

## A táplálkozási szokásokat befolyásoló médiaüzenetek és a klímaváltozás lehetséges összefüggései

*Az elmúlt évtizedekben jelentősen átalakultak táplálkozási szokásaink. A nők munkába állásával a munkahelyi és iskolai közétkeztetés előtérbe került a családban való mindennapos főzéssel szemben. A falvakban jelentősen csökkent a családi növénytermesztés és állattartás, jobbra nagyjúzemileg előállított élelmiszereket fogyasztunk. A globalizáció hatásai tovább színezték étkezési szokásainkat. Eltűntek a szezonálisan kapható zöldségek, gyümölcsök, a piacok és szupermarketek szinte állandó kínálattal várják a vásárlókat. A korábban nem látott árubeség elárasztja, de ugyanakkor elbizonytalanítja a vásárlókat. A választásban gyakran nem valós biológiai igényeinkre támaszkodunk, hanem a marketing keltette vágyaknak megfelelően vásárolunk. Újabb és újabb akciókkal, vonzó csomagolással csábítják a termelők áruiuk vásárlására a fogyasztókat, akik sokszor nem a legegészségesebb élelmiszereket vásárolják meg ennek hatására.*

**A** táplálkozást alacsony kockázatú tevékenységnek tekintették a kutatók mostanáig. Az eddigi kutatások általában a higiéniára vagy az élelmiszerhiányra vonatkozó kérdéseket vizsgáltak. Újban azonban az élelmiszerek biztonsága került a középpontba.

Mindez számos összefüggést mutathat a globális felmelegedés kérdéseivel. A 21. század egyik nagy kihívását jelenheti, hogy az ember hogyan lesz képes megküzdeni az éghajlatváltozásból adódó problémákkal. Ma már egyértelmű, hogy részesei vagyunk a folyamatnak, mely a népesség többsége számára közvetlenül alig észlelhető, legfeljebb az egyre ismétlődő szélsőséges időjárási jelenségek formájában, de hosszútávon jelentős hatást gyakorol életmódunkra. Az éghajlatváltozás közvetlenül és jelentős mértékben hat a mezőgazdasági termelésre, s ezen keresztül az élelmezésre, s észrevétlenül befolyásolja fogyasztói attitűdjeinket.

A különböző vállalatok évről évre többet költenek az élelmiszerek reklámozására. A magyar megrendelők 2005-ben több, mint 503 Mrd forintot fordítottak erre a célra. Ebből az összegből az élelmiszeripar 68,6 Mrd forinttal részesedett, és ezzel hagyományosan listavezető (Berke és Molnár, 2006). Olyan szektorokat utasít maga mögé, mint az informatika, a szépségápolás, a pénzügyi piac, a gyógyászat vagy a háztartási áruk piaca (Berke és Molnár, 2006). A médiában megjelenő marketingkommunikáció profitorientált, az egészségmegőrzés – jobb esetben is – csak másodlagos, több esetben mellőzött szempont, pedig nagy tömegek figyelmét lenne képes hatékonyan felhívni az egészségtelen táplálkozás, az elhízás és a mozgásszegény életmód veszélyeire.

Az egészségügy, a nevelés és a tudományos ismeretközlés jelen pillanatban képtelen a marketinggel felvenni a versenyt, mivel alulmarad anyagi forrásaival szemben. De nem

csak emiatt veszít: a tudományos ismeretközlés sokszor bonyolult nyelvezetével nem versenyezhet a marketing egyszerű közléseivel. Hiába közöl racionális bizonyítékokon alapuló tényeket, ezek nem találkoznak a vásárlókör szükségleteivel, vágyaival, fantáziáival, hiedelmeivel. Az ismétlődő, könnyen megjegyezhető szlogenekkel manipuláló reklám ezzel szemben az érzelmekre, a tudattalan vágyakra hat szimbolikus elemeket használva (1. táblázat).

1. táblázat. A tudományos ismeretközlés és a média-marketing kommunikáció összehasonlítása (Forgács, 2010, 1304. old)

Tudományos ismeretközlés	Média-marketing kommunikáció
Racionális, bizonyítékokon alapul	Sokszor irracionális, hiten alapul, a bizonyítás nem fontos
Tudományos tényekre fókuszál	Célcsoport szükségleteire és sajátosságaira reflektál, a kommunikációt életstílus- és közvélemény-kutatás előzi meg
Bonyolult fogalmazás	Néhány jelszavas szövegek, melyek kizárólag a módszer előnyeit emelik ki
Egyszeri, esetleg időszakos közlés	Repetitív, szájbarágós, agy mosás jellegű közlés
Tematikus ismeretközlés (a nagyközönség számára sokszor emészthetetlen és unalmas)	Széles spektrumú hatásmechanizmus <ul style="list-style-type: none"> <li>– érzelmeket is mobilizál</li> <li>– szimbolikus-vizuális elemeket is tartalmaz</li> <li>– szuggesztív</li> <li>– tudattalan (nem tudatosodó) hatásmechanizmusokat is felhasznál</li> </ul>

