

Ειδικό άρθρο Special article

Διαταραχές πρόσληψης τροφής και μέσα μαζικής επικοινωνίας

Α. Περουτσή,¹ Φ. Γονιδάκης²

¹London Centre of Management, Cavendish College, UK, ²Μονάδα Διαταραχών Πρόσληψης Τροφής, Α' Ψυχιατρική Κλινική Ιατρική Σχολή, Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αιγινήτειο Νοσοκομείο, Αθήνα

Ψυχιατρική 2011, 22:231–239

Οι διαταραχές πρόσληψης τροφής (ΔΠΤ) έχουν εξελιχθεί σε ένα σοβαρό ιατρικό και κοινωνικό πρόβλημα τα τελευταία πενήντα έτη. Σύμφωνα με τα μέχρι στιγμής ερευνητικά δεδομένα, οι ΔΠΤ προκύπτουν από μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση παραγόντων. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η επίδραση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ) στην αιτιοπαθογένεια των ΔΠΤ μπορεί να θεωρηθεί ως ένας από τους προδιαθεσικούς παράγοντες. Η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας δείχνει ότι η επίδραση των ΜΜΕ στην εκδήλωση και διαίωνιση των ΔΠΤ είναι σημαντική. Τα ΜΜΕ συμβάλλουν στην προβολή του ιδανικού της ισχνότητας ως μέσου για την απόκτηση κοινωνικής καταξίωσης και επιτυχίας. Επίσης, προβάλλουν τη δίαιτα και τη στέρση της τροφής ως τρόπο ζωής και αποδεκτά κοινωνικά πρακτικά. Έχει βρεθεί ότι η κύρια πηγή ενημέρωσης του κοινού για τις ΔΠΤ είναι τα ΜΜΕ. Υπό αυτό το πρίσμα τα ΜΜΕ μπορεί να αποκτήσουν έναν διαφορετικό ρόλο, καθώς η δυνατότητά τους να απευθύνονται στο ευρύ κοινό μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προαγάγει την πρόληψη και έγκαιρη αντιμετώπιση των ΔΠΤ.

Λέξεις ευρετηρίου: Διαταραχές πρόσληψης τροφής, μέσα μαζικής επικοινωνίας, ψυχογενής ανορεξία, ψυχογενής βουλιμία, δίαιτα

Εισαγωγή

Οι διαταραχές πρόσληψης τροφής (ΔΠΤ) έχουν εξελιχθεί σε ένα σοβαρό ιατρικό και κοινωνικό πρόβλημα τα τελευταία πενήντα έτη. Το γεγονός ότι προσβάλλουν κυρίως νέα κορίτσια από 13 έως 20 ετών καθώς και η αυξημένη θνησιμότητα που παρατηρείται κυρίως στην ψυχογενή ανορεξία, έχουν προβληματίσει τους ειδικούς και την κοινή γνώμη. Ο προβληματισμός αυτός έχει στραφεί στους παράγοντες που πιθανώς συμβάλλουν στην εμφάνιση των ΔΠΤ και στην αύξηση της συχνότητάς τους στο δεύτερο μισό του 20ού αιώνα.

Σύμφωνα με τα μέχρι στιγμής ερευνητικά δεδομένα, οι ΔΠΤ προκύπτουν από μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση παραγόντων.^{1,2} Οι παράγοντες αυτοί είναι τόσο βιολογικοί, όπως είναι η εγκεφαλική λειτουργία και το γονιδίωμα, όσο και ψυχοκοινωνικοί, όπως είναι η προνοσηρή προσωπικότητα της ασθενούς, το κλίμα της οικογένειας, στρεσογόνα γεγονότα ζωής και τα πρότυπα ομορφιάς των Δυτικών κοινωνιών.^{1,2} Κανένας όμως από τους παραπάνω παράγοντες δεν θεωρείται μέχρι τώρα επαρκής για να εξηγήσει από μόνος του την εμφάνιση κάποιας ΔΠΤ σε μια νέα γυναίκα. Ο Garner³ στη δεκαετία του 1990 πρότεινε ένα αιτιολογικό μοντέλο για την ψυχογενή

ανορεξία, σύμφωνα με το οποίο οι παράγοντες που συμμετέχουν στην εμφάνιση και τη συντήρηση της διαταραχής χωρίζονται σε τρεις μεγάλες κατηγορίες: τους προδιαθεσικούς παράγοντες, τους εκλυτικούς παράγοντες και τους παράγοντες διαιώνισης. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η επίδραση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ) στην αιτιοπαθογένεια των ΔΠΤ μπορεί να θεωρηθεί ως ένας από τους προδιαθεσικούς παράγοντες.

Η «ισχνή ομορφιά» στον 20ό και 21ο αιώνα

Η αύξηση της συχνότητας των ΔΠΤ που παρατηρήθηκε μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική έχει συνδεθεί από πολλούς συγγραφείς με τη μεταβολή των γυναικείων προτύπων ομορφιάς. Σύμφωνα με τα «νέα δεδομένα», τα οποία είχαν ξεκινήσει ήδη από τα τέλη του 19ου αιώνα και κορυφώθηκαν μετά το 1960, η όμορφη γυναίκα των δυτικών κοινωνιών έπρεπε να είναι ιδιαίτερα λεπτή.

Στη δεκαετία του 1980 ο Garner et al⁴ συγκέντρωσαν τα καταγεγραμμένα σωματικά βάρη των νεαρών υποψηφίων για τον διαγωνισμό ομορφιάς των ΗΠΑ ("Miss America") της χρονικής περιόδου 1959 έως 1978. Το συμπέρασμα της μελέτης ήταν ότι, σε σύγκριση με τα αντίστοιχα επίσημα στοιχεία για τον γενικό πληθυσμό των ΗΠΑ, οι Αμερικανίδες «καλλονές» είχαν βάρος αντίστοιχο με το 87,6% του βάρους της μέσης Αμερικανίδας, για την περίοδο 1959–1970. Το αντίστοιχο ποσοστό για την περίοδο 1970–1978 ήταν 84,6%. Για κάθε χρονιά που κατέγραψαν οι ερευνητές, το σωματικό βάρος των υποψηφίων "Miss America" ελαττωνόταν συνεχώς, περίπου κατά 130 γραμμάρια ανά έτος.

