, & Hyde, 2008; Morry & Staska, 2001; Stice és mtsai, 1994a). A magazinok képei erős hatást gyakorolnak az iskoláskorú lányok saját testsúlyával és testalakjával kapcsolatos percepciójára is. A megkérdezett lányok 69%-a arról számolt be, hogy a magazinok képei befolyásolták elképzelésüket az ideális testről és testalkatról, 47% mondta azt, hogy szeretne fogyni e képek miatt (Field, Cheung, Wolf, Herzog, Gortmaker, & Golditz, 1999). Stice és munkatársai (1994a) eredményei szerint a vékony testideál internalizációja közvetíti a médiafogyasztás és a testtel való elégedetlenség, valamint a médiafogyasztás és az evészavar-tünetek közötti kapcsolatot. Lehetséges az is, hogy a médiából érkező, karcsúság elérésére irányuló nyomás közvetítő szerepet tölt be a média egyes dimenziói (információforrás, internalizálás) és a bulimiás tünetek, illetve attitűdök között (O’Riordan & Zamboanga, 2008).

A testkép és a testképzavar talán a legtöbbet vizsgált és leginkább ellentmondásos tényező azok közül, amelyeknek jelentőséget tulajdonítanak az evészavarok kialakulásában. Spitzer, Henderson és Zivian (1999) eredményei szerint az egyetemista nők több mint 80%-a számol be testtel való elégedetlenségről. Azon túl, hogy a testtel való elégedetlenség az evészavarok etiológiájában kiemelkedő jelentőségű kockázati tényezőnek tekinthető, szignifikáns előrejelzője az alacsony önértékelésnek és a depressziónak (Grabe, Hyde, & Lindberg, 2007; Johnson & Wardle, 2005; Neumark-Sztainer, Paxton, Hannan, Haines, & Story, 2006; Paxton, Neumark-Sztainer & Hannan, 2006; Tiggemann, 2005).

Szoros kapcsolat mutatkozik a magazinolvasás gyakorisága és a diéták, valamint más testsúlyszabályozó módszerek között is. Azok a lányok és

nők, akik diétáról és súlyvesztésről szóló újságcikkeket vagy magazinokat olvasnak, nagyobb eséllyel diétáznak vagy köteleződnék el olykor egészségtelen súlykontrolláló módszerek mellett (Field és mtsai, 1999; Thomsen, Weber, & Brown, 2002; Utter, Neumark-Sztainer, Wall, & Story, 2003). A magazinokat rendszeresen, legalább heti két alkalommal olvasó serdülő lányok kétszer akkora eséllyel fogyókúráznak, és háromszor akkora eséllyel végeznek testgyakorlást súlycsökkentés céljából a magazinokban olvasható cikkek miatt, mint azok a kortársaik, akik legfeljebb havonta egyszer olvasnak női magazinokat (Field és mtsai, 1999). A megjelenéssel kapcsolatos stresszorok (pl.: észlelt kövérség vagy mások megjegyzései a személy testsúlyával, alakjával kapcsolatban) fogyókúrához vezethetnek. A diétázás szerepe pedig általánosan elfogadott az evészavarok kialakulásában, ugyanis a diéta és a bizonytalanságérzés evészavart indukálhat a sérülékeny egyéneknél (Túry & Szabó, 2000).

Összességében úgy tűnik, hogy a média meghatározó szerepet tölt be a fiatal lányok és nők életében, legyen szó akár a magazinokban megjelenő idealizált vékony nők képeiről, akár a gyakran félrevezető fogyókúra tanácsokról. Bár az evészavarok kialakulásában közreműködő tényezők összetettek, a média és jelen esetben a magazinok szerepét nem hagyhatjuk figyelmen kívül. Különösen azért nem, mert az evészavarok egészségügyi szövődményei igen sokfélék és súlyosak lehetnek (gasztrointesztinális, kardiális szövődmények, immunológiai funkciók romlása, a vesék károsodása, a menstruáció tartós elmaradása, osteoporosis, csökkent koncentrálóképeség, endokrinológiai változások, száraz bőr, hajhullás, fogak romlása stb.; lásd még Steinhäuser, 2008; Túry & Szabó, 2000).

1.2. Hazai adatok

A magyarországi magazinok és újságok hasábjain is nagy számban jelennek meg a különböző fogyókúra hirdetések. Forgács (2008a) több mint 800 ilyen hirdetést gyűjtött össze az elmúlt évek során. A serdülők bár többnyire hiteltelennek tartják az itt szereplő üzeneteket, mégis igen gyakran kezdenek fogyókúrába. A tizenéves lányok 41%-a legalább egyszer, 28%-a többször is fogyókúrázott már (Fülöp & Szakály, 2006). Mindemellett folyamatosan új fogyókúra magazinok jelennek meg (pl.: Diéta Magazin, Diéta & Fitnesz, Shape, Új Diéta, Kiskegyed Fitt). A kiadványokat egyre inkább médiaszemélyiségek befolyásolják. Úgy tűnik, hogy a szerzői, szerkesztői szerepek ritkán maradnak a szakemberek (mint például dietetikusok, orvosok, pszichológusok, gyógytornászok) kezében (Forgács,

2008b). Az internet térnyerésével az evészavart támogató weboldalak száma is radikális növekedésnek indult. Az ilyen honlapok látogatása és a testkép-, valamint evészavarok közötti kapcsolat a szakirodalomban alátámasztást nyert (Török & Pászthy, 2008). Elenyésző azonban az olyan kutatások száma, amelyek kifejezetten a magazinolvasás és az evészavarok kapcsolatát elemzi hazánkban. Vizsgálatunkban erre tettünk kísérletet.

1.3. Célok és hipotézisek

Vizsgálatunk fő célja a magazinok olvasásával töltött idő és az evészavarok, illetve az evészavarra utaló, azokhoz vezető tünetek közötti kapcsolat feltárása volt serdülő és egyetemista lányok körében. Hipotéziseink a következők voltak:

A fitness- és divatmagazinok olvasásával töltött idő növekedése az evészavartünetek, a karcsúságideál internalizációja és a testtel való elégedetlenség fokozódásával, valamint a vonzóság és soványság, illetve a testi fittség és sportosság fontosságérzésének megnövekedésével jár együtt.

A vonzóság és soványság, illetve testi fittség és sportosság fontosságának növekedésével párhuzamosan a testtel való elégedetlenség mértéke is növekszik.

A médiából érkező, karcsúság elérésére irányuló nyomás közvetítő szerepet tölt be egyrészt a média mint információforrás és a bulimiás attitűdök, illetve tendenciák között; másrészt a karcsúságideál internalizációja és a bulimiás attitűdök, illetve tendenciák között.

2. MÓDSZER

2.1. Vizsgálati személyek és eljárás

Keresztmetszeti, kérdőíves vizsgálatunkban hozzáférhetőségi mintavételt alkalmaztunk. Kutatásunkban általános és középiskolás lányok, valamint egyetemi hallgatók vettek részt. Valamennyien budapesti oktatási intézmények diákjai voltak.

