

Miként befolyásolhatja testi elégedettségünket a média?

Pukánszky Judit

tanársegéd

Szegedi Tudományegyetem Egészségtudományi és Szociális Képzési Kar

Egészségmagatartás és –fejlesztés Szakcsoport

e-mail: pukanszkyj@etszk.u-szeged.hu

Mindennapi életünk során számos tényező befolyásolhatja a külső megjelenésünkkel kapcsolatos elégedettségünket és a testünk felé irányuló attitűdjeinket. Ezek közül a média szerepe sem elhanyagolható, mivel a kulturális ideálok és elvárások közvetítésével újra meg újra prezentálja, hogyan kell kinézni a XXI. század nyugati társadalmában. A média tehát erős befolyást gyakorolhat főként a női testképre; a saját testtel kapcsolatos észleletekre, érzésekre, gondolatokra és viselkedésre (1).

Bár a legtöbb eddigi kutatás a serdülő és a felnőtt korosztály női tagjait vizsgálta, társadalmunkban nem csak a felnőtt nőkre gyakorol hatást a soványságot idealizáló médiaüzenetek sokasága. Már igen korai életkortól megmutatkozik a gyerekek soványságpreferenciája, Musher-Eizenmann és mtsai (2) vizsgálatában a 4 éves gyerekek egyértelműen a sovány testeket részesítették előnyben. Bizonyos gyermekjátékok, mint a soványságideált hangsúlyozó Barbie baba, szintén befolyásolhatják a gyerekek testükről alkotott véleményét. A Barbie babák képeinek bemutatása után az 5-7 éves kislányok a testi elégedettség csökkenését mutatták, és a karcsúbb test iránti vágyakozásról számoltak be (3).

A média testképre gyakorolt azonnali hatásait számos kutatás bizonyította az elmúlt tíz évben – videoklipek, filmsorozat-részletek, reklámok, magazinok bemutatásával – melyek általános tanulsága a hangulatra és testi elégedettségre gyakorolt negatív hatás. Azonban a vizsgálatok eredményei szerint nem minden nőre hatnak egyformán a médiában szereplő idealizált, karcsú nőket ábrázoló képsorok, mivel fokozott elégedetlenséget élhetnek át azok a női médiafogyasztók, akiknél a karcsúságideál internalizált, azaz bensővé vált. Emellett az elégedetlenséget tovább fokozhatja, ha az egyén hajlamos a saját testét másokéval összehasonlítani, és minél nagyobb a diszkrepancia, a megtapasztalt különbség, annál nagyobb mértékű lehet a megélt testi elégedetlenség (4).

Rendkívül gyorsan érvényesülhet a média befolyása a testi elégedettségre, karcsú nőket ábrázoló filmek 10 perces expozícióját követően már kimutatható a testi elégedetlenség növekedése (5). A testképre gyakorolt negatív hatás azonban csak rövid távon áll fenn. Viszont ha a médiában megjelenő soványságideálok újra és újra felbukkannak, az ismétlés következtében a testi elégedetlenség fenntarthatóvá válhat (6).

Hall és munkatársai (7) arra a kérdésre keresték a választ, vajon változást eredményez-e a sportteljesítményben, ha a testedzést végző kísérleti személyeknek karcsú, idealizált testeket exponálnak? A kísérletben résztvevő nőknek szobakerékpározniuk kellett 30 percen keresztül, miközben vagy idealizált testeket hangsúlyozó, vagy pedig átlagos testeket bemutató televíziós műsort néztek végig. A kutatók azt feltételezték, akikre a soványságideál internalizációja jellemző, a testükkel kapcsolatos negatív érzéseiket az edzés erőteljesebb szintjével igyekeznek majd kompenzálni. Az eredmények szerint, habár a sportteljesítményben nem mutatkozott szignifikáns különbség, a bemutatott karcsú nők megtekintését követően a szociális összehasonlítás megnövekedett tendenciája érvényesült. Az eredmények közé tartozik továbbá a testi megjelenésre vonatkozó állapotszorongás csökkenése, mely mindkét videó megtekintésekor egyaránt érvényesült. Így a kutatás egyik lényeges tanulsága a testmozgás testképet védő szerepe, mely az evészavarok prevenciójában is fontos szerepet játszik. Azonban fontos megemlíteni, hogy nem minden testmozgási forma támogatja a pozitív testkép kialakítását és fenntartását, mivel az olyan esztétikai sportok, mint a balett, a korcsolya vagy a szertorna, kapcsolatba hozhatóak a negatív testkép fennállásával, és az evészavarok megnövekedett gyakoriságával (8, 9).

Irodalomjegyzék:

1. **Cash T., F. és Pruzinsky T:** Body images: Development, deviance, and change. New York, US: Guilford Press. 1990.
2. **Musher-Eizenman D. R., Holub S. C., Edwards-Leeper L. és mtsai:** The narrow range of acceptable body types of preschoolers and their mothers. *Applied Developmental Psychology*, 2003, 24, 259–272.
3. **Dittmar H., Halliwell E., Ive S.:** Does Barbie make girls want to be thing? The effect of experimental exposure to images of dolls on the body image of five 5- to 8-year-old girls. *Developmental Psychology*, 2006, 42, 2, 283-292.
4. **Halliwell E., Dittmar H.:** Associations between appearance-related self-discrepancies and young women's and men's affect, body image, and emotional eating: A comparison of fixed item and respondent-generated self-discrepancy measures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2006, 32, 447-458.
5. **Bell R. T., Lawton R., Dittmar H.:** The impact of thin models in music videos on adolescent girls' body dissatisfaction. *Body Image*, 2007, 4, 137-145.
6. **Tiggemann M.:** Media influences on body image development. In Cash, T. F és Pruzinsky, T. *Body image: Handbook of theory, research, and clinical practice*. New York, The Guilford Press, 91-98, 2002.
7. **Hall E. E., Baird S. A., Gilbert D. N. és mtsai:** Viewing television shows containing ideal and neutral body images while exercising: Does type of body image content influence exercise performance and body image in women? *Journal of Health Psychology*, 2011, 16, 6, 1-9.
8. **Dukay-Szabó Sz.:** A sportolás és az evészavarok összefüggései. In Túry, F., Pászthy, B. *Evészavarok és testképzavarok*. Budapest, Pro Die Kiadó, 63-77, 2008.
9. **Szabó P.:** A testkép és zavara. In Túry, F., Szabó, P. *A táplálkozási magatartás zavarai: Az anorexia nervosa és a bulimia nervosa*. Budapest, Medicina Könyvkiadó RT, 59-76, 2000.