Μια άλλη ενδιαφέρουσα έρευνα πραγματοποιήθηκε από τους Silverstein et al,⁵ σε μια προσπάθεια να προσδιορίσουν ακριβώς τις χρονικές περιόδους κατά τις οποίες το ισχνό πρότυπο ομορφιάς έκανε την εμφάνισή του στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), και εν συνεχεία να διερευνήσουν την ενδεχόμενη σύνδεσή του με τις ΔΠΤ. Η έρευνα επικεντρώθηκε στα τεύχη δύο μεγάλων σε κυκλοφορία γυναικείων περιοδικών, του "Vogue" και του "Ladies Home Journal", για οκτώ συνεχόμενες δεκαετίες του 20ού αιώνα – δηλαδή από το 1901 έως το 1981. Μετρήθηκαν και συγκρίθηκαν οι σωματικές διαστά-

σεις των μοντέλων που πόζαζαν σε αυτά. Βρέθηκε ότι τα κορίτσια που προβάλλονταν ως πρότυπα ομορφιάς ήταν ιδιαιτέρως λεπτά κατά τη διάρκεια δύο χρονικών περιόδων: (α) από το 1909 έως το 1929, και (β) από το 1949 έως το 1981. Όπως επεσήμαναν οι ερευνητές, οι χρονικές αυτές περιόδους συμπίπτουν με τις περιόδους αυξημένης εκδήλωσης περιστατικών «αυτοπροκαλούμενης ασιτίας». Βέβαια, στις αρχές του 20ού αιώνα η καταγραφή των ασθενών που έπασχαν από ΔΠΤ δεν γινόταν δυστυχώς με λεπτομερή και μεθοδικό τρόπο.

Σε μία παρόμοια μελέτη⁶ οι ερευνητές συνέκριναν τους σωματότυπους των κοριτσιών που πόζαζαν στο περιοδικό Playboy κατά τα χρόνια 1978–1998. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι και τα «κουνελάκια» του συγκεκριμένου περιοδικού επηρεάστηκαν από το πρότυπο της ισχνότητας και με το πέρασμα των δεκαετιών απέκτησαν λεπτότερο σώμα. Την ίδια χρονική περίοδο, μία άλλη μελέτη⁷ αξιολόγησε τα αντρικά πρότυπα που προβάλλονταν στο περιοδικό Playgirl στα τεύχη που κυκλοφόρησαν διαδοχικά από το 1973 έως το 1997. Το αντίστοιχο συμπέρασμα είναι ότι οι άνδρες που απεικονίζονταν στο συγκεκριμένο περιοδικό ήταν ολοένα και περισσότερο μυώδεις.

Από τις παραπάνω μελέτες προκύπτει το συμπέρασμα ότι μέσα στον 20ό αιώνα παρατηρείται μια αλλαγή στον γυναικείο και τον ανδρικό σωματότυπο, η οποία προβάλλεται από τα ΜΜΕ ως μοντέλο της ομορφιάς. Το καλλίγραμμα γυναικείο σώμα ως όχημα κομψότητας ή αισθησιασμού γίνεται προοδευτικά λεπτότερο και περισσότερο μυώδες, με λιγότερες καμπύλες στην περιοχή της κοιλιάς, της πυέλου και των μηρών. Ταυτόχρονα, απομακρύνεται προοδευτικά από τον μέσο σωματότυπο των γυναικών, δηλαδή γίνεται όλο και περισσότερο εξωπραγματικό.

Εφηβεία-Δυσαρέσκεια από το σώμα και Δίαιτα

Το ιδανικό της «ισχνής ομορφιάς», όπως διαμορφώθηκε τις τελευταίες δεκαετίες, επηρεάζει σημαντικά τους νέους ανθρώπους και ιδιαίτερα τους εφήβους. Το αποτέλεσμα είναι ένα σημαντικό ποσοστό των εφήβων να νιώθει έντονη δυσαρέσκεια για το σώμα του και να διαμορφώνει στερητικές διατροφι-

κές συνήθειες που πολλές φορές είναι ο προπομπός των ΔΠΤ.

Σημαντικός αριθμός μελετών καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι έφηβες θέλουν να φαίνονται λεπτότερες, ενώ οι έφηβοι πιο δυνατοί και μυώδεις.⁸⁻¹⁰ Τα κορίτσια που φοιτούν στο γυμνάσιο θα ήθελαν να είναι πιο λεπτά σε ποσοστό 42%.¹¹ Το 81% των παιδιών ηλικίας 10 ετών φοβάται μήπως παχύνει.¹² Το 46% των παιδιών ηλικίας 9-11 ετών απάντησε ότι «ενίστε» ή «πολύ συχνά» κάνει δίαιτα, ενώ το 82% των οικογενειών τους κάνει επίσης δίαιτα «ενίστε» ή «πολύ συχνά».¹³ Στην Ελλάδα, μία μελέτη που έγινε σε πρωτοετείς φοιτήτριες διαιτολογίας έδειξε ότι 15% των ερωτηθέντων έκανε δίαιτα το τελευταίο έτος, ενώ περίπου το 1/3 των κοριτσιών είχε διαταραγμένες στάσεις απέναντι στο φαγητό.¹⁴

Πώς σχετίζονται όμως τα παραπάνω ευρήματα με την έναρξη των ΔΠΤ; Οι μελέτες που αναφέρθηκαν έδειξαν ότι στην εφηβεία η ανησυχία και το άγχος για το βάρος και την εικόνα του σώματος, ιδιαίτερα στα κορίτσια, αυξάνει κατακόρυφα. Πιθανώς το παραπάνω να συνδέεται με το ιδανικό της γυναικείας ισχύτητας που κυριαρχεί στον Δυτικό πολιτισμό τις τελευταίες δεκαετίες και το οποίο προβάλλεται εντονότατα από τα ΜΜΕ.¹⁵ Η άποψη που υποστηρίζει ότι τα κορίτσια που πάσχουν από ΔΠΤ ήθελαν να αδυνατίσουν ώστε να γίνουν πιο όμορφα, ή ότι ήθελαν απλώς να προσεγγίσουν τα πρότυπα ομορφιάς που βλέπουν στα ΜΜΕ, αν και είναι μάλλον μια υπεραπλουστευμένη εκδοχή που δεν συνυπολογίζει τους άλλους αιτιοπαθογενετικούς παράγοντες, πιθανώς έχει κάποια ψήγματα αλήθειας, καθώς εξηγεί την εμμονή που παρατηρούμε στα έφηβα κορίτσια σχετικά με το βάρος και τις αναλογίες του σώματός τους. Μία εμμονή η οποία καταλήγει σε εξαντλητικές δίαιτες ή σε ιδιόμορφες διατροφικές συνήθειες που, για κάποια κορίτσια, είναι τα πρώτα συμπτώματα της ΔΠΤ. Μια πρόσφατη μελέτη έδειξε ότι τα κορίτσια που κάνουν συχνά δίαιτα είναι 12 φορές πιο επιρρεπή σε επεισόδια υπερφαγίας από τα κορίτσια που δεν κάνουν δίαιτα.¹⁶

Τα ΜΜΕ και τα πρότυπα της ομορφιάς

Αν το ισχνό πρότυπο ομορφιάς συμβάλλει στην εκδήλωση των ΔΠΤ ιδιαίτερα σε εφήβους και νέους ενήλικες, το ερώτημα που λογικά διαμορφώνεται

αφορά στον υπεύθυνο φορέα για τη διάδοση των προτύπων αυτών, δηλαδή τα ΜΜΕ. Όπως είδαμε, από το 1960 και έπειτα τα ΜΜΕ μεταφέρουν ως επί το πλείστον την επικρατούσα εικόνα του ισχνού, αποστεωμένου και σχεδόν άφυλου σώματος, επηρεάζοντας σε αρκετά σημαντικό βαθμό τις γενιές των νέων κοριτσιών.

