

# A MAGYAR LAKOSSÁG ÉTKEZÉSI MOTIVÁCIÓINAK VIZSGÁLATA A TEMS-MODELL ALAPJÁN



EXAMINATION OF THE EATING MOTIVATIONS OF THE HUNGARIAN POPULATION  
BASED ON THE TEMS-MODEL



SZAKÁLY, MÁRK  
SOÓS, MIHÁLY



Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet  
(University of Debrecen, Faculty of Economics and Business, Institute of Marketing and Commerce)  
H-4032 Debrecen, Böszörményi út 138.  
E-mail: szakaly.mark@econ.unideb.hu

**A** Our study fills a gap because we were the first to examine the eating motivations of the Hungarian population using the TEMS questionnaire. Our aim was to analyze the eating motivations of Hungarian consumers in details. To this end, we launched a national questionnaire survey of 1,000 people, which is representative by gender, age, type of settlement, and region. In our survey, we obtained 8 well separated factors, which are the following: Social Anxiety, Comfortable Enjoyment, Health Awareness and Weight Control, Price Sensitivity, Social Eating, Self-Rewarding, Habit and Tradition-Driven Eating, The Tempting Nature of Food. Based on cluster analysis, we classified consumers into 5 clusters: Traditional Simplifiers, Thrifty Social and Emotional Eaters, Balanced Self-Rewards, Health Conscious, Indifferent.

KULCSSZAVAK: TEMS, ételválasztás, étrendválasztás

KEYWORDS: TEMS, food choice, dietary choice

JEL-KÓDOK (JEL CODES): A13, D70, I12, Q56

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/9/2/6>



## 1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

Az ételválasztást komplex viselkedésként ismerik el, amelyet különféle tényezők befolyásolnak (KÖSTER, 2009). Annak megértése, hogy az emberek miért választanak bizonyos ételeket a mindennapi életükben, kulcsfontosságú a normális étkezést elősegítő, az elhízás és az étkezési rendellenességek kialakulásának megelőzését szolgáló beavatkozások előkészítéséhez (SPROESSER et al., 2018). Az étkezési rendellenességek a szervezet legyengülésével járó, költséges, és akár halálos kimenetelű mentális zavarok, amelyek jelentősen rontják a fizikai egészséget és megzavarják a pszichoszociális működést (TREASURE et al., 2020). Az ilyen

jellegű rendellenességek a fiatalok 5-10%-át érintik, akiknek csaknem 50%-ánál ezek maradandó (kb. 5 éves) lefolyásúak. A különböző klinikai entitások közé tartozik többek között az anorexia nervosa (AN), bulimia nervosa (BN), falási zavar (BED) vagy az elkerülő/korlátozó táplálékfelvételi zavar (ARFID). A pszichiátriai, anyagcsere vagy étkezési rendellenességek, és a környezeti stressz fokozza a betegségek kockázatát (TREASURE, 2020).

Az evés mögött meghúzódó legalapvetőbb mozgatórugó az éhség vagy a szomjúság hatására történő evés. Az alapvető fiziológiai szükségletek mellett azonban a pszichológiai, szociológiai és ökológiai faktorok is jelentős szerepet játszanak annak meghatározásában,

hogy mit és miért eszünk (STOK et al., 2017). Az okok meghatározásához tehát az étkezési motivációk többdimenziós feltárása szükséges. Az étkezési/ételvásztási motivációk korábbi kvantitatív eredményeinek áttekintése, a táplálkozási szakértőkkel folytatott beszélgetések és interjúk alapján RENNER és szerzőtársai (2012) az okok átfogó és sokoldalú mércéjeként dolgozta ki az Eating Motivation Survey (TEMS) modellt az étkezés és az ételvásztás elemzéséhez.

Legfontosabb célkitűzésünk megvizsgálni a magyar lakosság élelmiszervásztása mögött meghúzódó motivációkat a 45 tételes TEMS kérdőív segítségével. Részcéljaink között szerepel röviden ismertetni a témában fellelhető szakirodalom legfontosabb eredményeit, valamint, hogy összehasonlító elemzést készítsünk a nemzetközi szakirodalom és a saját kutatási eredményeink között.