A sajátos kommunikációs stílussal rendelkező reklámok nem elégednek meg a klasszikus tömegmédiák (ATL, Above the Line) területével (televízió, újságok, folyóiratok), megjelennek az új típusú médiumokban is (BTL, Below the Line), mint az internet és a mobiltelefon, melyek legfőbb fogyasztói a fiatalok. E célcsoport a legkönnyebben befolyásolható, s előttük még legalább 50–60 évnyi fogyasztás áll, így ők egyszerre jelentik a jelen és a jövő vásárlóit is.

Az élelmiszerekkel, evéssel kapcsolatos médiaüzenetek öt nagyobb kategóriába sorolhatók: (1) Egyél, fogyassz! (2) Félj az ételektől! (3) Az étel el fog fogyni! (4) Légy sovány! (5) Nem vagy elég nőies/férfias! (Forgács, 2010.) Az üzenetek egyre több ellentmondást, patológiás elemet tartalmaznak. Ezek az elemek a kutatások tapasztalatai alapján szerepet játszhatnak a táplálkozási és testképzavarok kialakulásában, melyek megjelenése legtöbbször a serdülőkorra tehető.

Az éghajlatváltozással való összefüggés szempontjából csak a második és harmadik üzenettípus érdekes, így ezek tárgyalására térünk ki. Munkánkban rámutatunk arra, hogy milyen viselkedési válaszok jelenhetnek meg a táplálkozással kapcsolatos médiaüzenetekre, s hogyan kapcsolódnak az éghajlatváltozás okozta jelenségek a táplálkozási attitűdjeinkhez. Kiemeljük azokat a lélektani hatásmechanizmusokat, melyek patológiás táplálkozási formákhoz, betegségekhez vezethetnek.

### Félj az ételektől!

A szupermarketekben számos termék közül választhatunk. Ám sokszor nem is tudjuk, mit vásárolunk. A csomagoláson szereplő apró betűs, olvashatatlan címkékről nem derülhet ki miből készült a termék, ismeretlen nevű összetevőkkel, adalékanyagokkal és színezékekkel teszik a gyártók tovább eltarthatóbbá és látványra vonzóbbá az árut. Számos kutatás látott már napvilágot, melyek a mesterséges adalékanyagok és tartósítószer

összefüggéseit vizsgálták különböző betegségek kialakulásával, így a fogyasztókban megjelent egy félelem ezen anyagokkal szemben. Egy kutatás szerint a nehezen kiejthető, ismeretlen hangzású élelmiszer-adalékot tartalmazó árucímkével ellátott terméket a fogyasztók sokkal veszélyesebbnek, egészségre ártalmasabbnak becsülték, mint az ismerős hangzású, könnyen kiejthető összetevővel felcímkézett terméket (*Song és Schwarz, 2009*). Sokszor távoli országokból érkeznek a „friss” zöldségek, gyümölcsök, melyek csak mesterséges beavatkozásoknak köszönhetően őrzik meg frissességüket. Az ipari beavatkozásoktól való idegenkedés hatására egyre nagyobb szerepet kap az élelmiszerek reklámjában a származás hangsúlyozása.

Az árubőséggel párhuzamosan jelentek meg az élelmiszerekre vonatkozó botrányok. Scholderer (idézi: *Wansink, 2004*) kronológiai áttekintést ad a 20–21. század fordulójának legnagyobb visszhangot kiváltott élelmiszerbotrányairól:

- 1996: felfedezik a BSE (szarvasmarhák szivacsos agyvelőgyulladás) és a CJD (Creutzfeldt-Jakob szindróma) közötti kapcsolatot,
- 1997: fertőző sertéspestis Hollandiában,
- 1997: madárinfluenza,
- 1998: Pusztai Árpád és a génmódosított burgonyával kapcsolatos félrevezetés,
- 1999: szennyezett Coca-Cola Belgiumban,
- 1999: a génmódosított kukorica pompás királylepkéket pusztít,
- 2000: a BSE (szarvasmarhák szivacsos agyvelőgyulladás) eléri Európát,
- 2001: antibiotikumok és növekedési hormonok német malacokban,
- 2001: száj- és körömfájásjárvány egész Európában,
- 2002: E. Coli a ConAgra vírusok a marhahúsban,
- 2002: liszteriózis a Pilgrim's Pride csirkehúsban.

