

Cikkismertetés: Hogyan változott az elhízás megjelenítése az Egyesült Királyság sajtójában 2008 és 2017 között?

Article review: How did the frame of obesity in the press of the United Kingdom change between 2008 and 2017?

Ismertető:	Mezővári Kata
Ismertetett cikk:	Baker, P., Brookes, G., Atanasova, D., Flint, S. W. (2020). Changing frames of obesity in the UK press 2008–2017. <i>Social Science & Medicine</i> , 264, p. 113403. doi: 10.1016/j.socscimed.2020.113403
Kulcsszavak:	elhízás; sajtó; narratíva; stigmatizáció
Keywords:	obesity; media; framing; stigma

Beküldve: 2021. 07. 01., doi: [10.24365/ef.v62i3.6664](https://doi.org/10.24365/ef.v62i3.6664)

BEVEZETÉS

Az elhízás mindig is sokat tárgyalt téma volt az Egyesült Királyság sajtójában, az elmúlt években az ezzel kapcsolatos jelentések száma a kétszeresére nőtt. Az, hogy a média milyen szavakkal ír le, milyen narratívába foglal egy-egy témát, nagyban befolyásolja a társadalom hozzáállását. A tanulmány a 2008-tól 2017-ig terjedő tízéves periódusban íródott cikkek alapján vizsgálja azt, hogy az Egyesült Királyságban a média milyen narratívát használ az elhízás leírásakor és ez miként változott az évek során.

ELMÉLETI HÁTTER

A sajtónak az Egyesült Királyságban is jelentős szerepe van a társadalom véleményformálásában társadalmi, politikai és kulturális kérdésekben. A tudományos, illetve egészségügyi problémák tárgyalásánál különösen nagy szerepe van annak, hogy az adott témát milyen kontextusba helyezi a szerző, mivel a tömegeket elérve egyfajta edukáció is történik ezáltal. A brit sajtó az elhízás kialakulásáért különböző tényezőket tesz felelőssé attól függően, hogy milyen szavakat használ, azaz milyen narratívával írja le azt. A tanulmányban arra derült fény, hogy miként változott az elhízás leírása a tízéves periódus alatt.

Meglévő kutatások a médiában három fő narratívát azonosítottak: egyéni életmód, biomedikális és társadalmi. Az eddigi tanulmányok alapján legtöbbször az egyéni életmód narratívát használták az elhízás leírása során. Ez azt jelenti, hogy az egyént tekintették felelősnek az elhízásért, valamint a fizikai aktivitás hiányát és a helytelen táplálkozást helyezték középpontba. Ez az álláspont nem ösztönzi a politikai vezetést és a nagyvállalatokat arra, hogy felelősséget vállaljanak, elismerjék, hogy az elhízás az egyén viselkedésén túlmutató egészségügyi probléma is lehet. Ez a narratíva az érintettek stigmatizációjához vezet és rontja társadalmi megítélésüket.

Az elhízás médiában történő másik megjelentési módja a biomedikális narratíva. Az elhízást biológiai vagy genetikai rendellenességként mutatja be, amelyet leginkább orvosi vagy tudományos eszközökkel lehet megoldani. Ez a szemléletmód kevésbé tűnik stigmatizálónak, hiszen az elhízás okaként nem az önkontroll hiányát említi. A legújabb kutatások során ezzel kapcsolatban mégis azt találták, hogy a biológiai narratívát népszerűsítő cikkek sem mentesek a megbélyegzéstől, hiszen az orvosi kezelések hatástalanságát az egyén kitartásának hiányára vezetik vissza.

A harmadik, sajtóban megjelenő narratívában a társadalmi felelősség kérdése is megfogalmazódott, kiemelve a politikai vezetés, az ipar és az oktatás szerepét az elhízást előidéző környezetben. Az elhízásnak ez a megközelítése enyhíti a többi narratívában felmerülő megbélyegzés egy részét, mert az egyénnek ebben van a legkisebb szerepe.