### 1.1. A TEMS modell kialakulásának előzményei – *Antecedents of the development of the TEMS Model*

Az étkezési motivációk feltárásának első szisztematikus kísérlete az Élelmiszer-vásztási Kérdőív (Food Choice Questionnaire – FCQ) kidolgozása volt, amely 9 motivációs faktort tartalmaz (STEPTOE et al., 1995). Mivel azonban az FCQ nem tartalmazott olyan fontos motivációkat, mint a társadalmi vagy fiziológiai szükségletek, szükségessé vált egy bővített, 15 alapmotivációból álló kérdőív kidolgozása (RENNER et al., 2012). A modell megalkotói számos kérdőívből származtatták a TEMS kérdéssorait. A TEMS modellnek létezik egy hosszú és egy rövidített változata. Az eredeti, hosszú változat 78 elemet és 15 faktort tartalmazott, és 1040 fős mintán tesztelték. A rövidített változat faktoronként/skálánként 3, összesen pedig 45 elemet tartalmazott (RENNER et al., 2012). Az eredeti modell faktorai az alábbiak: Az étel szeretete, Szokások, Szükség & éhség, Egészség, Kényelem, Élvezet, Hagymányos evés, Természetesség, Társas hajlam, Ár, Vizuális vonzás, Testsúly-kontroll, Negatív hatások szabályozása, Szociális Normák, Szociális imázs.

### 1.2. A modell alkalmazása különböző országokban – *Application of the Model in Different Countries*

A modellt eddig több ország lakosságára validálták: Németországban (RENNER et al., 2012), az Egyesült Államokban (ARBIT et al., 2017; PHAN és CHAMBERS, 2016), Portugáliában (GRAÇA et al., 2019), Finnországban (VAINIO, 2019), Kínában (SIEGRIST et al., 2015), az Egyesült Királyságban (PECHEY et al., 2015), Törökországban (PHAN és CHAMBERS, 2016; AVSAR et al., 2017) és Ausztráliában (SKEAD et al., 2018). A közelmúltban kifejlesztettek egy brazil portugál változatot is (MORAES és ALVARENGA, 2017), mely portugál nyelven érhető el. Indiai, amerikai és német mintára pedig SPROESSER és szerzőtársai (2018) erősítették meg a TEMS 50 alskálás és 15 faktoros struktúráját az egyes országok között, míg a három ország mintái eltértek a motivációk átlagos szintjeiben.

A különböző országokból származó vizsgálatok jelentős különbségeket mutattak ki nem, életkor és BMI szerint (RENNER et al., 2012; REMPE et al., 2019). Franciaországból, Németországból, Hollandiából, Lengyelországból és Spanyolországból származó mintákban a magasabb BMI-vel rendelkező emberek szignifikánsan nagyobb testsúlykontroll-problémákat mutattak, a negatív hatások szabályozása és a társadalmi normák betartása érdekében étkeztek (RENNER et al., 2012; VAN STRIEN et al., 2016). Míg az alacsonyabb BMI-vel rendelkező emberek magasabb értékeket kaptak az evéssel kapcsolatban a jó ízérték (alskála), az Éhség és az Egészség (skálák) miatt (PIENIAK et al., 2009; RENNER et al., 2012).

A TEMS modellt egyelőre nem adaptálták a magyarországi népességre, de az FCQ alkalmazásával JANUSZEVSKA és szerzőtársai (2011) megállapították, hogy az élvezeti érték, mint a modell egyik faktora volt a legfontosabb motiváció az ételvásztás szempontjából a belgiumi, magyarországi és román minták számára, míg az egészség, a kényelem és az ár az 5 legfontosabb tényező között volt a felsorolt populációkban, mellyel érdemes lehet összehasonlítaniunk saját eredményeinket. A TEMS-ben, pl. RENNER és szerzőtársai (2012) vagy

SPOESSER és szerzőtársai (2017 és 2019) tanulmányai alapján az Élvezeti érték az Élvezet, míg az Ár, az Egészség és a Kényelem faktorok változatlan névvel szerepelnek.

### 1.3. A modell fontosabb eredményei – *The Most Important Results of the Model*

PHAN és CHAMBERS (2016) az eredeti modellhez képest két további faktort azonosított, ezzel 17-re nőtt a skálák (faktorok), és 51-re az alsókálák (állítások) száma (bár a kérdőívükben csak 50 szerepelt). A két további faktor a Választási korlátozások és a Változatosságkeresés volt. A két szerző 2018-ban is lefolytatott egy kísérleti tanulmányt, ahol ugyanazt a plusz kettő faktort azonosították (PHAN és CHAMBERS, 2018).