Sajnos tudjuk folytatni a sort a közelmúltból is: 300 tonna bizonytalan eredetű romlott hús, szavatossági hamisítások számos élelmiszeren, paprika-hamisítás, mézhamisítás, rákkeltő guarumi (E412), tiltott méreggel permetezett zöldségek, káros adalékanyagot – melamint – tartalmazó kínai csecsemőtápszerek, fuzáriummal fertőzött gabona, stb. A 2013-as év januárjában ismeretlen eredetű húskészítményeket foglaltak le, majd semmisítették meg Budapest mellett. Februárban lóhússal kevert marhahúst találtak Nagy-Britanniában, mely hamisítás szinte egész Európára kiterjedő szálakkal rendelkezik.<sup>1</sup> Ugyancsak az év elején patkánymérget tartalmazó lengyel nápolyi került az egyik nagyáruházlánc polcaira<sup>2</sup>, majd rákkeltő gombaméreg – aflatoxin – egészségügyi határértékének kétszeresét találták a tejből hazánkban.<sup>3</sup> Az egyik bútóráruház éttermében szennyezett húsgolyó és csokoládétorta várta a vendégeket. Márciusban pedig arról értesülhettünk, hogy növényi zsírokat találtak néhány sajtban, valamint embrionális sejteket gyümölcslevelekben és csokoládében.

Az élelmiszeripari botrányok nem korlátozódnak a közép-európai régióra, ebben is globalizálódott a világ. A külföldi irodalomban a kétséges eredetű ételt találóan UFO-nak ('Unidentified Food Objects') hívják. (*Forgács, 2010*)

Az éghajlatváltozással párhuzamosan élelmiszereink szennyeződésének s az ételfertőzések előfordulási gyakoriságának emelkedésére kell számítanunk. Az élelmiszer-gazdaság olyan kérdésekkel kell szembenézzen, melyek közvetlenül kihatnak élelmiszer-biztonságunkra: például eddig hazánkban vagy a régióban nem honos növényi és állati kártevők megjelenése, ennek okán fokozottabb növényvédelem, megnövekedhet az élelmiszerek és az öntözésre használt vizek mikrobás szennyezettsége, változhat a talaj ásványianyag-összetétele, a növények toxikuselem-felvétele (*Farkas, 2013*). A *Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia* közlése szerint 1°C-os hőmérsékletnövekedés 2 százalékkal növeli a szalmonellózisok gyakoriságát, előrejelzések alapján 2°C-os hőmérsékletnövekedés jelentős mértékben emeli a gabonafélék aflatoxinnal való szennyeződését. A toxi-

nogén penészgomba előfordulását a '60-as években még nem észlelték hazánkban, míg egy 2010-es vizsgálat szerint a hazai gabonaminták 3,6 százaléka EU-határérték feletti szennyeződést mutatott aflatoxinra (Farkas, 2013). Tudjuk, hogy az aflatoxin jelentős mértékben növeli a májrák kialakulásának veszélyét, s az immunrendszerre gyakorolt hatásánál fogva megváltoztatja fertőző betegségek előfordulási gyakoriságát, súlyosságát, kimenetelét is. Mindemellett új toxikus fajok is megjelentek, s nem kiszámítható a kémiai és bakteriológiai szennyeződések együttes hatása.

A gyakori aszályok és áradások újabb veszélyt jelenthetnek az élelmiszerbiztonságra. Az áradások szennyezhetik a termőtalajt és a vízáadó rétegeket. Kutatásokkal igazolták, hogy a közép-európai áradások után az érintett legelőkön növekedett például a dioxinok koncentrációja, mely kimutathatóvá vált az ott legelő tehenek tejében is. Az árvizek akár veszélyes hulladékokat, mérgeket, növényvédőszereteket, olajat is magukkal sodorhatnak, melyek fogyasztásra alkalmatlanná tehetik az érintett területeken termesztett élelmiszereket (Farkas, 2013).

Nyugati országokban élénk társadalmi vita zajlik a génmódosított növényeket tartalmazó élelmiszerek, gabonák, zöldségek körül. Hazánkban is megsemmisítettek 160 hektárnyi kukoricát, a vetés kitérésére kényszerültek a baranyai gazdák, miután kiderült, hogy a növények génmódosított vetőmagból keltek ki.<sup>4</sup>

Az emberek eltérően reagálnak az élelmiszerbotrányokra s a klímaváltozás okozta élelmiszerbiztonsági kérdésekre. Eltérő módon becsülhetik meg annak kockázatát, hogy ezek milyen szerepet tölthetnek be egészségük alakulásában (Túry és Szabó, 2000).