A vizsgálat során minden oktatási intézményt személyesen kerestünk fel. A válaszadók informált beleegyezéssel, önkéntes és anonim módon, a 18 év alattiak emellett szülői beleegyezéssel vettek részt a kutatásban. Az adatfelvétel az adott oktatási intézmény tantermében történt, többnyire egy tanítási óra vagy előadás időkeretein belül. Az adatgyűjtés során csak

a vizsgálatvezető pszichológus tartózkodott a helyszínen. 11 résztvevő adata értékelhetetlennek bizonyult, ezért 193 személy választait elemeztük.

A minta átlagéletkora 18,1 (SD = 3,81) év (terjedelem 12–29 év). A BMI átlaga 20,4 (SD = 2,51) kg/m² (terjedelem: 14,2–30,3 kg/m²). A válaszadók 67%-a Budapesten, 28%-a vidéki városban, 2%-a (nagy) községben, 3%-a pedig falun él. Az egyetemi hallgatók 90%-a hajadon, 9%-a élettársi kapcsolatban él, 1%-a házasságban, 6%-uk már rendelkezik diplomával. A minta főbb jellemzőit az 1. táblázatban foglaljuk össze.

1. táblázat. A minta főbb jellemzői

Változók	Általános iskolások (n = 47)		Középiskolások (n = 52)		Egyetemisták (n = 94)	
	Terjedelem	Átlag (szórás)	Terjedelem	Átlag (szórás)	Terjedelem	Átlag (szórás)
Életkor (év)	12–15	13,2 (1,00)	14–18	16,4 (0,91)	18–29	21,5 (1,95)
Testsúly (kg)	35–67	51,6 (7,39)	43–73	56,1 (7,27)	44–80	59,4 (7,66)
Testmagasság (cm)	140–181	163,2 (7,82)	152–179	165,3 (6,29)	156–195	169,0 (6,77)
Testtömegindex (kg/m ²)	14,2–28,1	19,4 (2,62)	17,0–30,3	20,5 (2,61)	16,3–28,3	20,8 (2,26)

2.2. Méréseszközök

Alapadatok: adatokat gyűjtöttünk az életkorra, testmagasságra, testsúlyra és lakóhelyre nézve, valamint az egyetemisták esetében az iskolai végzettségre és családi állapotra vonatkozóan.

Magazinolvasási szokásokat felmérő kérdéssor (lásd 1. Függelék): rákérdeztünk arra, hogy a vizsgálati személyek mennyi időt töltenek el egy átlagos héten bizonyos típusú sajtótermékek (úgy mint tudományos vagy művészeti magazinok, hírújságok, egészség- vagy fitneszmagazinok, női divatmagazinok, női és családi magazinok, valamint bulvármagazinok) olvasásával. A válaszadók fél óra pontossággal adták meg olvasási idejüket. Minden típus mellett példaként szerepelt néhány újság vagy magazin neve. A kérdéseket Varnado (2000) mérőeszköze alapján az első szerző állította össze. A magazintípusok mellett szereplő példák megbízhatósága érdekében magyar statisztikai adatokat (KSH eredményeit, a Szonda Ipsos, valamint a GfK Hungária kutatását, a Nemzeti Médianálízis 2007. október és 2008. március közötti időszakban felvett és a 2008 első negyedévére vonatkozó adatait – lásd IPSOS, 2009) használtunk. A fitneszmagazinok és a divatmagazinok olvasásával töltött időt operacionalizáló vál-

tozókat egyetlen főkomponenssé aggregáltuk. A megőrzött információ mennyisége 60,8%. Az elemzések során a fitness- és divatmagazinok olvasásával töltött idő és más változók kapcsolatának vizsgálatára ezt a főkomponenst alkalmaztuk.

Megjelenéssel Kapcsolatos Szociokulturális Attitűdök Kérdőív (Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3; SATAQ-3; Thompson, Van Den Berg, Roehrig, Guarda, & Heinberg, 2004; fordítás: Czeglédi Edit). A 30, egyenes és fordított irányú tételekből egyaránt álló, ötfokozatú Likert-típusú skálán (1: egyáltalán nem értek egyet; 5: teljes mértékben egyetértek végpontok között) értékelendő önjellemző kérdőív a testképre és az evészavaraira gyakorolt, a média több csatornája (tv, magazinok, mozi) által közvetített szociokulturális hatásokat méri. Négy skálája van: információ, nyomás, internalizáció/általános, internalizáció/kisportolt. A jelen vizsgálat során az első három skálát alkalmaztuk. Az információ skála azt méri, hogy mennyire tekinti a személy fontos forrásnak a különféle médiumokat a vonzóságra vonatkozó információ nyerése tekintetében. A nyomás skála azt méri fel, hogy mennyire érez a személy kényszerítő erőt a különféle médiumok irányából arra, hogy elérni törekedjék a kulturálisan meghatározott szépségideált, illetve hogy potenciálisan veszélyes viselkedéseket (pl. diétázás) folytasson megjelenésének megváltoztatása érdekében. Az internalizáció/általános skála az irreális női szépségideálokat és az ezen ideálok elérésére való törekvést hirdető médiaüzenetek elfogadását és helyeslését méri. A magasabb pontszám a mért konstruktum nagyobb mértékére utal. A kérdőív pszichometriai mutatói kiválóak (Thompson és mtsai, 2004).

Testi Attitűdök Tesztje (Body Attitude Test, BAT; Probst, Vandereycken, Van Coppenolle, & Vanderlinden, 1995; Túry & Szabó, 2000). A 20 (18 egyenes és 2 fordított) tételből álló, hatfokozatú Likert-típusú skálán (0: soha; 5: mindig végpontok között) értékelendő kérdőív a szubjektív testélményt és a saját testtel kapcsolatos attitűdöt hivatott felmérni. Három alskálát tartalmaz. A testméret negatív értékelése alskála azt méri, hogy a személy kövérnek érzi-e magát, vagy túlzottan nagynak találja-e testrészeit. A test ismeretének hiányos volta alskála a testtel kapcsolatos szorongást és distresszélményt méri fel. A testtel való általános elégedetlenség alskála pedig a külső megjelenéssel kapcsolatos általános elégedetlenség mértékét jelzi. Minél magasabb az elért pontszám, annál kedvezőtlenebb a testélmény. A kérdőív pszichometriai mutatói magyar mintákon is megfelelőnek bizonyultak (Czeglédi, Urbán, & Csizmadia, 2010).