Az elhízás narratíváját és reprezentációját korábban is vizsgálták, azonban jelen tanulmány igyekszik az eddigi eredményeket több szempontból kibővíteni. Míg a korábbi tanulmányok főként tartalmi szempontból vizsgálták a sajtót, jelen tanulmány az első, amely nyelvészeti technikákat alkalmaz az elhízás reprezentációjának longitudinális elemzésében. Úgy közöl eredményeket arról, hogy a sajtó narratívája hogyan változott az évek során, hogy nem csak a tartalomra, hanem a kifejezési módra is összpontosít.

MÓDSZER

Az elemzést egy célzottan összeállított cikkgyűjteményen végezték, mely azokat a közleményeket foglalta össze, melyek a 2008 és 2017 közötti 10 éves időszakban az Egyesült Királyság sajtójában jelentek meg és tartalmazták az „elhízott” vagy „elhízás” kifejezéseket. Tizenegy világszerte ismert lapból — mint a The Times, a The Guardian vagy a The Telegraph — gyűjtöttek össze cikket, egy olyan online hírchivek segítségével, amely az újságok online és nyomtatott változatait egyaránt tartalmazta.

Az elemzés első fázisában a cikkgyűjteményt 10 kisebb alcsoportra osztották, amelyek mindegyike egy-egy év sajtóanyagát tartalmazta, így ezek időben elkülöníthetővé és egymással összehasonlíthatóvá váltak. Ebből egyértelműen kiderült, hogy 2017-ben sokkal több szó esett az elhízásról, mint 2008-ban. Mivel a kutatók főként arra voltak kíváncsiak, hogy miként változott az elhízás ábrázolása az évek alatt, ezért 745 individuális kulcsszót gyűjtöttek ki, melyeket jelentésük szerint 27 fő kategóriába soroltak. A legtöbb kategória az elhízás már korábban vizsgált narratíváiba volt sorolható: egyéni életmód, biomedikális és társadalmi.

EREDMÉNYEK

Az összes kategória évenkénti említésének számszerű ábrázolásának segítségével trendvonalak rajzolódtak ki. Tizenhat kategória trendvonala emelkedést mutatott, ezek említése gyakoribb lett, mint például „egészség”, „életmód”, „okok”, „segítség”. Tizenegy kategória trendvonala csökkenő tendenciát mutatott, gyakorisága csökkent, például „politika”, „oktatás”, „sport”, „gyermek”.

A változások közül kiemelhető az elhízás fokozott problematizálása, betegségekkel hozták összefüggésbe, valamint az egészségügyi ellátásra gyakorolt hatása is gyakrabban került szóba. A tudományos narratíva gyakorisága is egyre inkább növekedett. Azzal kapcsolatban is egyre több vita folyik, hogyan lehet az egyéneket fogyásukban segíteni. A legnagyobb változás az, hogy egyre nagyobb hangsúlyt kap az étrend, az egyének által elfogyasztott ételek típusa és mennyisége, valamint az előbbieket és az elhízás közötti összefüggések, valamint a személyes választással, életmóddal kapcsolatos egyéb tényezők.

Továbbá az élelmiszeripar szerepének megvitatása az idők során egyre kevesebb teret kapott a médiában, az egyéb gazdasági és társadalmi tényezők, például a szegénység és az egyenlőtlenségek szintén. Az elhízást kevesebbet tárgyalták politikai témaként, ami arra enged következtetni, hogy a vizsgált időszakban a sajtó a kormányzati politikát kevésbé tartja fontosnak, mint korábban. A gyermekkori elhízás szintén kevésbé került a közlemények középpontjába, csakúgy, mint az iskolák és a tanárok szerepe az elhízás prevenciójában.