A társadalmi kommunikáció és a média a kockázatok percepcióját felnagyítja, működik az aréna-effektus. A botrány mindig érdekes, ám a következményekről szinte már nem is hallunk. Ráadásul az élelmiszerbiztonsági szervezetek rendszerint csak fáziskéséssel lépnek le a káros ételeket, utólag derül ki, hogy fogyasztásra alkalmatlan ételek kerültek az asztalokra, s azok milyen valós következményekkel járhatnak. Így a súlyos helyzetet a fogyasztó még súlyosabbnak érzékeli. Az élelmiszerbotrányokra a fogyasztók egy része percepció hátráltatással, mások a tanult tehetetlenséggel reagálnak. Wansink négy típusba sorolja a fogyasztókat a kockázatesztelés és a veszélytől való irtózás alapján: felelősségteljesek, konzervatívok, aggódók, „vészmadarak”. (Wansink, 2004)

Az élelmiszerbotrányok megfelelő táptalajt biztosítanak az ételfőbiák kialakulásának, a szorongók számára valamennyi étel bizalmatlanságot kelt, csak az önerőből előállított étel lehet biztonságos. Az orthorexia nervosa gyorsan terjedő kórkép, melynek középpontjában a minőség, a csak „tisztá” ételek fogyasztása a kritikus tényező. Ha a beteg nem talál egészséges(nek tartott) ételt, éhezni is hajlandó, hogy ne kelljen „tisztátalan” ételt magához vennie. Csak az egészséges, a megbízható forrásból származó, a megfelelő módon elkészített étel elfogadható számára. A beteget az étellel kapcsolatos gondolatok kötik le, merev diétát tart, erős korlátokat követ. Az érintett személy hajlamos a dogmatikus tanok átvételére, sokszor egy „szakértő” vezető követésére (Dudás és Túry, 2008).

A szélsőséges evési-fogyókúrázó attitűdöket erősítik azok a marketing eljárások is, melyek tudományosan megalapozatlan evési dogmákat terjesztenek és melyek tömeges étkezési vagy fogyókúra szekták kialakulásához vezetnek. Az étkezés területén ilyen túlszabályozáshoz vezető dogmák lehetnek:

- Csak bizonyos márkajelzéssel, a szektavezér ajánlásával ellátott („megszentelt”) ételt szabad elfogyasztani. Ha a szektavezér enged, akkor nem hisz.
- Bizonyos ételekből akármennyit szabad enni, mások tiltottak.
- Ami a nap bizonyos időszakaiban hisz, máskor azért ehető.
- Bizonyos ételeket tilos más ételekkel együtt enni, mert akkor káros.

A szektásodás során a táplálkozási mód vezéralakját ('opinion leader') istenítik követői, hozzáértését hangsúlyozzák, tanait cáfolhatatlan túlértékelik és kritikátlanul követik. A vezér igyekszik a rendelkezésre álló kommunikációs csatornákat birtokolni, az alternatív információkat és forrásokat tervezett és tudatos módon kiszorítani követői figyelmű köréből. Aktívan tartja a kapcsolatot a követőkkel, a Facebook-nak és más közösségi oldalaknak köszönhetően napi több tucat „üzenetváltással” erősíti követőit, népszerűsíti elgondolásait. A szekta piaci mozgatói úgymond ételbibliába foglalják össze a módszer hívei által fogyasztható ételeket. Némelyik olyan formátumban is megvehető, amit a hívő zsebre rakhat, és bárhol tájékozódhat arról, hogy a szektavezér engedélyezi-e valamely étel fogyasztását. De üzenet kapható sms-ben, s „személyes” tanácsadás igényelhető interneten keresztül is.

Az ételektől való félelem a biotermékek felé fordította a fogyasztókat, mely új fogyasztói szegmens megjelenését hozta létre. Mivel általában a biotermékek drágábbak a nagyüzemileg előállított termékeknél, csak egy szűkebb társadalmi réteg képes megfizetni e termékek fogyasztását. Az ár pedig e területen is megszülte a hamisítók körét, akik egyszerű átcímkezésével készítik az organikusnak mondott termékeket. Itt is számos tehát a kérdőjel, például mitől bio a bio, s mennyire megbízható a forrás? Csak a teljes transzparencia tenné lehetővé, hogy a vevők és az eladók közti információs aszimmetria csökkenjen, s megbízhatóan tudjuk, a termék honnan származik, milyen módon készült, s milyen hatással van a szervezetre és a környezetre (Goleman, 2009).

### Az étel el fog fogyni!

Miközben a Föld egyik felén hihetetlen bőség uralkodik és a választás zavara okoz stresszt, addig a másik felén az éhezés, a táplálék hiánya okoz problémát. 2009-ben több, mint egymilliárd ember éhezett a FAO adatai szerint (Forgács, 2010). Az élelmiszerhiány azokat is tülevésre ösztönzi, akiknek nem lenne okuk félni a hiánytól. Evolúciós örökségünk, hogy ha van mit enni, akkor enni kell, minél többet, hogy tartalékoljunk a szűkös időkre. Mindezzel részben magyarázni lehet a jóléti társadalmakban megjelenő egyre nagyobb mértékű elhízást, valamint a kontrollálhatatlan falásrohamokkal járó bulimia nervosát.