Evési Zavar Kérdőív (Eating Disorder Inventory, EDI; Garner, Olmstead, & Polivy, 1983; Túry, Sáfrán, Wildmann, & László, 1997). Az EDI az evészavarok többdimenziós felfogásán alapuló, széles körben elterjedt mérő-

eszköz. A 64, egyenes és fordított irányú tételekből egyaránt álló, hatfokozatú Likert-típusú skálán (1: soha; 6: mindig végpontok között) értékelendő önpontozó kérdőív az evészavarokra jellemző kognitív, emocionális és viselkedéses tényezőket értékeli nyolc alskála segítségével. A jelen vizsgálat során az első három alskálát alkalmaztuk. A karcsúság iránti késztetés alskála a diétázással való túlzott foglalkozást, a testsúly miatti aggodalmaskodást, a fogyásra, soványságra törekvést és a hízástól való intenzív félelmet méri. A bulimia alskála tételei a kontrollálatlan túlevésekre serkentő tendenciákat jelölik, amelyeket önhánytatásra való erős késztetés követhet. A testtel való elégedetlenség alskála azt méri, hogy a személy mennyire van meggyőződve arról, hogy valamely testrésze – has, csípő, fenék, combok – alakjának meg kellene változnia, vagy ezek túlságosan kövérek. A kérdőív pszichometriai mutatói magyar mintákon is megfelelőnek bizonyultak (Túry és mtsai, 1997).

A testtel való elégedetlenséget mérő skálákat (a BAT testméret negatív értékelése és a testtel való általános elégedetlenség alskáláját, valamint az EDI karcsúság iránti késztetés és testi elégedetlenség alskáláját) főkomponens-elemzéssel egyetlen változóvá aggregáltuk. A főkomponensben megőrzött információtartalom 76,3%. A főkomponens-súlyok 0,83 és 0,95 közötti értéket vettek fel. A testtel való elégedetlenségre vonatkozó hipotézisek ellenőrzése ezzel a főkomponenssel történt.

SCOFF kérdőív (Morgan, Reid, & Lacey, 1999; fordítás: Túry Ferenc): az 5 tételből álló, egyszerű, rövid mérőeszköz az alapellátásban megjelenő evészavaros betegek felismerésére szolgál. A mérőeszköz öt, dichotóm (igen-nem) válaszlehetőséget felkínáló tétele az anorexia nervosa és bulimia nervosa legfőbb tüneteire kérdez rá (teltségérzetet követő önhánytatás, aggodalom az evéssel kapcsolatos kontroll elvesztése miatt, az elmúlt három hónap során több mint 5 kg fogyás, saját test súlyának/alakjának téves megítélése, az étel uralkodó szerepe a mindennapokban). A tünetek angol nyelvű rövidítéséből jön létre a SCOFF mozaikszó. A kérdőív és a DSM-IV diagnosztikai kritériumaira épülő klinikai interjúk között magas korrelációt figyeltek meg (Luck és mtsai, 2002). Összességében a SCOFF megfelelő pszichometriai adottságokkal rendelkező, megbízható szűrőeszköz (Túry, Güleç, & Kohls, 2010).

Vonzáságról Alkotott Hiedelmek Skála módosított változata (Beliefs About Attractiveness Scale-Revised, BAA-R; Petrie, Rogers, Johnson, & Diehl, 1996; fordítás: Szabó Kornélia, lásd 2. Függelék). A 19 tételből álló, hétfokozatú Likert-típusú skálán (1: egyáltalán nem értek egyet; 7: teljes mértékben egyetértek végpontok között) értékelendő kérdőív elsősorban az amerikai, nyugati szociális értékekre támaszkodva a nők vonzósággal és

szépséggel kapcsolatos aggodalmait és elképzeléseit méri. Két skálából áll. A testi fittség és sportosság fontosságának skálája azt méri, hogy a szépség megítélésekor mennyire fontos a személy számára a jó testi kondíció és a sportosság. A vonzóság és soványság fontosságának skálája azt méri, hogy mennyire fontos tényező a személy szerint a soványság és a vonzóság a szépség megítélésekor. A mérőeszköz pszichometriai mutatói megfelelőek (Petrie és mtsai, 1996). A jelen vizsgálatban a konfirmatív faktoranalízis (Kline, 2005) alátámasztotta a kérdőív feltételezett szerkezetét (CFI = 0,97; TLI = 0,96; NFI = 0,95; RMSEA = 0,090; RMSEA- CI_{90} : 0,078–0,101).

2.3. Az adatok elemzésének stratégiái

A skálák belső megbízhatóságának becslésére Cronbach- α mutatókat számítottunk. A középértékek összehasonlítása Kruskal–Wallis-féle H-próbával történt. A lineáris kapcsolatokat a Spearman-féle rangkorrelációs eljárással vizsgáltuk. A feltételezett mediátorok vizsgálatára parciális Spearman-féle rangkorrelációs eljárást alkalmaztunk. Az adatok elemzése az SPSS 14.0, a ROPSTAT és az AMOS 4.0 statisztikai programcsomagokkal történt.

3. EREDMÉNYEK

3.1. A vizsgálat alapstatisztikája

3.1.1. Pszichológiai változók

A 2. táblázatban bemutatjuk az általunk alkalmazott skálák alapstatisztikáját és belső megbízhatósági mutatóit.

2. táblázat. A pszichológiai változók alapstatisztikája

Változó	Terjedelem	Átlag (szórás)	Cronbach- α (tételszám)
Internalizáció/általános (SATAQ-3)	9–44	25,3 (8,20)	0,87 (9)
Nyomás (SATAQ-3)	7–35	19,1 (7,10)	0,88 (7)
Információ (SATAQ-3)	9–43	27,2 (6,69)	0,82 (9)
Testi Attitűdök Tesztje (BAT) összpontszám	7–90	31,5 (17,00)	0,92 (20)
A testméret negatív értékelése (BAT)	0–32	9,0 (7,77)	0,86 (7)
A test ismeretének hiányos volta (BAT)	0–34	7,8 (6,25)	0,85 (7)

Változó	Terjedelem	Átlag (szórás)	Cronbach- α (tételszám)
Testtel való általános elégedetlenség (BAT)	0–20	7,6 (4,09)	0,75 (4)
Karcúság iránti késztetés (EDI)	0–18	4,0 (5,09)	0,90 (7)
Testi elégedetlenség (EDI)	0–27	6,9 (6,12)	0,87 (9)
Bulimia (EDI)	0–12	1,4 (2,34)	0,75 (7)
SCOFF összpontszám	0–4	0,7 (0,96)	0,50 (5)
A testi fitness és sportosság fontossága (BAA-R)	17–63	45,9 (8,27)	0,77 (9)
A soványság és vonzóság fontossága (BAA-R)	10–60	29,1 (10,82)	0,84 (10)

3.1.2. Magazinelvasási szokások

A válaszadók egynegyede egyáltalán nem olvas hírujságot. Egyharmaduk egyáltalán nem forgat divatmagazinokat. A megkérdezettek mintegy fele nem olvas sem tudományos/művészi, sem pedig női/családi magazint. Önbevallásuk szerint kétharmaduk egyáltalán nem olvas bulvármagazint, és ehhez hasonló arány jellemző az egészség és fitness témájú magazinok tekintetében is. A magazinokat olvasók igen változatosak és olykor szélsőségesek az olvasással töltött idő tekintetében. A fentieknek köszönhe-