SKEAD és szerzőtársai (2018) 15 faktort találtak, az eredeti változatnak megfelelően. A kutatók a TEMS mellett más modelleket/skálákat is beépítettek tanulmányukba a TEMS-sen kívül (pl. Eating Disorder Examination Interview (EDE)-Q 6.0; DASS-21; BEEPS). A TEMS célcsoportja a joghallgatók voltak, a 16-ból az első négy legnagyobb átlagú skála Az étel szeretete, a Kényelem, a Szokások és a Szükség & éhség lett, mely meglepte a szerzőket, akik a hallgatók tekintetében a Szociális imázst feltételezték, mint legnagyobb súlyú faktort. Érdeklenség, hogy egyes szerzők, pl. a most elemzett tanulmány szerzői alsókálának hívják a TEMS faktorait; míg mások, pl. PHAN és CHAMBERS (2016) az állításokat hívja alsókálának (véleményünk szerint az alsókála valóban helytelen megnevezés a fő faktorokra). REMPE és szerzőtársai (2019) tanulmányának lényege, hogy idősebb (német) mintán végezték el a TEMS kérdőívet teljes mintán, és két almintán (funkcionális károsodással rendelkezők és azzal nem rendelkezők almintái). A modell illeszkedése mindkét csoportra jó volt. A három legmagasabb besorolású motívum Az Étél szeretete, az Egészség és a Természetes aggodalom volt, az étkezési magatartás háttérében pedig a Vizuális vonzás, a Negatív hatások szabályozása és a Társadalmi imázis állt. Ez igaz volt a teljes mintára és mindkét almintára.

VAINIO (2019) tanulmányában a TEMS-et csak érintőlegesen használta. Az állítások egy hosszabb kérdőív részét képezték, az pedig

„étkezési motivációk (Környezet és Egészség)”, „étkezési szokások (Vörös húсок és Növényi eredetű alternatívák)”, és „felhasznált információforrások (Tudományos és Kereskedelmi)” részekre volt osztva. A fentebb említett két élelmiszerválasztási motivációt használta a szerző: az Egészség motívumát (melyet a TEMS-ből származtattak), illetve a Környezeti motivációt, melyet a tanulmány céljainak megfelelően átalakítottak, ez tehát nem a TEMS-ből származott. Emellett 7 fokozatú skálát („Soha nem alkalmazza” és „Mindig alkalmazza” két végpontjával) használt. GRAÇA és szerzőtársai (2019) két szempont szerint vizsgálták az élelmiszerfogyasztási orientációkat. Az általános fogyasztási orientációk (GABRIEL és LANG, 2015) és (MANSVELT és ROBBINS, 2011) a korlátozás, hedonizmus, proszumerizmus, választás, kommunikáció, etika, feltárás és önelégülés (sufficiency) dimenzióit tartalmazta, értékelésük 5 fokozatú Likert-skála segítségével történt. Ezen kívül az élelmiszerfogyasztási orientációkat a TEMS segítségével, szintén 5 fokozatú Likert-skálával értékelték. A szerzők azonban – hozzánk hasonlóan – jóval kevesebb, 7 faktorba (egészség, kényelem, élvezet, természetesség, társaságkedvelés, ár, társadalmi imázis) sorolták a résztvevőket. A két modell így összesen 15 faktorból állt. Ezen felül fő kategóriaként szerepelt a jelenlegi étkezési szokások, a COM-B Megengedők és a Változási hajlandóság (3-3-3 alsókálával) (MICHIE et al., 2011, 2014). SIEGRIST és szerzőtársai (2015) szintén csak érintőlegesen alkalmazták a TEMS modellt. Szintén kiemelték belőle az Egészség motívációt, és 7 fokozatú Likert-skálával dolgoztak. Ezen kívül a modellt alkalmazták például a neuropszichiátria, azon belül genetikai kutatás keretében is (AVSAR et al., 2017), természetesen szintén érintőlegesen.