Όπως υποστηρίζει η Brownel,¹⁷ η «αναζήτηση του τέλειου σώματος» υποκινείται από δύο βασικές πεποιθήσεις. Πρώτον, ότι είναι δυνατό να αγγίξει κάποιος το αισθητικό ιδεώδες εάν ακολουθήσει την κατάλληλη δίαιτα, το κατάλληλο πρόγραμμα σωματικής άσκησης και εάν καταβάλει την ανάλογη προσπάθεια. Και δεύτερον, ότι αφού το «ιδανικό σώμα» έχει επιτευχθεί, έπονται σημαντικά «ανταλλάγματα», όπως επαγγελματική καταξίωση, χρήματα, ευτυχία και γοητεία.

Τι γίνεται όμως όταν το προβαλλόμενο πρότυπο ομορφιάς είναι εξωπραγματικά ισχνό; Χαρακτηριστικά, σήμερα υπολογίζεται ότι η μέση Αμερικανίδα γυναίκα έχει ύψος 1,63 m και ζυγίζει 63,5 kg, ενώ το μέσο μοντέλο στην Αμερική έχει ύψος 1,80 m και ζυγίζει 53 kg.^{18,19} Πολλές μελέτες έχουν ασχοληθεί με τις ολοένα και πιο συρρικνωμένες διαστάσεις των γυναικών, που προβάλλονται ως πρότυπο ομορφιάς μετά το 1950.^{8,18-20} Την ίδια στιγμή, τα στατιστικά στοιχεία για τον πληθυσμό της Βορείου Αμερικής και της Ευρώπης καταδεικνύουν ότι το βάρος της μέσης Αμερικανίδας και Ευρωπαϊάς έχει αυξηθεί.^{8,18-20}

Κατά τα φαινόμενα, το «ιδανικό σώμα», όπως προβάλλεται, διαφέρει πολύ από τα φυσιολογικά κριτήρια που ορίζουν τον ανθρώπινο οργανισμό. Συγκεκριμένα, μια υγιής γυναίκα έχει ποσοστό λίπους στο σώμα της το οποίο κυμαίνεται περίπου από 22% έως 25%. Ωστόσο, το εντυπωσιακό σώμα των φωτομοντέλων, των διασημοτήτων κ.λπ., εκτιμάται ότι έχει ποσοστό λίπους που κυμαίνεται μόλις από 10 έως 15%.²¹ Φυσικά, αυτό το ισχνό ιδεώδες σώμα απαιτεί πολλές ώρες σωματικής άσκησης για να επιτευχθεί. Για παράδειγμα, αναφέρεται ότι οι διεκδικήτριες διαγωνισμών ομορφιάς στις ΗΠΑ γυμνάζονται έως και 35 ώρες κάθε εβδομάδα – αρκετά περισσότερο δηλαδή απ' ό,τι ένα ισορροπημένο και ιατρικά ενδεδειγμένο πρόγραμμα γυμναστικής που θα ωφελούσε την υγεία.²¹

Τα ΜΜΕ, τα πρότυπα ομορφιάς και οι σημαντικοί άλλοι

Το προβαλλόμενο πρότυπο του ισχνού γυναικείου σώματος δεν επηρεάζει μόνο τα κορίτσια αλλά και τα σημαντικά για αυτά πρόσωπα, όπως είναι τα μέλη της οικογένειάς τους και τα αγόρια. Ορισμένοι συγγραφείς εκφράζουν τον προβληματισμό ότι τα λεπτά σώματα των μοντέλων και γενικότερα των γυναικών που προβάλλονται από τα ΜΜΕ εξοικειώνουν το κοινό με το ανορεκτικό σώμα. Το αρνητικό αποτέλεσμα είναι διπλό. Τα μέλη της οικογένειας αργούν να αντιδράσουν στην απίσχνανση της νέας κοπέλας ή, ακόμα χειρότερα, στην αρχή την επαινούν για την απώλεια βάρους που πέτυχε και για την πιστή τήρηση της δίαιτας και του προγράμματος άσκησης.²² Στα αγόρια η κύρια επίδραση των ΜΜΕ αφορά στην επιδοκμασία του λεπτού σώματος στις γυναίκες.²³ Αυτό το αποτέλεσμα προσθέτει μια άκρως ενδιαφέρουσα διάσταση. Οι Hargreaves & Tiggemann²⁴ υποστηρίζουν ότι τα ΜΜΕ ασκούν μια έμμεση επίδραση στην εικόνα σώματος των νεαρών γυναικών, μέσω της επιρροής που ασκούν στις προσδοκίες που αναπτύσσουν τα αγόρια αναφορικά με την εξωπραγματικά αδύνατη εμφάνιση των γυναικών.

ΜΜΕ και δυσaréσκεια με το σώμα

Αν τα ΜΜΕ προβάλλουν τόσο έντονα την εικόνα της ισχνά όμορφης γυναίκας που έχει επιτυχία, λάμψη και γοητεία, τι γίνεται με την τηλεθεάτρια ή την αναγνώστριά η οποία δεν διαθέτει αυτό το ισχνό και γυμνασμένο σώμα που βλέπει να χαμογελά απέναντί της;

Σε ανασκόπηση 25 μελετών όπου οι ερευνητές έδειχναν σε γυναίκες υλικό από ΜΜΕ όπου απεικονίζονταν γυναίκες με ποικίλους σωματότυπους και στη συνέχεια κατέγραφαν τις αντιδράσεις τους, φάνηκε ότι σχεδόν όλες οι συμμετέχουσες εξέφραζαν ιδιαίτερη δυσaréσκεια για το σώμα τους όταν είχαν δει αδύνατα μοντέλα.²⁵ Αντίθετα, όταν παρακολούθησαν εικόνες με γυναίκες που είχαν πιο συνηθισμένο και με φυσιολογικές καμπύλες σωματότυπο, αισθάνθηκαν πολύ καλύτερα. Η επίδραση των εικόνων ήταν πολύ ισχυρότερη στις γυναίκες που είχαν ηλικία κάτω των 19 ετών. Όπως αναφέρουν οι συγγραφείς, «το συμπέρασμα που προκύπτει από το σύνολο των 25 μελετών είναι ότι πράγματι φαίνεται να ισχύει η κοινωνικο-πολιτισμική θεωρία που θέλει

τα ΜΜΕ να δημιουργούν και να προωθούν ένα πρότυπο ομορφιάς που καθοδηγεί τις νεαρές γυναίκες στο να νιώθουν δυσaréσκεια για το σώμα τους».²⁵