3. táblázat. A különböző magazinok olvasásával eltöltött átlagos idő (perc) heti viszonylatban

Magazinok olvasásával töltött idő (perc/hét)	Átlag (szórás)				χ^2 * (p)
	Teljes minta (n = 193)	Általános iskolások (n = 47)	Középis- kolások (n = 52)	Egyetemisták (n = 94)	
Tudományos és művészi magazinok	37,2 (65,18)	44,4 (61,04)	45,0 (90,78)	29,2 (47,08)	488,71 (<0,001)
Hírujságok	68,1 (109,15)	34,4 (72,10)	37,8 (47,66)	101,8 (136,17)	464,18 (<0,001)
Egészség- és fitnessmagazinok	30,8 (101,88)	23,5 (44,12)	23,7 (51,22)	38,3 (137,54)	770,4 (<0,001)
Divatmagazinok	73,4 (105,06)	146,1 (155,52)	67,7 (78,48)	40,2 (60,4)	385,9 (<0,001)
Női, családi magazinok	33,9 (52,65)	46,3 (64,16)	26,7 (42,60)	31,6 (50,80)	516,6 (<0,001)
Bulvármagazinok	25,1 (47,44)	46,8 (67,45)	13,9 (28,15)	20,4 (40,37)	646,2 (<0,001)

* Megjegyzés: a középértékek összehasonlítása Kruskal-Wallis-féle H-próbával történt

tően rendkívül nagyok az olvasási idő átlagához tartozó szórások (3. táblázat).

Eredményeink szerint az egyetemi hallgatóknak töltik a legtöbb időt a hírójságok, valamint az egészség- és fitnessmagazinok olvasásával, ugyanakkor ők szánják a legkevesebb időt a tudományos, illetve művészeti magazinok lapozgatására. A divatmagazinok olvasási ideje az általános iskolásoknál kiugróan magas, és e magazintípus preferenciája az életkor előrehaladtával rohamosan csökken. A női/családi magazinok, illetve bulvármagazinok olvasásával töltött idő ugyancsak a legfiatalabb korosztálynál mutatkozik a legmagasabbnak. A 3. táblázatban korcsoportok szerinti bontásban bemutatjuk a különféle magazinok olvasásával töltött idő alapszisztiikáját és a korcsoportok összehasonlítását a változók mentén.

4. táblázat. A fitness- és divatmagazinok olvasásával töltött idő és az egyes változók összefüggései (Spearman-féle rangkorrelációs együtthatók)

Változó	Fitness- és divatmagazin-olvasással töltött idő (főkomponens)		
	Általános iskolások (n = 47)	Középiskolások (n = 52)	Egyetemisták (n = 94)
Testi Attitűdök Tesztje összpont (BAT)	0,09	0,41**	0,11
A testméret negatív értékelése (BAT)	0,11	0,44**	0,17 ⁺
Karcsúság iránti késztetés (EDI)	0,05	0,29 ⁺	0,28 ⁺
Testi elégedetlenség (EDI)	0,05	0,27 ⁺	0,15
Testtel való elégedetlenség (főkomponens)	0,07	0,37**	0,15
Bulimia (EDI)	0,09	0,37**	-0,06
SCOFF összpont	0,23	0,38**	0,05
Internalizáció/ általános (SATAQ-3)	0,15	0,55***	0,17
A testi fittség és sportosság fontossága (BAA-R)	-0,18	0,23 ⁺	0,11
A soványság és vonzóság fontossága (BAA-R)	-0,26 ⁺	0,41**	0,18 ⁺

⁺p<0,1; ^{*}p<0,05; ^{**}p<0,01; ^{***}p<0,001

3.2. A fitness- és divatmagazinok olvasásával töltött idő korrelátumai

Feltételeztük, hogy a fitness- és divatmagazinok olvasásával töltött idő növekedésével párhuzamosan nagyobb mértékben jelennek meg evészavarra utaló tünetek a serdülő és egyetemista lányok körében, jobban internalizálják a karcsú szépségideált, magasabb a testtel való elégedetlenségük, valamint fontosabbá válik számukra a vonzóság és soványság, illetve a testi fittség és sportosság a szépség megítélése során. A hipotézisek vizsgálata korcsoportok szerinti bontásban történt.

Hipotéziseink egyedül a középiskolás lányok korcsoportjában nyertek alátámasztást. A zömében mérsékelt erősségű összefüggések iránya a várakozásnak megfelelően alakult. A fittség és a sportosság fontossága, valamint a testi elégedetlenség (EDI) csak gyenge, tendenciaszerű összefüggést mutatott a megjelenéssel kapcsolatos magazinok olvasásával töltött idővel, míg a karcsú szépségideál internalizációja esetében erős kapcsolatra derült fény.

Az egyetemistáknál egyedül a karcsúság iránti késztetéssel mutatkozott szignifikáns, a várakozásnak megfelelő irányú, de csak gyenge kapcsolat. Az eredményeket a 4. táblázatban mutatjuk be részletesen.

3.3. A külső megjelenés fontossága és a testtel való elégedetlenség

Eredményeink szerint a testtel való elégedetlenség és a testi fittség, illetve sportosság fontossága ($r_s = 0,34$; $p = 0,014$), valamint a vonzóság és soványság fontossága ($r_s = 0,44$; $p = 0,001$) között pozitív irányú, szignifikáns, mérsékelt erősségű kapcsolat található a középiskolások alcsoportjánál. Az általános iskolások csoportjában nem mutatkozott szignifikáns lineáris összefüggés, az egyetemisták csoportjában pedig csupán a vonzóság és soványság fontossága mutatott gyenge, pozitív irányú, szignifikáns kapcsolatot a testtel való elégedetlenséggel ($r_s = 0,21$; $p = 0,039$).

3.4. Mediáló tényezők

Megvizsgáltuk O'Riordan és Zamboanga (2008) modelljeit, amelyek szerint a médiából érkező, a karcsú test elérésére irányuló nyomás közvetítő szerepet tölt be: 1) a média mint információforrás és a bulimiás attitűdök, illetve tendenciák között; továbbá 2) a karcsú testideál internalizációja és a

bulimiás attitűdök, illetve tendenciák között. Tekintettel arra, hogy az Évési Zavar Kérdőív bulimia alskálájának eloszlása számottevően eltért a normális eloszlástól, a szerzők által alkalmazott mediációs elemzés lefolytatására nem volt lehetőségünk. Alternatív megoldásként Spearman-féle rangkorrelációs elemzést és parciális Spearman-féle rangkorrelációs elemzést folytattunk le a teljes mintára vonatkozóan.

Eredményeink szerint a médiából érkező információ és a bulimiás tendenciák között nem mutatkozik szignifikáns lineáris kapcsolat ($r_s = 0,04$; $p = 0,562$), ezért nincs értelme a feltételezett közvetítő változó (nyomás) vizsgálatának sem.