## 2. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIAL AND METHOD

### 2.1. Mintavétel – Sampling

A primer kutatásunk alapjául egy országos, nemre ( $\chi^2(1)=0,760$ ;  $p=0,383$ ) és korcsoportra ( $\chi^2(5)=0,421$ ;  $p=0,520$ ) reprezentatív kérdőív megkérdezés szolgált. Az adatfelvétel

2019 végén történt személyes megkérdezéssel, az adatrögzítésre 2020-ban került sor. A véletlenszerűséget a véletlen séta (random walking) és a születésnapos kulcs módszer biztosította. Utóbbi módszer lényege, hogy a megkérdezés során arra kérdezték rá az interjút lefolytató kérdezőbiztos, hogy a családtagok közül hány 18 éves és annál idősebb személy lakik a háztartásban. Második lépésként a megfelelő korú személyek közül ki kellett választani azt a fogyasztót, akinek a születési dátuma (születésnapja) a legközelebb esett a megkérdezés napjához (egyszerűbben: ki tartotta legutóbb a születésnapját?). Ezzel a módszerrel második lépésben is biztosítottuk a teljes véletlenszerűséget. A tisztított minta 1000 elemű, mivel Magyarországon a vizsgált korcsoport létszáma megközelítőleg 8000 ezer fő (KSH, 2020) és 95%-os megbízhatósági szint, valamint 5%-os hibahatár (margin of error) mellett GILL és JOHNSON (2010) munkája alapján a szükséges mintanagyság 385 fő, ezért a minta mérete megfelel a kutatási célok vizsgálatához.

## 2.2. Kérdőív – Questionnaire

A kérdőív két részből állt: a 45 állítást tartalmazó TEMS-modellből és 9 demográfiai kérdésből (nem, kor, legmagasabb befejezett iskolai végzettség, családi állapot, jogi helyzet, nettó jövedelem, egészségtudatosság megítélése, testmagasság, testsúly). Az étkezési motivációkra vonatkozó állításokat 1-7-es Likert-skálán kellett értékelniük a válaszadóknak az alapján, hogy azokat mennyire tartják motiválóknak magukra nézve (1 – soha nem motivál; 7 – mindig motivál). A válaszadók ezen kívül bejelölhették a „nem tudja/nem válaszol” kategóriát is.

## 2.3. Adatelemzés – Data Analysis

A kutatási célok vizsgálata érdekében első sorban többváltozós statisztikai eszközöket alkalmaztunk. Első körben a modellen feltáró jellegű faktorelemzést végeztünk (exploratory factor analysis), az EFA célja az volt, hogy feltárjuk, megjelenik-e a mintánkon az előzetesen feltételezett faktorstruktúra és képesek vagyunk-e a kívánt attitűdöket (faktorokat, amik látens változóként definiálhatók) mérni. A következő lépésben a feltárt látens változó mérési modelljén belül megvizsgáltuk az

alkalmazott skálák megbízhatóságát, ehhez a Cronbach-féle alfa mutatót alkalmaztuk. A szegmentációt klaszterelemzéssel végeztük, mely két fő lépésből állt: első lépésben hierarchikus klaszterelemzéssel (hierarchical cluster analysis) meghatároztuk a klaszterek/szegmentumok számát, majd K-közép (K-means) eljárással végrehajtottuk a klaszterelemzést úgy, hogy a klaszterközépek meghatározását az alkalmazott programra bíztuk. A klaszterek vizsgálatához kereszttábla elemzést és egyszerű hipotézisvizsgálatokat alkalmaztunk. Az adatelemzéseket az IBM SPSS Statistics 23.0 verziójában végeztük.

## 3. EREDMÉNYEK – RESULTS

### 3.1. Étkezési motivációk – Eating Motivations

A vizsgálat során elsőként meghatároztuk a 10 legfontosabb étkezési motivációt (1. táblázat).