Az étel várható szűkössége újabb és újabb termesztési technológiák kialakítására ösztönzi a mezőgazdasági szakembereket. A nagyobb terméshozamot biztosító növényfajták termesztése lesz a kívánatos, hogy minél több embernek jusson a táplálékból. E termékek viszont sokszor sérülékenyebbek, mivel a tenyésztés közben csökken a fajta genetikai változatossága, így több mesterséges védelemre lesz szüksége a növényeknek. Sokan kongatnak vészharangot konkrét esetekre hivatkozva. Például egyes számítások szerint a banán unokáink számára lehet, hogy ismeretlen gyümölcs lesz. A nagy terméshozamot biztosító fajták sérülékenyebbek a gombás fertőzésekre, s ezek időnkénti megjelenése az egész banán-flórát veszélybe sodorhatják, mivel jelenleg csak néhány fajta uralja a banán termesztés területét.<sup>5</sup> (Bors, 2013)

Az éghajlatváltozás következtében emelkedő hőmérséklet, a csapadék hiánya a jelenlegi termőterületek közül jelentős mennyiségűt tesz alkalmatlanná a további termelésre. A klímaváltozás következtében csökkenő termőföldterületek kevesebb élelmiszer megtermelésére lesznek alkalmasak, miközben a világ túlnépesedése egyre több területet kívánna a mezőgazdasági termesztésbe bevonni. Mivel ez sok szempontból lehetetlen – vízkészlet hiánya, éghajlati adottságok, csapadékeloszlás egyenetlensége –, szükséges, hogy a bőtermő fajtákat keressük az élelem biztosításához. Újabb földterületek bevonása szinte megoldhatatlan, mivel már jelenleg is művelés alatt áll a művelhető területek jelentős része, s tovább gyorsítaná a klímaváltozást az erdők kiirtása révén termőterületekhez jutni.

Egy Bill és Melinda Gates Alapítvány által támogatott kutatásban a Nemzetközi Trópusi Mezőgazdasági Központ munkatársai arra a következtetésre jutottak, hogy a világ kakaótermelésének több, mint felét adó ghánai kakaóültetvények képtelenek lesznek ellátni a keresletet. Amennyiben 2050-re valóban 2,3 Celsius-fokkal emelkedik az átlaghőmérséklet a Földön, a jelenlegi termőterület a felére csökkenhet. Ennek következtében a csokoládé luxuscikké válik.<sup>6</sup>

Vannak becslések, melyek már 2020-ra jelentős (2,3–2,4 Celsius-fok) emelkedést jósolnak az átlaghőmérsékletben, ha nem csökkentjük az üvegházhatást növelő káros-anyag kibocsátást. Ha a jelenleg fennálló élelmiszer-elosztó rendszerekkel, hálózatokkal számolunk, a Föld élelmiszer-termelése nem lenne elegendő a 2020-ra 7,8 milliárdos emberiség teljes ellátására. Az argentinai alapítású környezetvédelmi szervezet, a Fundación Ecológica Universal amerikai tagozatának (FEU-US) nemrég közzé tett jelentése szerint búzából 14, rizsből 11, kukoricából pedig 9 százalékos hiány állna elő 2020-ra. Egyedül a szójabab esetében múltná felül a kínálat a keresletet mintegy 9 százalékkal. Ez a négy kultúrnövény biztosítja az emberiség legalapvetőbb táplálékát. Ez a hiány a becslések szerint 900 millió ember számára az éhínséget jelentené (Sipos, 2011)

A gabonanövények termésének csökkenése az állattenyésztést is érintené, hiszen a megtermelt gabonafélék mintegy 35 százalékát takarmányként használjuk fel (Sipos, 2011). Tovább csökkenti az élelmiszertermelésre szánt területek nagyságát az a tény is, hogy egyre nagyobb lesz annak a földterületnek az aránya, melyen a bioüzemanyag-gyárak megnövekedett kukoricaigényét elégítik ki a természetők. S még több termőföld bevonására lesz szükség az agro-üzemanyag előállításba, ha az Európai Unió teljesíteni kívánja azt a célkitűzését, miszerint 2020-ra a közlekedési üzemanyagok 10 százalékát megújuló energiaforrásokból szeretné előállítani. Afrikában máris jelentősen megnőtt az európai befektetők aránya, akik bioüzemanyag termelésre vállalkoztak, s mindez a helyi élelmiszerhiány növekedésével jár együtt.<sup>7</sup>

Modellszámítások alapján hazánk éghajlata néhány évtized múlva leginkább Észak-Bulgária és Dél-Románia jelenlegi éghajlatához fog hasonlítani. Emiatt eddig nem honos növények, gyomok jelenhetnek meg, melyek közül akár néhány mérgező jellegű is lehet, s bekerülhet az állati takarmányok közé. A kártevő vándorlások, az aszályok gyakorisága, a klímastresszelt növények termőképessége csökkenthetik a jelenlegi mezőgazdasági termelés hatékonyságát, a termények eltarthatóságát, állati és emberi fogyaszthatóságát. Szükséggé válik a klímát jobban elviselő fajok kiválasztása, kialakítása a fenntartható növénytermesztés és állattenyésztés stratégiájához (Farkas, 2013).