Az internalizáció és a bulimiás tendenciák között pozitív irányú, szignifikáns, bár elhanyagolható erősségű, lineáris kapcsolat adódott ($r_s = 0,14$; $p = 0,044$). A médiából érkező nyomás parciálása azt eredményezte, hogy a kapcsolat jelentősen meggyengült és nem maradt szignifikáns ($r_s = 0,05$; $p = 0,518$). Mindez alátámasztja azt a feltételezést, miszerint a karcsú testideál elérésére irányuló, médiából érkező nyomás közvetítő szerepet tölt be a karcsú testideál internalizációja és a bulimiára való hajlam között. Megjegyzendő azonban, hogy míg O'Riordan és Zamboanga (2008) mérsekelt erősségű kapcsolatot talált az internalizáció és a bulimiás attitűdök, illetve tendenciák között ($\beta = 0,48$; $p < 0,001$), addig a jelen mintában a kapcsolat nagyon gyenge.

4. MEGBESZÉLÉS

A magazinolvasási szokások és az evészavarok, illetve az ezek kialakulásában szerepet játszó tényezők kapcsolatának vizsgálatára tudomásunk szerint hazánkban ez az első kutatás. A vizsgálat eredményei az evészavarok etiológiája szempontjából fontos tényezőkre, a prevenció szempontjából pedig lehetséges beavatkozási pontokra hívják fel a figyelmet. A legtöbb kutató egyetért azzal, hogy a szociokulturális tényezők foglalják magukba a legerősebb és empirikusan a leginkább alátámasztott hatást a nyugati társadalmak testképének kialakulására vonatkozóan (Thompson és mtsai, 1999). A szociokulturális elmélet szerint a szépség jelenlegi szten-derdjei szélsőségesen hangsúlyozzák a soványság fontosságát (Tiggemann & Pickering, 1996). Befolyásoló tényező továbbá a női vékony testideál támogatása, a női szerepekben a külső központi szerepe és a nők számára a megjelenés fontossága a társas sikerek eléréséhez (Striegel-Moore és mtsai, 1986). Talán az egyik legerősebb üzenethordozója e szociokulturális nyomásnak a média (Stice, Shaw, & Heather, 1994b).

Vizsgálatunk célja a médiafogyasztás, ezen belül is a magazinolvasási

szokások és az evészavartünetek, a testtel való elégedetlenség és a soványság internalizációja közötti kapcsolat felderítése volt. Eredményeink a középiskolások korcsoportjában alátámasztották feltevéseinket. Kutatásunk alapján úgy tűnik, hogy a középiskolás lányok csoportjában a fitness- és divatmagazinok olvasásával eltöltött idő növekedése az evészavarra utaló tünetek fokozott jelentkezésével jár együtt. Továbbá a megjelenéssel kapcsolatos magazinok olvasási idejének növekedésével párhuzamosan nő a vékony szépségideál internalizálásának mértéke, valamint egyre inkább fontossá válik a sportosság és a soványság a szépség megítélésekor.

Az általános iskolás lányok és az egyetemi hallgatónők csoportjában elenyésző számban sikerült kimutatni a várt összefüggéseket, ez pedig felveti annak lehetőségét, hogy a serdülők sérülékenyebbek a médiából érkező, megjelenéssel kapcsolatos ingerekre. Noha az általános iskolások mutatták a legnagyobb érdeklődést a megjelenéssel kapcsolatos magazinok iránt, elképzelhető, hogy esetükben kisebb lehet a társas nyomás a médiában látott modellek képeivel való összehasonlításra. Az egyetemista korosztály esetében adott egy bizonyos szintű szellemi és testi érettség, valamint fejlettebb én- és testkép, amelynek révén a médiából érkező ingerek vélhetően más hatással bírnak, és ritkábban váltják ki a középiskolások esetében tapasztalt összefüggéseket.

Különösen veszélyes lehet ez a folyamat a serdülők számára, hiszen ez a periódus rendkívül felkavaró és zavart érzésekkel teli lehet a fiatalok számára. A testükben, érdeklődésükben bekövetkező változások és társas kapcsolataik révén megkérdőjelezzik identitásukat és a körülöttük levő dinamikus és olykor nehézségekkel teli világba való illeszkedésüket. Megkérdőjelezzik a családban elfoglalt helyüket, barátaikkal, tanáraikkal és a körülöttük levőkkel való kapcsolataikat (Nickerson & Nagle, 2005). Ezen időszak a megnövekedett öntudatosság, identitás, a külsővel való foglalkozás és a társas megfelelés aggodalmának ideje is (Tiggemann, Gardiner, & Slater, 2000). Serdülő éveik alatt végbemenő testi változásaik gyakran nem egyeztethetőek össze a médiában ábrázolt képekkel, sovány női modellek testalkatával. Kialakulhatnak olyan maladaptív szemléletmódok és viselkedési szokások, amelyek számos későbbi probléma forrásai lehetnek. Ennek egyik közvetlen következménye lehet a testtel való elégedetlenség. Több vizsgálatban is kimutatták a serdülők (Collins, 1991) és fiatal felnőttek (Koff, Rierdan, & Stubbs, 1990) testtel való elégedetlenségét és a sovány (vagy az aktuális tápláltsági állapotnál soványabb) testideál előnyben részesítését mint a divat- és fitnessmagazinok olvasásának következményt.

Kutatásunk során részben sikerült alátámasztani ezen összefüggéseket. Field és munkatársai (1999) vizsgálataik során pozitív irányú lineáris kap-

csolatot találtak a női magazinok olvasása és között, hogy milyen gyakran fogyókúráztak, kezdtek fitneszprogramot az olvasók egy magazinban megjelenő cikk révén. Turner, Hamilton, Jacobs, Angood és Dwyer (1997) eredményei szerint a divatmagazint olvasó nők szerettek volna soványabbak lenni, testükkel kevésbé voltak elégedettek és testsúlyukat illetően sokkal frusztráltabbak voltak. Továbbá jellemző volt rájuk, hogy jobban féltek a hízástól, mint azon társaik, akik a kutatás során csak hírértékeket olvastak. A népszerű, tinédzsereknek szóló magazinok erős hangsúlyt fektetnek a divatra, szépségre és a tipikus női szerepekre (Evans, Ruthberg, Sather, & Turner, 1991; Pierce, 1993). Kultúránk egyik jellegzetessége, hogy manapság a média (beleértve a televíziót, internetet, filmeket és nyomtatott sajtót) lényegesen erőteljesebben van jelen mindennapjainkban, mint bármikor ezelőtt (Derenne & Beresin, 2006).