Az 1. táblázat az első 10 legfontosabb étkezési motivációt szemlélteti a 45 állításból álló (rövid) TEMS kérdőív alapján. Ezek közül az első, második és a tizedik legmagasabb átlaggal bíró alskála az étel/evés szeretetével volt kapcsolatos, míg három (harmadik, ötödik és hatodik) a berögzült szokásokkal. A „mert éhes vagyok”, tehát a negyedik állítás a fiziológiai szükségleteket, az „élvezettel tölt el az evése” állítás az örömet, a „mert gyorsan elkészíthető” a kényelmet, míg a „mert egészségesnek tartom” az egészségügyi motivációt testesíti meg. A 7 fokozatú Likert-skálán 7,0-hoz közelítő átlaggal nem találkozunk, a legmagasabb értéket Az étel szeretetével kapcsolatos első állítás mutatja (6,01), ezt követően egyenes lépcsőzetes csökkenés következik a negyedik, fiziológiai szükségletekkel kapcsolatos állításig. Ez utóbbi és az ötödik alskála között egy nagyobb átlagbeli ugrás történt (0,37), de a hatodik állítástól lefelé még kisebb lépcsőzetes csökkenések láthatóak egészen az utolsó állításig. Ferdeség tekintetében azt láthatjuk, hogy az értékek kivétel nélkül negatívak, ami arra utal, hogy többen vannak azok, akiknek fontos, mint azok, akiknek nem fontos az adott érték. A leginkább az első négy állításra volt ez jellemző. Ugyanígy az első négy állítás mutatta a legkisebb szórásértékeket is.

**A legfontosabb 10 étkezési motiváció, N=1000**  
**(The Most Important 10 Eating Motivations, N=1000)**

„Azért eszem, amit eszem... (,I eat what I eat...)	Statisztikai mutató (Statistical indicator)			
	Átlag (Mean)	Szórás (Std. deviation)	Relatív szórás (%) (Relative std. dev. (%))	Ferdeség (Skewness)
1. ...mert szeretem.” (,...because I like it.”)	6,01	1,360	22,63	-1,409
2. ...mert jó az íze.” (,...because it tastes good”)	5,87	1,423	24,24	-1,260
3. ...mert ezt jól ismerem.” (,...because I am familiar with it”)	5,82	1,348	23,16	-1,177
4. ...mert éhes vagyok.” (,...because I am hungry”)	5,74	1,437	25,03	-1,130
5. ...mert ezt szoktam meg.” (,...because I am accustomed to eating it”)	5,37	1,562	29,09	-0,823
6. ...mert rendszerint ezt fogyasztom.” (,...because I eat it regularly”)	5,24	1,621	30,93	-0,822
7. ...mert élvezettel tölt el az evése.” (,...because I enjoy it”)	5,21	1,684	32,32	-0,780
8. ...mert gyorsan elkészíthető.” (,...because it is quick to prepare”)	5,11	1,584	30,99	-0,643
9. ...mert egészségesnek tartom.” (,...because it is healthy”)	5,11	1,639	32,07	-0,700
10. ...mert az étel étvágygerjesztő.” (,...because I have an appetite for it”)	5,10	1,671	32,76	-0,672

Forrás (Source): Saját szerkesztés, 2022 (Authors' own compilation, 2022)

A továbbiakban bemutatjuk a 45 étkezési motiváció közül a legkevésbé fontosakat. Ennek eredményeit a 2. táblázat tartalmazza.

A 2. táblázat a legkevésbé fontos 10 állítást szemlélteti. Az állítások kategóriái alapján az első és a negyedik az étel vizuális vonzásával volt kapcsolatos; a második, harmadik, ötödik, hatodik és hetedik állítás társadalmi normákat, személyes imázs kifejezését; míg az utolsó három alkála valamilyen belső frusztrációt testesít meg. A 7 fokozatú Likert-skálán mindössze az első állítás ért el 3,0-nál magasabb átlagértéket, a többi esetében egyenletes és viszonylag kis csökkenés következik, míg a legutolsó állítás átlaga 2,22-n áll meg. Hasonló a helyzet a szórással is, amely szintén lépcsőzetes csökkenésen megy keresztül, kivéve a hetedik, „mert ez az étel trendi” állítás, ahol hirtelen visszaugrás történik (1,698 után 1,730-ra), míg az utolsó állítás rendelkezik a legkisebb, 1,586-os szórásértékkel. Ferdeség tekintetében éppen fordított a helyzet, mint a legnépszerűbb 10 állításnál: az eloszlás itt balra ferde, ami azt jelenti, többen vannak azok, akiknek nem fontos, mint azok, akiknek fontos az adott érték.

Az evési attitűdök feltárását feltáró faktorelemzéssel végeztük, amely alapján 8 faktorba soroltuk a résztvevőket. A terjedelmi korlátok miatt jelen cikkben a faktorsúlyok és egyéb mutatók nem kerülnek bemutatásra.