Sokan pont ezzel érvelek a genetikailag módosított élelmiszerek mellett, hogy túlélési szükségletünk lesz e mesterségesen előállított termények alkalmazása. Megint mások a banánéhoz hasonló sérülékenység kiiktatását látják lehetségesnek a genetikai élelmiszer-módosításokban. Megint mások egyenesen azt kutatják e téren, hogyan lehetne olyan élelmiszereket kreálni, melyek az emberi betegségek gyógyításában vagy megelőzésében játszhatnak szerepet. Ezek a kutatások viszont visszavezetnek bennünket az előző kérdéshez: félni kell-e az ételektől, mennyire megbízhatóak, nem jelentenek-e kockázatot egészségünkre? Több országban ma is megengedett a génmódosított élelmiszerek forgalmazása, s a lakosság a kezdeti ellenállás után lassan megbékélt a jelenséggel. Vagy pusztán a lélektani háritást látjuk? Úgy teszünk, mintha minden rendben lenne: ha egy jelenséget nem észlelünk, akkor az nincsen. A perceptuális háritás, az információfeldolgozás során az újabb ismeretek előtti kognitív zárás szolgálhatja lélektani egyensúlyunk megőrzését is, de szerepet játszhat számos betegség kialakulásában is. A táplálkozási zavarok többségében is megtaláljuk a kognitív torzításokat (Kruglanski, 2005).

## Kockázatészlelés

A különböző fogyasztói csoportok különböző módon fognak a médiaüzenetekre és az élelmiszerválságra válaszolni. Több kutatás irányult arra, hogy demográfiai szempontból próbálják meg leírni ezeket a csoportokat: nemük, iskolázottságuk, etnikumuk vagy jövedelmük alapján. További kutatásként lélektani szempontokat is figyelembe kell vennünk, például mely csoportok rendelkeznek alacsony vagy magas kockázatészleléssel, s ez hogyan hat magatartásukra.

Renn (2000) szerint a kockázat annak lehetősége, hogy az emberi tevékenységek vagy a természeti jelenségek következményei negatív hatással vannak arra, ami az emberek számára értéket jelent, azaz arra, amit az emberek szeretnek. A kockázat a fogyasztó szempontjából azonos a bizonytalanság érzésével és a veszély észlelésével.

A válsághelyzetekben a kockázat fogyasztói észlelése nem mindig arányos a fennálló kockázat valós szintjével. Az objektív kockázat meghatározásával szakértők foglal-

koznak, míg a szubjektív kockázat az, amit az egyes emberek megélnék, s ez alapján döntéseket hoznak. Megtévesztő lehet az is, hogy a fogyasztók ételre adott reakcióit kizárólag lineáris folyamatként értelmezzük, ahol van egy válsághelyzet, ehhez a krízishelyzethez kapcsolódó kommunikáció – a vállalat, iparág, vagy a kormány részéről –, a fogyasztókhoz pedig eljutnak ezek az üzenetek, és ők reagálnak ezekre (Wansink, 2004). Kétségtől nem ismerjük az egyes kockázatok hosszú távú, kumulatív vagy éppen a jövő generációt érintő hatásait, és az ezekre vonatkozó észlelés is eltérő lehet.

Eddigi kutatások alapján a baktériumok, a termék manipulálása és a rovarirtó-maradványok állnak a lista élén azokat az elemeket tekintve, amelyek a legnagyobb valószínűséggel jelentenek kockázatot az egészségre. Az elmúlt öt évben növekvő aggodalmak kapcsolódtak az élelmiszermanipuláláshoz és a biotechnológiához is. Etikai kérdéseket vet fel, hogy a növekvő, élelmiszerbiztonsággal kapcsolatos félelmek legtöbbször a közvetlen emberi beavatkozásokhoz kapcsolhatóak (Wansink, 2004).

Jelenleg az élelmiszerbiztonsági válsághelyzetek iránti tudatosság elsősorban a

médiából származik. A média nemcsak informálni tudja, hanem meg is tudja ijeszteni a nyilvánosságot. A veszélyekről szóló hírek inkább figyelmeztetőek, mint megnyugtatóak, ritkán használnak statisztikákat, hogy bemutassák a kockázat valós mértékét, gyakoriak az általánosítások. Dominánsabb elem a szenzációkeltés a nézettség növelésének érdekében, mint a tényleges informálás.