A vizsgálat fő korlátja a hozzáférhetőségi mintavétel túl a kutatási elrendezés keresztmetszeti volta, amely nem ad lehetőséget ok-okozati következtetések levonására. Az antropometriai adatokat önbeszámoló útján nyertük, így fennáll a torzítás lehetősége a válaszadók tápláltsági állapotának megítélése tekintetében. Az alminták kis elemszáma behatárolta az alkalmazható statisztikai eljárások körét, továbbá csökkentette a próbák erejét. A kutatás további korlátját képezi, hogy a Vonzóságról Alkotott Hiedelmek Skála módosított változatának magyar nyelvre adaptálása a jelen vizsgálat keretében történt. Noha a konfirmatív faktoranalízis alátámasztotta a mérőeszköz faktoriális szerkezetét és a skálák belső megbízhatósága is jónak bizonyult, mindez nem váltja ki a mérőeszköz teljes körű validálását. A Megjelenéssel Kapcsolatos Szociokulturális Attitűdök Kérdőív ugyancsak egy nemrégiben adaptált mérőeszköz. Alkalmazott skáláinak belső megbízhatósága jónak bizonyult ugyan serdülők körében (Papp, Czeglédi, & Túry, 2011), azonban e kérdőív is validálásra vár. A fentiek fényében az eredményeinkből levonható következtetések tentatív jellegűek és általánosíthatóságuk meglehetősen korlátozott.

Mindazonáltal eredményeink felhívják a figyelmet a középiskolás lányok korcsoportjának sérülékenységre, ahol a megfelelően kidolgozott prevenciós programokkal változásokat hozhatunk. A megelőzésben alkalmazott programok sikerét ugyanis már számos tanulmány alátámasztja (Irving, DuPen, & Berel, 1998; Szumska, Túry, & Jakabfi, 2003; Wade, Davidson, & O'Dea, 2003).

1. FÜGGELÉK

Magazinolvasási szokások kérdőíve

Kérem, adja meg fél óra pontossággal (azaz 1 órát, másfelet, 4 és fél órát stb....), hogy az alább felsorolt sajtótermékek olvasásával hány órát tölt el egy átlagos héten! (A felsorolt magazinok csupán támpontként szolgálnak.)

1. Egy átlagos héten hány órát tölt tudományos vagy művészeti magazinok olvasásával? (pl.: Élet és Irodalom, Lélek és Tudomány, Jelenkor, National Geographic ...) _____
2. Egy átlagos héten hány órát tölt hírujságok olvasásával? (pl.: Népszava, Metropol, Népszabadság, Magyar Nemzet ...) _____
3. Hány órát tölt egy átlagos héten egészség- vagy fitneszmagazinok olvasásával? (pl.: Patika Magazin, Diéta & Fitnesz, Elixír, Wellness, Shape ...) _____
4. Egy átlagos héten hány órát tölt női divatmagazinok olvasásával? (pl.: Bravo Girl, 100xSzép, Cosmopolitan, Joy, Popcorn, IM, Glamour, Elle ...) _____
5. Hány órát tölt egy átlagos héten női, családi magazinok olvasásával? (pl.: Kiskegyed, Nők Lapja, Gyöngy, Családi Lap, Reader's Digest ...) _____
6. Egy átlagos héten hány órát tölt szórakoztató bulvármagazinok olvasásával? (pl.: Blikk, Bors, Story, Best ...) _____

2. FÜGGELÉK

A Vonzóságról Alkotott Hiedelmek Skála módosított változata (BAA-R)

Útmutató: Az alább felsorolt állítások társadalmi ítéletek a nők vonzóságáról. Minden kijelentésnél kérem, karikázza be azt a számot, amelyik Ön szerint a leginkább igaz az adott állításra, az alábbi skála szerint:

1	2	3	4	5	6	7
Egyáltalán nem értek egyet vele			Egyet is értek vele meg nem is			Teljes mértékben egyetértek vele

Nagyon fontos, hogy minden kérdésre válaszoljon és minden válasza őszinte legyen.

1. Az emberek szívesebben randevúznak vékony, mint túlsúlyos nőkkel.	1	2	3	4	5	6	7
2. A túlsúlyos nőknek nem olyan fontos pénzt költeniük ruhákra, mert úgysem lesznek vonzók, akármit is viselnek.	1	2	3	4	5	6	7
3. Egy szép arcú nő, ha nem vékony alkatú, nem sokra viheti az életben.	1	2	3	4	5	6	7
4. A túlsúlyos nőkből hiányzik az önkontroll és a fegyelem.	1	2	3	4	5	6	7
5. Minél nagyobb súlyú egy nő, annál kevésbé vonzó.	1	2	3	4	5	6	7
6. A jó kondíció és a jó alak közvetlenül összefügg a vonzósággal.	1	2	3	4	5	6	7
7. Jó kondícióban levő és jó alakú nők jobban érzik magukat.	1	2	3	4	5	6	7
8. A nők számára a soványság képviseli a jelenlegi szépségideált.	1	2	3	4	5	6	7
9. A vonzó nők okosabbak, mint kevésbé vonzó társaik.	1	2	3	4	5	6	7
10. Egy nő minél jobb kondícióban van és minél jobb alakú, annál valószínűbb, hogy lesz szerelmi partnere.	1	2	3	4	5	6	7
11. A vonzó nők sokkal érdekesebbek és társaságkedvelőbbek, mint kevésbé vonzó társaik.	1	2	3	4	5	6	7
12. A nők számára nagyon fontos, hogy jó kondícióban legyenek, és jó alakjuk legyen.	1	2	3	4	5	6	7
13. A túlsúlyos nőknek szégyellniük kellene, hogy így néznek ki.	1	2	3	4	5	6	7
14. A vonzó nők teljesebb életet élnek, mint kevésbé vonzó társaik.	1	2	3	4	5	6	7
15. Minél vékonyabb egy nő, annál vonzóbb.	1	2	3	4	5	6	7

16. A vonzóság növeli a szakmai siker valószínűségét.	1	2	3	4	5	6	7
17. A nők számára a szépségideált a jó kondíció és a jó alak jelenti.	1	2	3	4	5	6	7
18. A jó kondíciójú és jó alakú nők magabiztosabbak.	1	2	3	4	5	6	7
19. Azok a nők, akik jó kondícióban vannak és jó alakúak, jobban élvezik az életet, mint azok, akik nem.	1	2	3	4	5	6	7

Pontozás:

A testi fitness és sportosság fontosságának skálája: 1., 6., 7., 8., 10., 12., 16., 17. és 18. tétel

A vonzóság és soványság fontosságának skálája: 2., 3., 4., 5., 9., 11., 13., 14., 15. és 19. tétel

Nincs fordított irányú tétel. A skálaképzés a tételek egyszerű összeadásával történik. Alternatív lehetőség az átlagolós skálaképzési algoritmus, azaz a tételek összeadása, majd az összeg elosztása a skálához tartozó tételek számával.