Μια εντυπωσιακή ερευνητική προσέγγιση της συσχέτισης των ΜΜΕ με την εικόνα του σώματος και τη δυσaréσκεια γι' αυτό, είναι το «παράδειγμα των νησιών Φίτζι».²⁶ Στη μελέτη αυτή οι ερευνητές επέλεξαν να ερευνήσουν έναν «μιντιακά αφελή» πληθυσμό, που ζούσε επί αιώνες μακριά από την επιρροή των προτύπων του Δυτικού πολιτισμού. Επέλεξαν ως δείγμα μαθήτριες των νησιών Φίτζι και μελέτησαν τη στάση τους απέναντι στο σώμα και τη διατροφή τους, σε συνδυασμό με τη συχνότητα παρακολούθησης των «νεοφερμένων» δυτικών προγραμμάτων στην τηλεόραση. Τα αποτελέσματα είχαν εξαιρετικό ενδιαφέρον, αφού επιβεβαίωσαν ότι τα κορίτσια που έβλεπαν τηλεόραση περισσότερες ώρες κάθε μέρα, εκδήλωναν σαφώς πιο διαταραγμένες στάσεις. Οι παραπάνω μελέτες επιβεβαιώνουν την υπόθεση ότι τα ΜΜΕ προωθούν και συντηρούν τη λεγόμενη «εξ ορισμού δυσaréσκεια» ("normative discontent") που νιώθουν οι γυναίκες των Δυτικών κοινωνιών για την εικόνα του σώματός τους.¹⁸

Ωστόσο, είναι πιθανόν η σχέση των ΜΜΕ με τη δυσaréσκεια από το σώμα να είναι περισσότερο πολύπλοκη απ' ό,τι δείχνει η πρώτη ανάγνωση των ερευνών, καθώς αποτελέσματα από άλλες μελέτες δίνουν μία διαφορετική διάσταση στο θέμα. Οι μελέτες αυτές δείχνουν ότι ισχύει και η ανάστροφη σχέση, δηλαδή τα κορίτσια που έχουν συμπτωματολογία ΔΠΤ διαβάζουν με ζήλο περιοδικά μόδας ή παρακολουθούν ανάλογες εκπομπές στην τηλεόραση. Αναλυτικότερα, οι Tiggemann et al²⁷ προσπάθησαν να δώσουν μια απάντηση στο ερώτημα «γιατί τα νέα κορίτσια επιδιώκουν να γίνουν πιο αδύνατα», μελετώντας ένα δείγμα δεκαεξάχρονων κοριτσιών. Ο ισχυρότερος αιτιολογικός παράγων που φάνηκε να συνδέεται με την ισχνοέφεση ήταν κυρίως τα ΜΜΕ. Όμως το αποτέλεσμα που εξέπληξε τους ερευνητές ήταν ότι τα κορίτσια είχαν πλήρη επίγνωση του ρόλου που ασκούσαν τα ΜΜΕ στις επιλογές τους και στην επιθυμία τους να γίνουν λεπτότερες. Όπως αναφέρουν οι συγγραφείς, ήταν αρκετά συνειδητοποιημένες για τον πιθανό ρόλο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης ως «διαμορφωτή της προσωπικής τους εικόνας».²⁷

Άλλες μελέτες δείχνουν ότι τα άτομα που νιώθουν ήδη δυσαρεστημένα με το σώμα τους αναζητούν τα ΜΜΕ – και ως επί το πλείστον τα «γυναικεία» περιοδικά – «ώστε να πάρουν επιπρόσθετες πληροφορίες για τους τρόπους βελτίωσης της εικόνας τους». Δηλαδή, τα άτομα που έχουν προδιάθεση να εκδηλώσουν ΔΠΤ, ή που νοσούν ήδη, χρησιμοποιούν τα ΜΜΕ ώστε να ενημερωθούν και να αντιγράψουν τρόπους προσέγγισης του λεπτού σώματος που επιδιώκουν να αποκτήσουν.^{9,28,29} Πολλές γυναίκες που πάσχουν ήδη από ψυχογενή ανορεξία, χαρακτηρίζουν τη σχέση τους με τα περιοδικά μόδας ως «σχέση εξάρτησης». Μάλιστα αναφέρουν ότι έγιναν περισσότερο φανατικές αναγνώστριες μετά την εκδήλωση της ασθένειάς τους.²⁹

ΜΜΕ και δίαιτα

Οι δίαιτες αδυνατίσματος αναδεικνύονται ως ένα από τα πλέον αγαπημένα θέματα των περιοδικών και των τηλεοπτικών προγραμμάτων που απευθύνονται στις γυναίκες. Οι Anderson & DiDomenico,³⁰ συγκρίνοντας αντρικά και γυναικεία περιοδικά, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι εμπορικές προωθήσεις που σχετίζονται με δίαιτες στα γυναικεία έντυπα είναι κατά 10,5 φορές περισσότερες σε σύγκριση με εκείνες των ανδρικών εντύπων. Παράλληλα, μελέτη που είχε ως αντικείμενο έρευνας το περιεχόμενο περιοδικών που κυκλοφόρησαν από το 1973 έως το 1991, κατέδειξε την εντυπωσιακή, βαθμιαία αύξηση των διαφημίσεων που αφορούν σε είδη και τρόφιμα αδυνατίσματος.²⁰

Το θέμα της εμπορικής εκμετάλλευσης του προβαλλόμενου ισχνού προτύπου από τη βιομηχανία της δίαιτας και των προϊόντων ομορφιάς, έχει ασχολήσει αρκετά τους ερευνητές. Ορισμένοι συγγραφείς υπογραμμίζουν ότι η βιομηχανία της ομορφιάς επενδύει στην υπερτονισμένη αξία της εξωτερικής εμφάνισης των γυναικών, καθώς κάτι τέτοιο ενισχύει μια καταναλωτική κουλτούρα όπου η απάντηση σε κάθε πρόβλημα μπορεί να δοθεί αγοράζοντας ένα διαφημιζόμενο προϊόν που θα βελτιώσει δραματικά την εμφάνιση του ατόμου.^{18,22,31,32} Όπως υποστηρίζει η διάσημη Αμερικανίδα συγγραφέας και πολιτική αναλύτρια Naomi Wolf, «ο πολιτισμός μας αποδυναμώνει τις γυναίκες, με το να τις κρατά φυλακισμένες σε ένα ανέφικτο πρότυπο ομορφιάς».³¹

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το πρότυπο της αδύνατης γυναίκας που έτυχε προβολής κατά τα τελευταία 50 χρόνια, δεν εξυπηρετεί μόνο τη βιομηχανία της δίαιτας, αλλά και μια δεύτερη βιομηχανία: αυτή που σχετίζεται με τη γυμναστική.³³ Κάθε χρόνο ξοδεύονται απίστευτα μεγάλα χρηματικά ποσά στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ με αφορμή το «χτίσιμο» ενός λεπτού και καλογυμνασμένου σώματος.³⁴