Az élelmiszerválságokkal kapcsolatos információközvetítés esetében a kutatások azt mutatták, hogy a média sokkal befolyásosabb, mint a közvetlen emberi kommunikáció. 1998 áprilisában végzett empirikus kutatások szerint a tömegkommunikációs eszközöknek negatív hatása volt a fogyasztók kockázatészlelésére, egészséggel kapcsolatos

*Az élelmiszerválságokkal kapcsolatos információközvetítés esetében a kutatások azt mutatták, hogy a média sokkal befolyásosabb, mint a közvetlen emberi kommunikáció. 1998 áprilisában végzett empirikus kutatások szerint a tömegkommunikációs eszközöknek negatív hatása volt a fogyasztók kockázatészlelésére, egészséggel kapcsolatos aggodalmaira, a húsfogyasztással kapcsolatos attitűdjeire és viselkedésére. A sajtó riasztó híreihez képest a személyes kommunikációnak – például hentesekkel – csak csekély hatása volt a fogyasztó döntéshozására (Wansink, 2004).*

aggodalmaira, a húsfogyasztással kapcsolatos attitűdjeire és viselkedésére. A sajtó riasztó híreihez képest a személyes kommunikációnak – például hentesekkel – csak csekély hatása volt a fogyasztó döntéshozására (*Wansink, 2004*).

Ha jobban megismerjük a fogyasztói kockázatészlelést, s árnyaltabban le tudjuk írni ennek hatását a fogyasztói magatartásra, jobb stratégiákat tudunk kidolgozni e csoportok megszólítására. A válsághelyzetek megoldása a hatékonyabb kommunikációs erőfeszítésekben vagy a termékkészletet is figyelembe vevő drasztikusabb intézkedésekben (mint például visszahívás vagy termékbeszűntetés, jelentős pénzbírságok, a termék nevesítése a hírekben) rejlik. A klímaváltozáshoz való alkalmazkodás során meg kell jelennie a veszélyelemzés és kockázatkezelés megvalósításának az élelmiszerbiztonság területén. Fontosak az úgynevezett jó gyakorlatok, és a multidiszciplináris együttműködés s kutatás-fejlesztés területén.

Fontos volna növelni a vásárlói tudatosságot is. A mai élelmiszerfogyasztás megfelel a globalizált élelmiszerpolitikának. Nem gondolunk például arra, hogy a megvásárolt termékben benne van a szállítás ára. A szállítás – sokszor hajón, repülőn, földrészeken átvélve – földünk szennyezettségét is növeli. Egy ausztrál bor európai asztalra kerülése minimum 9,4 kg kőolaj felhasználásába és 29,3 kg szén-dioxid kibocsátásába kerül (*Ongaro, 2011*), mely mind hozzájárul környezetünk változásához. Ennek felismerésével létrejöttek az úgynevezett nulla-kilométeres termékek, sőt éttermek is. Ezek lényege, hogy csak olyan élelmiszer alapanyagokat használnak fel, melyeket 100 km-es körzetben belül termeltek meg, így növelve az élelmiszerek eredetének, minőségének megbízhatóságát, minimalizálva a távolságot a termelők és a fogyasztók közt. Ez azzal a jótékony hatással is jár – és ezt közvetlenül a fogyasztó is érzi –, hogy áraikat 20–30 százalékkal alacsonyabban tudják tartani.

A transzparencia növelése, vagyis a termékekről szóló nagyobb és jobb informálás csak akkor érhet el hatást, ha a vevők igénye is találkozik ezzel, vagyis nő az ökológiai intelligenciánk a jövőnk érdekében. Prevenációs szempontként fontos elem lehet az iskolai média és fogyasztói tudatosságra nevelés, valamint a helyes életmód, a környezettudatosság és a táplálkozási szokások kialakítása kora gyermekkortól fogva.

## Jegyzetek

<sup>1</sup> *A magyar határt karcolja a lóhús-botrány.* (2013. 02. 01.) 2013. 03. 06-i megtekintés, hvg.hu, [http://hvg.hu/vilag/20130221\\_Lohus\\_ausztria\\_utolsó\\_megtekintés\\_2013-03-06](http://hvg.hu/vilag/20130221_Lohus_ausztria_utolsó_megtekintés_2013-03-06)

<sup>2</sup> *Patkánymérég lehet egy vaníliás nápolyiban.* (2013. 01. 22.) 2013. 03. 06-i megtekintés, Origo, <http://www.origo.hu/itthon/20130122-patkanymereg-lehet-a-vanilias-ostyaban.html>

<sup>3</sup> *Aflatoxin a magyar tejben is.* (2013. 03. 04.) 2013. 03. 06-i megtekintés, Magyar Hírlap Online, <http://www.magyarhirnap.hu/aflatoxin-a-magyar-tejben>