IRODALOM

- Anderson, A.E., & DiDomenico, L. (1992). Diet vs. shape content of popular male and female magazines: A dose-response relationship to the incidence of eating disorders? *International Journal of Eating Disorders*, 11(3), 283–287.
- Anderson, D.R., Huston, A.C., Schmitt, K.L., Linebarger, D.L., & Wright, J.C. (2001). Early childhood television viewing and adolescent behavior. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 66(1), 108–118.
- Bissell, K.L., & Zhou, P. (2004). Must-see TV or ESPN: Entertainment and sports media exposure and body-image distortion in college women. *Journal of Communication*, 54(1), 5–21.
- Botta, R.A. (1999). Television images and adolescent girls' body image disturbance. *Journal of Communication*, 49(2), 22–41.
- Collins, M.E. (1991). Body figure perceptions and preferences among preadolescent children. *International Journal of Eating Disorders*, 10(2), 199–208.
- Czeglédi, E., Urbán, R., & Csizmadia, P. (2010). A testkép mérése: a Testi Attitűdök Tesztjének (Body Attitude Test) pszichometriai vizsgálata. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 65(3), 431–461.
- Derenne, J.L., & Beresin, E.V. (2006). Body image, media, and eating disorders. *Academic Psychiatry*, 30(3), 257–261.
- Evans, E.D., Ruthberg, J., Sather, C., & Turner, C. (1991). Content analysis of contemporary teen magazines for adolescent females. *Youth and Society*, 23(1), 99–120.
- Field, A.E., Cheung, L., Wolf, A.M., Herzog, D., Gortmaker, S.L., & Colditz, G.A. (1999). Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics*, 103(3), 36–40.
- Forgács, A. (2008a). Médiaüzenetek – evészavarok. *Lege Artis Medicinae*, 18(11), 822–824.

- Forgács, A. (2008b). Társadalmi eszmény és elhízás. *Lege Artis Medicinae*, 18(8-9), 632-636.
- Forgács, A. (2010). Médiatünetek és evészavarok. *Magyar Tudomány*, 11, 1300-1305.
- Forgács, A., & Németh, M. (2008). Evészavarok a média fogságában. In P. Balogh, A. Dobos, A. Forgács, B. Nagy, & A. Szűcs (szerk.), *60 éves Közgáz. Új gazdasági hajtóerők és mechanizmusok a 21. században* (23-33). Budapest: Aula Kiadó
- Fouts, G., & Burggraf, K. (2000). Television situation comedies: Female weight, male negative comments, and audience reactions. *Sex Roles*, 42(9-10), 925-932.
- Fülöp, N., & Szakály, Z. (2006). Középiskolások táplálkozási szokásai. *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 3(2), 71-76.
- Garner, D.M., Olmstead, M.P., & Polivy, J. (1983). Developmental and validation of a multidimensional eating disorder inventory for anorexia nervosa and bulimia. *International Journal of Eating Disorders*, 2(2), 15-34.
- Grabe, S., Hyde, J.S., & Lindberg, S. (2007). Body objectification and depression in adolescents: The role of gender, shame, and rumination. *Psychology of Women Quarterly*, 31(2), 164-175.
- Grabe, S., Ward, L.M., & Hyde, J.S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460-476.
- Guillen, E.O., & Barr, S.I. (1994). Nutrition, dieting, and fitness messages in a magazine for adolescent women, 1970-1990. *Journal of Adolescent Health*, 15(6), 464-472.
- Hager, R. (2002). *Unsafe supplements: Lack of industry oversight may endanger consumers, government report charges*. Letöltve: 2009. 05. 21-én: <http://www.msnbc.com/news/557618.asp>
- IPSOS, 2009. *Nemzeti Médiaanalízis. 2007 IV – 2008 I. negyedéves sajtóolvasottsági eredmények*. Letöltve: 2010. 04. 15-én: http://www.mediaanalizis.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=42&Itemid=115
- Irving, L.M., DuPen, J., & Berel, S. (1998). A media literacy program for high school females. *Eating Disorders: The Journal of Treatment and Prevention*, 6(2), 119-131.
- Johnson, F., & Wardle, J. (2005). Dietary restraint, body dissatisfaction, and psychological distress: A prospective analysis. *Journal of Abnormal Psychology*, 114(1), 119-125.
- Kline, R.B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press
- Koff, E., Rierdan, J., & Stubbs, M.L. (1990). Gender, body image, and self-concept in early adolescence. *Journal of Early Adolescence*, 10(1), 56-68.
- Levine, M.P., & Harrison, K. (2004). Media's role in the perpetuation and prevention of negative body image and disordered eating. In J.K. Thompson (Ed.), *Handbook of Eating Disorders and Obesity* (695-717). New York: John Wiley
- Levine, M.P., Smolak, L., & Hayden, H. (1994). The relation of sociocultural factors to eating attitudes and behaviors among middle school girls. *Journal of Early Adolescence*, 14(4), 471-490.
- Luck, A.J., Morgan, J.F., Reid, F., O'Brien, A., Brunton, J., Price, C., et al. (2002). The SCOFF questionnaire and clinical interview for eating disorders in general practice: A comparative study. *British Medical Journal*, 325(7367), 755-756.
- Mautner, R.D., Owen, S.V., & Furnham, A. (2000). Cross-cultural explanations of body image disturbance in Western cultural samples. *International Journal of Eating Disorders*, 28(2), 165-172

- Morgan, J.F., Reid, F., & Lacey, J.H. (1999). The SCOFF questionnaire: assessment of a new screening tool for eating disorders. *British Medical Journal*, 319(7223), 1467–1468.
- Morry, M.M., & Staska, S.L. (2001). Magazine exposure: Internalization, self-objectification, eating attitudes, and body satisfaction in male and female university students. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 33(4), 269–279.
- Neumark-Sztainer, D., Paxton, S., Hannan, P., Haines, J., & Story, M. (2006). Does body satisfaction matter? Five-year longitudinal associations between body satisfaction and health behaviors in adolescent females and males. *Journal of Adolescent Health*, 39(2), 244–251.
- Nickerson, A.B., & Nagle, R.J. (2005). Parent and peer attachment in late childhood and early adolescence. *The Journal of Early Adolescence*, 25(2), 223–249.
- O’Riordan, S.S., & Zamboanga, B.L. (2008). Aspects of the media and their relevance to bulimic attitudes and tendencies among female college students. *Eating Behaviors*, 9(2), 247–250.
- Padgett, J., & Biro, F.M. (2003). Different shapes in different cultures: Body dissatisfaction, overweight, and obesity in African-American and Caucasian females. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 16(6), 349–354.
- Papp, I., Czeglédi, E., & Túry, F. (2011). A szociokulturális hatások kapcsolata az elhízottakkal szembeni előítéletekkel kora serdülőkorban. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 12(2), 149–171.
- Paxton, S., Neumark-Sztainer, D., & Hannan, P. (2006). Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*, 35(4), 539–549.
- Petrie, T., Rogers, R., Johnson, C., & Diehl, N. (1996 August). Development and validation of the revised Beliefs About Attractiveness Scale. *Paper presented at the 104th Annual Convention of the American Psychological Association*. Toronto, Ontario, Canada
- Pierce, K. (1993). Socialization of teenage girls through teen-magazine fiction: The making of a new woman or an old lady? *Sex Roles*, 29(1–2), 59–68.
- Probst, M., Vandereycken, W., Van Coppenolle, H., & Vanderlinden, J. (1995). The Body Attitude Test for patients with an eating disorder: Psychometric characteristics of a new questionnaire. *Eating Disorders*, 3(2), 133–144.
- Silverstein, B., Perdue, L., Peterson, B., & Kelly, E. (1986). The role of the mass media in promoting a thin standard of bodily attractiveness for women. *Sex Roles*, 14(9–10), 519–532.
- Spitzer, B.L., Henderson, K.A., & Zivian, M.T. (1999). Gender differences in population versus media body sizes: A comparison over four decades. *Sex Roles*, 40(7–8), 545–565.
- Steinhausen, H.C. (2008). Outcomes of eating disorders. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 18(1), 225–242.
- Stice, E., Schupak-Neuberg, E., Shaw H.E., & Stein, R.I. (1994a). Relation of media exposure to eating disorder symptomatology: An examination of mediating mechanisms. *Journal of Abnormal Psychology*, 103(4), 836–840.
- Stice, E., Shaw H., & Heather E. (1994b). Adverse effects of the media portrayed thin-ideal on women and linkages to bulimic symptomatology. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 13(3), 288–308.
- Striegel-Moore, R., Silberstein, L.R., & Rodin, J. (1986). Toward an understanding of risk factors for bulimia. *American Psychologist*, 41(3), 246–263.
- Szumska, I., Túry, F., Jakabfi, P. (2003). Az evészavarok prevenciója. Kérdések és ellentmondások. *Lege Artis Medicinae*, 13(1), 24–28.