ΜΜΕ και Διαταραχές Πρόσληψης Τροφής

Οι Field et al,⁹ μετά από έρευνα με δείγμα κορίτσια ηλικίας 9 έως 14 ετών, συμπέραναν ότι το πρότυπο της αδύνατης σιλουέτας που προβάλλεται από την τηλεόραση, τα περιοδικά και τις ταινίες, αποτελεί σημαντικό προδιαθεσικό παράγοντα εκδήλωσης συμπτωμάτων ψυχογενούς ανορεξίας καθαρικού τύπου. Σε μεταγενέστερη δημοσίευση της ίδιας ερευνητικής ομάδας σε δείγμα αγοριών και κοριτσιών, με ηλικία και πάλι τα 9 έως 14 έτη, αναφέρεται ότι τα νέα άτομα που καταβάλλουν προσπάθειες να μοιάσουν στα πρότυπα που προβάλλουν τα ΜΜΕ, έχουν περισσότερες πιθανότητες από τους συνομηλικούς τους να αναπτύξουν υπερβολική ανησυχία αναφορικά με το βάρος τους ή να ακολουθήσουν κάποια δίαιτα.³⁵

Η αναζήτηση της σχέσης μεταξύ των ΜΜΕ και των ΔΠΤ οδηγεί αναπόφευκτα σε δύο ερωτήματα. Το πρώτο ερώτημα είναι: πόσο ισχυρή είναι η επίδραση των ΜΜΕ στην αιτιοπαθογένεια των διαταραχών πρόσληψης τροφής; Μία προδρομική μελέτη που έγινε στις ΗΠΑ σε μεγάλο δείγμα του γενικού πληθυσμού έδειξε ότι τα ΜΜΕ, καθώς και η προσδοκία να μοιάσουν στα πρότυπα που προβάλλονται από αυτά, αποτέλεσαν τον δεύτερο αιτιολογικό παράγοντα διατροφικά διαταραγμένης συμπεριφοράς για τα κορίτσια (ο πρώτος παράγων ήταν το κληρονομικό ιστορικό αντίστοιχης διαταραχής από τη μητέρα). Παράλληλα, το 7% των κοριτσιών και το 2,9% των αγοριών απάντησε ότι «καταβάλλουν προσπάθεια ώστε να μοιάσουν στα άτομα του ίδιου φύλου που βλέπουν στα ΜΜΕ». Ως μέτρο υλοποίησης της συγκεκριμένης προσπάθειας, το 22,4% των κοριτσιών και το 12,1% των αγοριών δήλωσαν ότι ακολουθούν δίαιτα κατά περιόδους, ενώ το 7,1% των κοριτσιών και το 4,1% των αγοριών δήλωσαν ότι ακολουθούν συχνά δίαιτα.⁸

Το δεύτερο ερώτημα είναι: αφού σχεδόν όλοι παρακολουθούμε λίγο ή περισσότερο τα ΜΜΕ, και άρα εκτιθέμεθα στα πολιτισμικά πρότυπα που επηρεά-

ζουν την εικόνα που έχουμε για το σώμα μας, γιατί μόνο κάποια συγκεκριμένα άτομα θα εκδηλώσουν συμπτωματολογία διαταραχής πρόσληψης τροφής; Ορισμένοι συγγραφείς εστιάζουν στο γεγονός ότι η αρνητική επίδραση των ΜΜΕ είναι καταλυτική όταν το άτομο που εκτίθεται στα μηνύματα είναι ήδη ευάλωτο ή «ανήκει σε ομάδα υψηλού κινδύνου». ³⁶ Η ανασκόπηση που έγινε από τον Stice ³⁶ έδειξε ότι τα κορίτσια που εμφάνισαν μεγαλύτερη ευαλωτότητα απέναντι στα αρνητικά μηνύματα των ΜΜΕ, ήταν άτομα στα οποία ασκείτο πίεση από το περιβάλλον τους προς την κατεύθυνση να γίνουν λεπτότερα, καθώς και άτομα που γενικότερα είχαν ελλιπή στήριξη από τους ανθρώπους του περιβάλλοντός τους. Μία δεύτερη ανασκόπηση αναφέρει ότι μεγαλύτερη ευαλωτότητα στα μηνύματα των ΜΜΕ παρουσίαζαν οι γυναίκες που ήταν ήδη αρνητικά προδιατεθειμένες για το σώμα τους. ²⁵ Τέλος, ορισμένες μελέτες αναφέρουν ότι οι κοινωνικές συγκρίσεις ανάμεσα στα άτομα, και κυρίως όταν αυτές αφορούν σε άτομα του κοντινού περιβάλλοντος, συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας αυξημένης ευαλωτότητας απέναντι στις επιδράσεις των ΜΜΕ. ^{37,38}

Οι Διαταραχές Πρόσληψης Τροφής στα ΜΜΕ

Η προβολή των ΔΠΤ και των «ισχνά όμορφων» γυναικών από τα ΜΜΕ έχει προβληματίσει κατά καιρούς τόσο τους ειδικούς όσο και το κοινό. Ένα παράδειγμα αμφιλεγόμενης εκστρατείας κατά της ψυχογενούς ανορεξίας, που συζητήθηκε έντονα από ηθική και δεοντολογική άποψη, βρίσκεται στην Ιταλία τον Οκτώβριο του 2007. Η φωτογραφία του Ολιβιέρο Τοσκάνι όπου απεικονίζεται μια αποστεωμένη γυμνή νέα γυναίκα στο πλαίσιο καμπάνιας με τίτλο «No Anorexia-No-Ita», έκανε τον γύρο του κόσμου. Την εκστρατεία μάλιστα χρηματοδότησε μεγάλη ιταλική εταιρεία ρούχων.

Μία από τις προτάσεις που επαναλαμβάνεται συχνά σε πολλά φόρα συζήτησης για τις ΔΠΤ είναι η απαγόρευση προβολής ισχνών γυναικείων σωμάτων από τα ΜΜΕ. Η συγκεκριμένη προσέγγιση ακολουθεί τη συλλογιστική που έχει εφαρμοστεί για την αντιμετώπιση άλλων ιατρικών προβλημάτων, όπως το κάπνισμα και η παχυσαρκία. Με στόχο την καταπολέμηση της ψυχογενούς ανορεξίας, η Γαλλία έγινε η πρώτη χώρα στον κόσμο που θεωρεί ποινι-

κό αδίκημα την υπό οιαδήποτε μορφή προώθηση και επικρότηση του ακραίου αδυνατίσματος, βάσει πρότασης νόμου που κατέθεσε στη Βουλή στις 10 Απριλίου 2008 η κυβέρνηση Φιγιόν. Το συγκεκριμένο νομοθέτημα τιμωρεί το εν λόγω αδίκημα με ποινές φυλάκισης άνω των τριών χρόνων και επιπλέον πρόστιμο 45.000 ευρώ. Η ποινή φυλάκισης αυξάνεται σε τρία χρόνια εάν κάποιο άτομο πεθάνει.