<sup>4</sup> *Génmódosított kukoricát vetettek Baranyában.* (2011. 07. 08.) 2012. 06. 21-i megtekintés, Index, [http://index.hu/gazdasag/magyar/2011/07/08/genmodositott\\_buzat\\_vetettek\\_baranyaban/](http://index.hu/gazdasag/magyar/2011/07/08/genmodositott_buzat_vetettek_baranyaban/)

<sup>5</sup> *Unokáink már nem ehetnek banánt.* (2013. 02. 24.) 2013. 03. 06-i megtekintés, Bors Online, [http://www.borsonline.hu/20130224\\_unokaink\\_mar\\_nem\\_ehetnek\\_banant](http://www.borsonline.hu/20130224_unokaink_mar_nem_ehetnek_banant)

<sup>6</sup> *Újra luxuscikké válhat a csokoládé a klímaváltozás miatt.* (2011. 12. 27.) 2013. 03. 06-i megtekintés, Medical Online, [http://www.medicalonline.hu/taplalkozas/cikk/ujra\\_luxuscikke\\_valhat\\_a\\_csokolade\\_a\\_klimavaltozas\\_miatt](http://www.medicalonline.hu/taplalkozas/cikk/ujra_luxuscikke_valhat_a_csokolade_a_klimavaltozas_miatt)

<sup>7</sup> *Éhezéshez vezet Afrikában az európai zöld üzemanyag.* (2013. 01. 22.) 2013. 03. 06-i megtekintés, <http://www.origo.hu/idojaras/20100830-biouzemanyag-karos-hatasok-ehezest-okoz-afrikaban-az-europai-zold.html>



## Köszönetnyilvánítás

A kutatás A TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0064 azonosító számmal ellátott „Az éghajlatváltozásból eredő időjárási szélsőségek regionális hatásai és a kárenyhítés lehetőségei a következő évtizedekben” elnevezésű projekt, „Az éghajlatváltozással kapcsola-

tos attitűd, mentalitás, történeti és kortárs alakzatok, A klímaváltozás okainak és következményeinek etikai szempontú vizsgálata és pedagógiai vonatkozásai” című alprojekt keretében zajlott.

## Irodalomjegyzék

Berke Szilárd és Molnár Eszter (2006) Reklámstratégia a funkcionális élelmiszerek piacán. *Élelmiszer, táplálkozás és marketing*, 3. 1. sz. 19–30.

Dudás Kata és Túry Ferenc (2008): Orthorexia nervosa: az egészségesétel-függőség mint a legújabb evészavarok egyike. *Mentálhigiéne és pszichoszomatika*, 9. 2. sz. 125–137.

Farkas József, Beczner Judit, Szeitzné Szabó Mária, Kovács Melinda, Varga János és Varga László (2013): A kárpát-medence éghajlatváltozásának kihatása élelmiszer-biztonságunkra. *Magyar Tudomány*, 2. sz. 147–158.

Forgács Attila (2010) Médiatünetek és evészavarok. *Magyar Tudomány*, 11. sz. 1300–1305.

Fürediné Kovács Annamária (2008): *A fogyasztók egészségügyi kockázatelemzése és kockázatredukciós magatartásának vizsgálata*. Doktori (Phd) értekezés. Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Marketing Intézet, Gödöllő.

Goleman, D. (2009): *Zöld út a jövőbe. A tudatos vásárlás mindent megváltoztathat*. Nyitott Könyvműhely, Budapest.

Kruglanski, A. (2005): *A zárt gondolkodás pszichológiája*. Osiris Kiadó, Budapest.

Ongaro, Ph. dr. (2011): *Úgy egyél, hogy jól legyél!* HVG Kiadó Zrt., Budapest.

Renn, O. (2000): *Risiken und ihre Rolle in der Gesellschaft*. 2013. 03. 13-i megtekintés, [http://ec.europa.eu/food/risk/session1\\_1\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/food/risk/session1_1_de.pdf)

Sipos Géza (2011): *Éhínséget okoz és étlapot cserél a klímaváltozás*. 2013. 03. 06-i megtekintés, <http://www.origo.hu/idojaras/20110118-elelmiszer-ehezes-felmelegedes-etlapot-cserel-es-ehinseget-okoz-a.html>

Song, H. és Schwarz, N. (2009): If It's Difficult to Pronounce, It Must Be Risky: Fluency, Familiarity, and Risk Perception. *Psychological Science*, 20. sz. 135–138.

Túry Ferenc és Szabó Pál (2000) *A táplálkozási magatartás zavarai*. Medicina Könyvkiadó Rt., Budapest.

Wansink, B. (2004): Consumer Reactions to Food Safety Crises. *Advances in Food and Nutrition Research*, 48. sz. 103–150.

**Tóth-Márhoffer Márta**  
Pannon Egyetem, MFTK,  
Tanárképző Központ