- Thompson, J.K., Heinberg, L.J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association
- Thompson, J.K., & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10(5), 181–183.
- Thompson, J.K., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A.S., & Heinberg, L.J. (2004). The Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3 (SATAQ-3): Development and validation. *International Journal of Eating Disorders*, 35(3), 293–304.
- Thomsen, S.R., Weber, M.M., & Brown, B.L. (2002). The relationship between reading beauty and fashion magazines and the use of pathogenic dieting methods among adolescent females. *Adolescence*, 37(145), 1–18.
- Tiggemann, M. (2003). Media exposure, body dissatisfaction and disordered eating: Television and magazines are not the same! *European Eating Disorders Review*, 11(5), 418–430.
- Tiggemann, M. (2005). Television and adolescent body image: The role of program content and viewing motivation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(3), 361–381.
- Tiggemann, M., Gardiner, M., & Slater, A. (2000). "I would rather be size 10 than have straight A's": A focus group study of adolescent girls' wish to be thinner. *Journal of Adolescence*, 23(6), 645–659.
- Tiggemann, M., & Pickering, A. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders*, 20(2), 199–203.
- Török, Zs., & Pászthy, B. (2008). Az evészavarok és az internet. In F. Túry, & B. Pászthy (szerk.), *Evészavarok és testképzavarok* (387–395). Budapest: ProDie Kiadó
- Turner, S.L., Hamilton, H., Jacobs, M., Angood, L.M., & Dwyer, D.H. (1997). The influence of fashion magazines on the body image satisfaction of college women: An exploratory analysis. *Adolescence*, 32(127), 603–614.
- Túry, F., Güleç, H., & Kohls, E. (2010). Assessment methods for eating disorders and body image disorders. *Journal of Psychosomatic Research*, 69(6), 601–611.
- Túry, F., Sáfrán, Zs., Wildmann, M., & László, Zs. (1997). Az Evési Zavar Kérdőív (Eating Disorder Inventory) hazai adaptációja. *Szenvedélybetegségek*, 5(5), 336–342.
- Túry, F., & Szabó, P. (2000). *A táplálkozási magatartás zavarai: az anorexia nervosa és a bulimia nervosa*. Budapest: Medicina Könyvkiadó
- Utter, J., Neumark-Sztainer, D., Wall, M., & Story, M. (2003). Reading magazine articles about dieting and associated weight control behaviors among adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 32(1), 78–82.
- Varnado, J.L. (2000). The effects of media exposure on body satisfaction, beliefs about attractiveness, mood and bulimic symptomatology among college women. Doctoral dissertation. Letöltve: 2009. 09. 13-án: <http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc2687/>
- Wade, T.D., Davidson, S., & O'Dea, J. (2003). A preliminary controlled evaluation of a school-based media literacy and self-esteem program for reducing eating disorder risk factors. *International Journal of Eating Disorders*, 33(4), 371–383.
- Wiseman, C., Gray, J., Moismann, J., & Ahrens, A. (1992). Cultural expectations of thinness in women: An update. *International Journal of Eating Disorders*, 11(1), 85–89.

EATING DISORDERS AND THE MEDIA – MAGAZINE READING HABITS AND THEIR POSSIBLE RELATIONSHIP TO EATING DISORDERS

SZABÓ, KORNÉLIA –TÚRY, FERENC – CZEGLÉDI, EDIT

Background: Socio-cultural factors play a role in the development of eating disorders. These socio-cultural factors manifest on different levels and influence body weight regulation indirectly. The media has utmost importance in the shaping of values and norms. The contemporary thin ideal, trendy diets, and other appearance related expectations often reach people through the media.

Objectives: The main goal was to examine the relationship between magazine reading habits and eating disorders as well as the symptoms that might lead to eating disturbances.

Methods: Design: cross-sectional, questionnaire study. Participants: female elementary, high school and university students ($n = 193$). Measures: an ad-hoc questionnaire for magazine reading habits, Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3 (SATAQ-3), Body Attitudes Test (BAT), Eating Disorder Inventory (EDI), and the SCOFF questionnaire. Within the framework of the study we translated the Beliefs About Attractiveness Scale-Revised (BAA-R) into Hungarian.

Results: Girls between 14–18 years are acutely sensitive to the picture and message content appearing in magazines. The following correlations were found within that group: Time spent reading fashion and fitness magazines showed significant positive correlation with eating disorder symptomatology (EDI Bulimia subscale: $r_s = 0.37$; $p < 0.01$; SCOFF questionnaire: $r_s = 0.38$; $p < 0.01$), the thin beauty ideal internalization ($r_s = 0.55$; $p < 0.001$), and body image dissatisfaction ($r_s = 0.37$; $p < 0.01$). Time spent reading fashion and fitness magazines also showed significant positive correlation with being thin/attractive when assessing the importance of beauty ($r_s = 0.41$; $p < 0.01$). Furthermore the importance of being thin/attractive ($r_s = 0.44$; $p < 0.01$) and sporty/physically fit ($r_s = 0.34$; $p < 0.05$) showed significant positive correlation with body image dissatisfaction. Media pressure was found to have a mediating role between thin body internalization and bulimic tendencies.

Conclusion: The effects of magazine content has the strongest effect on high school students, so funding for preventive programs would be most efficiently spent focusing on them.

Keywords: eating disorder, socio-cultural effects, media, thin ideal, body dissatisfaction, internalization, Beliefs About Attractiveness Scale-Revised