Η πρωτοβουλία των Γάλλων δεν έχει μέχρι στιγμής βρει μιμητές σε κρατικό επίπεδο εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στο επίπεδο όμως της ατομικής πρωτοβουλίας, το περιοδικό «Brigitte», που είναι το μεγαλύτερο σε κυκλοφορία γυναικείο περιοδικό της Γερμανίας, έλαβε το 2010 μια πολύ σημαντική απόφαση. Υστέρα από επανειλημμένες επιστολές διαμαρτυρίας των αναγνώστριών του, οι οποίες ανέφεραν πως δεν «άντεχαν να βλέπουν άλλα οστά που προεξέχουν», το περιοδικό ανακοίνωσε επισήμως τον Οκτώβριο του 2009, ότι «από το νέο έτος» (δηλαδή το 2010) «σταματά να δημοσιεύει φωτογραφίες επαγγελματιών μοντέλων». Το «Brigitte» αποτελεί ένα από τα πλέον αγαπημένα περιοδικά μόδας της μέσης Γερμανίδας. Ιδρύθηκε το 1954 και έχει 3,21 εκατομμύρια αναγνώστες. «Δεν πολεμάμε τα μοντέλα, ούτε θα γίνουμε περιοδικό για μεγάλα μεγέθη», ξεκαθάρισε ο εκδότης του «Brigitte» Ανδρέας Λέμπερτ, ο οποίος παραδέχθηκε ότι για χρόνια το περιοδικό χρησιμοποιούσε τεχνικές προγράμματος επεξεργασίας εικόνας για να «παχαίνει ψηφιακά» τις κοπέλες που απεικονίζονταν στις φωτογραφίες του. Στο εξής, στις σελίδες του θα παρουσιάζονται «πραγματικές γυναίκες», αναγνώστριες ή γνωστές προσωπικότητες από τον χώρο της πολιτικής ή του αθλητισμού.

Παρεμβάσεις για τις ΔΠΤ και τα ΜΜΕ

Ένα επίπεδο προσέγγισης για τις ΔΠΤ στα ΜΜΕ έχει να κάνει με παρεμβάσεις όπως εκστρατείες ενημέρωσης ή θέσπιση κανόνων για τις διαφημίσεις στα έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ. Κάτι ανάλογο έχει γίνει στο παρελθόν σε πολλές χώρες, ώστε να ληφθούν μέτρα κατά της προβολής του καπνίσματος και της κατάχρησης αλκοόλ, ³⁹ ή κατά των μηνυμάτων βίας και εγκληματικότητας που προβάλλονται από τα ΜΜΕ και επηρεάζουν αρνητικά τους νέους. ⁴⁰ Οι ΔΠΤ δεν έχουν ακόμη γίνει αντικείμενο εκτεταμένων εκστρατειών ενημέρωσης, παρά τη σημαντική επιβάρυνση που προκαλούν στην υγεία των πασχόντων.

Οι εκστρατείες ενημέρωσης είναι μία μόνο από τις παρεμβάσεις που προτείνουν οι ειδικοί. Μια διαφορετική προσέγγιση που μπορεί να ενεργήσει προληπτικά κατά των ΔΠΤ είναι τα προγράμματα εκπαίδευσης και ενημέρωσης του κοινού, που στοχεύουν στη σωστή και εξορθολογισμένη αποκωδικοποίηση των μηνυμάτων που μεταφέρουν τα ΜΜΕ.⁴¹ Τα συγκεκριμένα προγράμματα απευθύνονται κυρίως στους νέους ανθρώπους και στοχεύουν να τους δώσουν την κατάλληλη υποδομή, ώστε να είναι σε θέση να αξιολογούν, να επεξεργάζονται και να εκτιμούν το περιεχόμενο των ΜΜΕ και των διαφημίσεων, υιοθετώντας μια περισσότερο κριτική ματιά απέναντι σε κάθε μήνυμα που λαμβάνουν από αυτά.⁴² Βασική προτεραιότητα αυτών των προγραμμάτων είναι να «διδάξουν» στο ευρύ κοινό τρόπους με τους οποίους θα μάθουν να επεξεργάζονται τα οπτικά μηνύματα που μεταφέρονται από τα ΜΜΕ, καθώς και να αναλύουν αυτό που βλέπουν, γνωρίζοντας ότι αυτό που προβάλλεται δεν είναι απαραίτητα και πραγματικό. Μια άλλη αρχή των προγραμμάτων ενημέρωσης για τα ΜΜΕ είναι να επισημάνουν ότι τα πρότυπα που προβάλλονται από τα ΜΜΕ καλλιεργούνται με ιδιαίτερη μεθοδικότητα, εξυπηρετώντας πάντα κάποιο υλικό όφελος.^{25,43,44} Σε ό,τι αφορά στα οπτικά είδωλα, η αντιμετώπιση είναι και πάλι κριτική. Έτσι, οι «μιντιακά εκπαιδευόμενοι» μαθαίνουν ότι τα δημιουργήματα των ΜΜΕ αντιπροσωπεύουν την οπτική γωνία του δημιουργού τους⁴⁴ και εξυπηρετούν τις επιδιώξεις των εκδοτών και των τηλεοπτικών παραγωγών. Ήδη, παρόμοια προγράμματα εκπαίδευσης για τα ΜΜΕ εφαρμόζονται σε κάποιες χώρες του κόσμου, για παράδειγμα στον Καναδά, όπου υλοποιούνται με τη μορφή σχολικού μαθήματος. Όμως, δεν δίνουν, έως τώρα, τόση έμφαση στο ζήτημα των ΔΠΤ όσο σε άλλα κοινωνικά προβλήματα.

Μία άλλη πρόταση των ειδικών είναι να εκπαιδεύονται οι γονείς με προγράμματα ενημέρωσης όπως αυτά που αναφέραμε στην προηγούμενη παράγραφο. Η ιδέα αυτή βασίζεται στην αξία και τη βαρύτητα του γονεϊκού ρόλου αναφορικά με τη σωστή ανατροφή των παιδιών και την υιοθέτηση υγιεινών συνθηκών. Έτσι, σύμφωνα με τους ειδικούς, οι κατάλληλα εκπαιδευμένοι γονείς, που δεν είναι ευάλωτοι απέναντι στα αρνητικά μηνύματα και πρότυπα που προβάλλουν τα ΜΜΕ, είναι σε θέση να καθοδηγήσουν κατάλληλα τα παιδιά τους προφυλάσσοντάς τα από τυχόν αρνητικές συνέπειες.⁴⁵