Ezek az eredmények bizonyos szempontból az elhízás körüli egyéni életmód narratíva növekedésére utalnak, különösen az „életmód” és az „élelmiszer” kategóriákba tartozó cikkek számának növekedésével. Az olyan kategóriákba tartozó cikkek száma, mint a „biológia”, „betegség”, „egészségügy” és „kutatás”, idővel növekedtek, ami azt jelzi, hogy egyre nagyobb az érdeklődés a biomedikális narratíva iránt, amely ellentétes az egyéni életmód narratívával. Mindkét narratíva

együttes növekedése azt sugallja, hogy a sajtó idővel az elhízás okait inkább az egyén, mintsem a társadalom felelősségének tulajdonítja. Ezt az elméletet támasztja alá, a „politika”, az „üzlet” és a „társadalom” témakörök csökkenő tendenciája is.

KÖVETKEZTETÉS

Az eredményekből azt látjuk, hogy a vizsgált időszakban az Egyesült Királyság médiája ellentmondásos képet festett az elhízásról: egyre inkább problémának tekintették, mind az egyén, mind az egészségügy szempontjából. A kétféle megközelítés (az elhízás biomedikális probléma, illetve kialakulásának oka személyes felelősség) ábrázolásában közös, hogy a problémát az egyénen belülről helyezik. Az elhízás okainak és megoldásának középpontjában sokkal inkább az egyén akarata és cselekedetei állnak, mint az olyan intézményeké, mint a politikai vezetés, vagy az élelmiszeripar. Ezek az egymást kiegészítő mintázatok egy szélesebb körű neoliberalis

jelenség részeinek tekinthetők, amely jelenleg az Egyesült Királyságban a társadalmi élet szinte minden aspektusát irányítja, az egészségügyet érintő kérdéseket is.

A vizsgált időszakban az Egyesült Királyságban a 16 év feletti, túlsúlyos vagy elhízott egyének aránya 61%-ról 64,3%-ra nőtt. Ez arra enged következtetni, hogy az elhízás okairól az Egyesült Királyság sajtójában ebben az időszakban folytatott fokozott vita nem sok hatással volt a probléma megoldására.

Ez rávilágít arra, hogy az elhízással kapcsolatos tudományos bizonyítékok, valamint a média ábrázolása nincs összhangban. A sajtó és a tudomány összehangolása — mivel a média tömeget képes elérni — hozzájárulhatna az elhízással kapcsolatos közvélemény formálásához, az elhízás összetett okainak megértéséhez. Ez segíthet a testsúllyal kapcsolatos stigmák és diszkrimináció csökkentéséhez a társadalomban, ahol jelenleg a leegyszerűsítő, hibáztatáshoz vezető attitűd jellemző.

TANULSÁGOK A HAZAI SZAKEMBEREK SZÁMÁRA

A médián keresztül szakmailag hiteles egészségügyi edukációra Magyarországon is nagy szükség lenne. Különösen igaz ez az elhízással kapcsolatban. Az elhízásról alkotott társadalmi vélekedés megváltoztatásáért hazánkban az egészségügyi szakemberek is sokat tehetnek, elsősorban úgy, hogy empátiával fordulnak az érintettek felé, akik nagy számban veszik igénybe az egészségügyi szolgáltatókat, nem feltétlenül testsúlyukkal kapcsolatban. Az a tudományos tény, hogy az elhízás komplex kezelést igénylő krónikus betegség, jelenleg még nem terjedt el kellőképpen, pedig ez lenne az alapja annak, hogy az érintett betegek stigmatizáció nélkül, megfelelő kezelésben részesüljenek. Hasonló felmérés tudomásunk szerint Magyarországon még nem készült, pedig nagy szükség lenne rá. Egy hasonló felmérés segíthetne jobban megértenünk, hová kell munkánk során nagyobb hangsúlyt fektetni annak érdekében, hogy az egyéni felelősségén túl a társadalmi felelősségvállalás is arra a szintre emelkedjen, amivel sikeresen tehetünk az elhízás további járványszerű terjedése ellen.

Információk a szerzőről:

Mezővári Kata, Trantor '99 Bt. Anyagcsere Centrum, Csepel, mezovari.k@gmail.com