Πέρα από τα προγράμματα εκπαίδευσης, υπάρχουν επίσης πρωτοβουλίες που στοχεύουν στην τόνωση της αυτοπεποίθησης των γυναικών σε σχέση με τα προβαλλόμενα πρότυπα ομορφιάς.^{43,46-49} Οι συγκεκριμένες προσπάθειες στέφθηκαν από σχετική επιτυχία. Για παράδειγμα, ερευνητές εξέθεσαν ομάδα φοιτητριών κολεγίου σε φωτογραφίες αδύνατων φωτομοντέλων, αφού όμως πριν τις είχαν «εκθέσει» σε μία επτάλεπτη συνεδρία ψυχοεκπαίδευσης. Όπως αποδείχθηκε, οι φοιτήτριες που συμμετείχαν στη συγκεκριμένη ομάδα ήταν λιγότερο ευάλωτες απέναντι στις αρνητικές επιδράσεις των ΜΜΕ και είχαν σαφώς καλύτερη αυτοπεποίθηση σε σύγκριση με συμφοιτήτριές τους που εκτέθηκαν σε αντίστοιχες φωτογραφίες αλλά δεν είχαν δεχθεί ψυχοεκπαιδευτική στήριξη.⁴³ Τρία ανάλογα προγράμματα πρόληψης πέτυχαν κάποια σχετική βελτίωση στην αντίληψη του αδύνατου προτύπου και την αυτοεκτίμηση για την εικόνα του σώματος, χωρίς όμως να πετύχουν όλους τους στόχους που είχαν θέσει.⁴⁶⁻⁴⁹

Τέλος, έχουν δημιουργηθεί εξειδικευμένα προγράμματα που στοχεύουν σε άτομα που είναι περισσότερο ευάλωτα στις αρνητικές επιδράσεις των ΜΜΕ. Τα προγράμματα αυτά προσφέρουν εξατομικευμένη στήριξη, εστιάζοντας στα ατομικά προβλήματα που κατά κύριο λόγο σχετίζονται με την αυτοεκτίμηση και την κοινωνικοποίηση.^{25,50,51}

Επίλογος

Μια σειρά από μελέτες έχουν δείξει ότι η κύρια πηγή ενημέρωσης του κοινού για τις ΔΠΤ είναι τα ΜΜΕ, και συγκεκριμένα τα περιοδικά, οι εφημερίδες, τα βιβλία και η τηλεόραση.⁵⁰ Όπως φαίνεται από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, η επίδραση των ΜΜΕ στην εκδήλωση και διαίωνιση των ΔΠΤ είναι σημαντική. Η επίδραση αυτή φαίνεται ότι δεν αφορά μόνο στις πάσχουσες, αλλά και σε ένα σημαντικό μέρος του πληθυσμού που περιλαμβάνει τις οικογένειες και τους συνομηλικούς τους. Το ερώτημα είναι πώς θα μπορούσε να αξιοποιηθεί η δύναμη των ΜΜΕ για την πρόληψη και την αντιμετώπιση των ΔΠΤ. Για την ώρα, το κοινό και –πιθανώς– οι ειδικοί, αντιμετωπίζουν τον ρόλο των ΜΜΕ μάλλον καχύποπτα, καθώς θεωρούν ότι τα ΜΜΕ ευθύνονται εν πολλοίς για το πρόβλημα. Ωστόσο, τα ΜΜΕ θα μπορούσαν να συμβάλουν θετικά στην έγκαιρη ανίχνευση και την αντιμετώπιση των ΔΠΤ.

Eating disorders and mass media

A. Peroutsi,¹ F. Gonidakis²

¹London Center of Management, Cavendish College, UK, ²Eating Disorders Unit, 1st Psychiatric Department, University of Athens, Greece, Athens

Psychiatriki 2011, 22:231–239

During the last 50 years, eating disorders have developed to a complicated and widespread medical and social issue. The latest research results indicate that eating disorders have a quite complicated and multifactorial etiology. According to the multifactorial etiological model, the impact of mass media can be regarded mainly as a precipitating factor. The literature review showed that mass media have a considerable impact on the development and perpetuation of eating disorders. Mass media contribute to the promotion of the thinness ideal as a way to achieve social approval, recognition and success. Mass media also promote dieting and food deprivation, as a successful way of life or as a socially agreeable practice. Furthermore, the literature review showed that mass media remain the main source of information about eating disorders. Considering the above result, mass media could play a major role in the promotion of prevention practices and early diagnosis and treatment of eating disorders.

Key words: Eating disorders, mass media, anorexia nervosa, bulimia nervosa, diet

Βιβλιογραφία

1. Γονιδάκης Φ, Βάρσου Ε. *Ψυχογενής Ανορεξία -Αυτοφυλακισμένες κοπέλες και το μονοπάτι προς την έξοδο*. ΒΗΤΑ Ιατρικές Εκδόσεις Αθήνα, 2008
2. Γονιδάκης Φ, Χαρίλα Ν. *Διαταραχές Πρόσληψης Τροφής. Γνωσιακή Συμπεριφοριστική Προσέγγιση*. Εκδόσεις Πεδίο, Αθήνα, 2011
3. Garner D. Pathogenesis of anorexia nervosa. *Lancet* 1993, 341: 1631–1635
4. Garner DM, Garfinkel PE, Schwartz D, Thompson M. Cultural expectations of thinness in women. *Psycholog Reports* 1980, 47:483–491
5. Silverstein B, Perdue L, Peterson. B. Some correlates of the thin standard of bodily attractiveness for women. *Inter J Eat Dis* 1986, 5:895–905
6. Katzmarzyk PT, Davis C. Thinness and body shape of Playboy centerfolds from 1978 to 1998. *Int J Obes Relat Metabol Dis* 2001, 25:590–592
7. Leit RA, Pope HG, Gray JJ. Cultural expectations of muscularity in men: The evolution of Playgirl centerfolds. *Int J Eat Disor* 2001, 29:90–93
8. Field AE, Javaras KM, Aneja P, Kitos N, Camargo CA Jr, Taylor CB et al. Family, peer and media predictors of becoming eating disordered. *Arch Pediatr Adol Medic* 2008, 162:574–579
9. Field AE, Cheung L, Wolf AMH, Herzog DB, Gortmaker SL, Colditz GA. Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics* 1999, 103:36
10. Labre MP. Adolescent boys and the muscular male body ideal. *J Adolesc Health* 2002, 20:233–242
11. Collins CE, Watson J, Burrows T. Measuring dietary intake in children and adolescents in the context of overweight and obesity. *Inter J Obes* 2010, 34:1103–1115
12. Mellin LM, Irwin CE Jr, Scully S. Prevalence of disordered eating in girls: a survey of middle-class children. *J Am Dietic Assoc* 1992, 92:851–853
13. Gustafson-Larson AM, Terry RD. Weight-related behaviors and concerns of fourth-grade children. *J Am Diet Assoc* 1992, 92:818–822
14. Gonidakis F, Sigala A, Varsou E, Papadimitriou G. A study of eating attitudes and related factors in a sample of first-year female Nutrition and Dietetics students of Harokopion University in Athens, Greece. *Eat Weight Disor* 2009, 14:121–127
15. Schmidt U. Aetiology of eating disorders in the 21st century. New answers to old questions. *Europ Child Adolesc Psychiatry* 2003, 12(Suppl 1):30–37
16. Neumark-Sztainer D, Wall M, Guo J, Story M, Haines J, Eisenberg M. Obesity, disordered eating, and eating disorders in a longitudinal study of adolescents: how do dieters fare 5 years later? *J Am Dietic Assoc* 2006, 106:559–566
17. Brownell K. Dieting and the search of the perfect body: Where physiology and culture collide. *Beh Therapy* 1991, 22:1–2
18. Spettigue W, Henderson K. Eating Disorders and the Role of the Media. *Can Child Adolesc Psychiatry Rev*, 2004, 13:16–19
19. Spitzer B, Henderson K, Zivian M. A comparison of population and media body sizes for American and Canadian Women. *Sex Roles* 1999, 700:545–565

20. Wiserman CV, Gray JJ, Mosimann JE, Ahrens AH. Cultural expectations of thinness in women: An update. *Inter J Eat Disord* 1992, 11:5–89
21. Byrne S. Sport, Occupation and eating disorders. In: Brownell K, Fairburn C (ed) *Eating Disorders and Obesity. A comprehensive handbook*. The Guilford Press, New York London, 2002:256–259
22. Thomsen SR, McCoy K, Williams M. Internalizing the impossible: Anorexic outpatients' experiences with women's beauty and fashion magazines. *Eat Disord* 2001, 9:49–64
23. Harrison K, Cantor J. The relationship between media consumption and eating disorders. *J Com* 1997, 47:40–67
24. Hargreaves DA, Tiggemann M. Idealized media images and adolescent body image: "comparing" boys and girls. *Body Image* 2004, 1:351–356
25. Groesz LM, Levine MP, Murnen SK. The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta analytic review. *Int J Eat Disord* 2002, 31:1–16
26. Becker AE, Burwell RA, Gilman SE, Herzog DB, Hamburg P. Eating behaviors and attitudes following exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls. *Br J Psychiatry*, 2002, 180:509–514
27. Tiggemann M, Gardiner M, Slater A. I would rather be size 10 than have straight A's: a focus group study of adolescent girls' wish to be thinner. *J Adolesc* 2000, 23:645–659
28. McCabe MP, Ricciardelli LA. Sociocultural influences on body image and body changes among adolescent boys and girls. *J Soc Psychol* 2003, 143:5–26
29. Utter J, Neumark-Sztainer D, Wall M, Story M. Reading magazine articles about dieting and associated weight control behaviors among adolescents. *J Adoles Health* 2003, 32:78–82
30. Anderson AE, DiDomenico L. Diet versus shape content of popular male and female magazines: A dose-response relationship to the incidence of eating disorders? *Int J Eat Disord* 1992, 11:283–287
31. Wolf N. *The Beauty Myth*. Random House, Toronto, 1990
32. Kilbourne J. Still killing us softly: Advertising and the obsession with thinness. In: Fallon P, Katzman M, Wooley S (eds) *Feminist Perspectives on Eating Disorders*. The Guilford Press, New York, 1994:395, 419
33. Βάρσου Ε. Πολιτισμικοί παράγοντες. Στο: Χριστοδούλου Γ. (Επ. Εκδ.) *Διαταραχές πρόσληψης τροφής*. Ιατρική Εταιρία Αθηνών, Αθήνα, 1997:78–90
34. Simpson KJ. Anorexia Nervosa and culture. *J Psychiatr Ment Hlth Nurs*, 2002, 9:65–71
35. Field AE, Camargo CAJ, Taylor CB, Berkey CS, Roberts SB, Colditz GA. Peer, parent, and media influences on the development of weight concerns and frequent dieting among preadolescent and adolescent girls and boys. *Pediatrics* 2001, 107:54–60
36. Stice E. Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. *Psycholog Bul* 2002, 128:825–848
37. Van den Berg P, Thompson JK, Obremski-Brandon K, Coovert M. The tripartite influence model of body image and eating disturbance: A covariate structure modeling investigation testing the mediation role of appearance comparison. *J Psychosom Research* 2002, 53:1007–1020
38. Durkin S, Paxton S. Predictors of vulnerability to reduced body image satisfaction and psychological wellbeing in response to exposure to idealized female media images in adolescent girls. *J Psychos Research* 2002, 53:995–1005
39. Kupersmidt JB, Scull TM, Austin EW. Media literacy education for elementary school substance use prevention: study of media detective. *Pediatrics* 2010, 126:525–531
40. Möller I, Krahe B, Busching R, Krause C. Efficacy of an Intervention to Reduce the Use of Media Violence and Aggression: An Experimental Evaluation with Adolescents in Germany. *J Youth Adol* 2011 (In press)
41. Brown JD, Witherspoon EM. The mass media and American adolescents' health. *J Adol Health* 2002, 31(6 Suppl):153–170
42. Martinez-Gonzalez MA, Gual P, Lahortiga F, Alonso Y. Parental factors, mass media influences, and the onset of eating disorders in a prospective population-based cohort. *Pediatrics* 2003, 111:315–320
43. Posovac H, Posovac SS, Weigel RG. Reducing the impact of the media images on women at risk for body image disturbance: Three targeted interventions. *J Social Clin Psychol* 2001, 20:324–340
44. Steiner-Adair C, Vorenberg AP. Resisting weightism: Media literacy for elementary-school children. In: Piran N, Levine MP, Steiner-Adair C (eds) *Preventing Eating Disorders: A Handbook of Interventions and Special Challenges*. Brunner, Mazel Philadelphia PA, 1999:105–121
45. Morris A, Katzman D. The impact of the media on eating disorders in children and adolescents. *Paed Child Health* 2003, 8:287–289
46. Levine MP, Piran N, Stoddard C. Mission more probable: Media literacy, activism, and advocacy as primary prevention. In: Piran N, Levine MP, Steiner-Adair C (eds) *Preventing Eating Disorders: A Handbook of Interventions and Special Challenges*. Brunner/Mazel. Philadelphia PA, 1999:105–121
47. Irving LM, DuPen J, Berel S. A media literacy program for high school females. *Eat Disord* 1998, 6:119–131
48. Martin MC, Kennedy PF. Advertising and social comparison: Consequences for female preadolescents and adolescents. *Psychol Market* 1993, 10:513–530
49. Levine MP, Smolak L, Schermer F. Media analysis and resistance by elementary school children in the primary prevention of eating problems. *Eat Disord* 1996, 4:310–322
50. Murray S, Touyz S, Beumont P. Knowledge about eating disorders in the community. *I J Eat Disord* 1990, 9:87–93
51. Murray SH, Touyz SW, Beumont PJV. Awareness and perceived influence of body ideals in the media: A comparison of eating disorder patients and the general community. *Eating Disord* 1996, 4:33–46