Az első faktor a „Szociális szorongás” nevet kapta. Az ide tartozóknak három fő jellemzője van. Fontos nekik a külvilág, a rajtuk kívülálló véleménye, így például, hogy udvarias legyen másokkal, figyelembe veszi mások elvárásait, és jó színben hangozhat, mégis kulcsfontosságúnak tartjuk megemlíteni: az eredeti, 15 faktoros német modell rövidített változata szerint mind a Szociális Normák, mind a Szociális imázs összes állítása ebben az egy faktorban, a Szociális szorongásban összpontosult. Egyértelmű tehát, hogy a szociális környezet az ide tartozók számára (ráadásul) duplán fontos! Másodszor van bennük egyfajta belső szorongásérzet (szomorú, magányos vagy csalódott lehet), amely belső motivációt jelent számukra az evés felé. Ebben a faktorba került még az étel spontán vonzereje, amely arra utalhat, hogy a felsorolt tulajdonságokkal rendelkező egyének

a jól kinéző ételekre harapnak rá, pláne ha még ismerős is nekik valamely médiumból vagy hirdetésből („mert az ismerős a reklámokból és láttam a televízióban.”), ezek szerint tehát ösztönből cselekednek.

A második faktor a „Kényelmes élvezkedés” nevet kapta. E motiváció lényege elsősorban a kényelmen és a jól megszokott ételek szeretetén alapul, hiszen többnyire a kényelemmel, a megszokással, a szükséggel („mert éhes vagyok”) és az étel szeretetével kapcsolatos állítások szerepelnek benne.

A harmadik faktor az „Egészségtudatosság és Testsúly-kontroll” nevet kapta. Az étkezési motiváció lényege, hogy az ilyen egyének magasan előtérbe helyezik az élelmiszerek természetes, ezáltal egészségesebbnek is észlelt jellegét. És ezzel még messze nem merül ki náluk az egészség fontossága: bár a közvélekedés szerint, ami természetes, az egészségesebb is, megjelennek a konkrét, egészséget előtérbe helyező állítások is, mint a „mert egészségesnek tartom” és a „mert ezzel valósítom meg a kiegyensúlyozott étrendet” (ezek az eredeti, Renner et al. (2012)-féle mintában az „Egészség” faktor részei). Ezen felül az összes, testsúlyra utaló állítás is megjelenik náluk („mert az étel zsírban szegény”; „mert alacsony kalóriatartalmú”; „mert odafigyelek a súlyomra”). E kategória tagjai tehát egyértelműen egészségtudatos, és testsúlyukra odafigyelő étkezési magatartást tanúsítanak.

A negyedik faktor az „Árérzékenység” nevet kapta. Nem véletlenül, hiszen a csoporton belül megjelenik az összes, árrugalmassággal kapcsolatos állítás („mert nem kerül sokba anyagilag”; „mert nem akarok rá több pénzt költeni” és „mert le van árazva”). Ezzel ki is merül e csoport motivációja.

Az ötödik faktor a „Társasági evés” nevet kapta. Ha nevében nem is, tartalmában első megfigyelésre hasonlíthat az első skálára, amelyben nagyon erős a szociális környezetből fakadó motiváció. E csoportnál azonban még erősebb a szociális jelleg, csak éppen fordítva: a társasághoz kötődést nem belső kényszer és

szorongás motiválja, vagy épp félelem a közösség véleményétől, hanem egy teljesen önkéntes, „önmagát társasági embernek gondoló” ember önképe. Már az állítások is azt sugallják, hogy az egyén otthonosan mozog, láthatóan jól ismeri a társasági létet megalapozó, összetartó tényezőket (hiszen „az evés társasági esemény, ami hangulatosabbá teszi az összejöveteleket, ráadásul ezáltal időt tölthetek más emberekkel”). Valószínűleg az ide tartozó emberek nagyobb önbecsüléssel, önbizalommal rendelkeznek, mint az első csoport tagjai. Megjegyezzük, ebbe a faktorba kizárólag a német modell „Társas hajlam” skálájának állításai kerültek.

A hatodik faktor az „Önjutalmazás” nevet kapta. Ehhez a csoporthoz nincsen különösebb hozzáfűzni való, már az ide tartozó állítások is árulkodóak („mert ezzel jutalmazom magam” és „mert kényeztetni akarom magam”). Ez a csoportot minden bizonnyal a nassolók és az evést a lelki boldogság egyik eszközének tartók alkotják.

A hetedik faktor a „Szokás- és hagyomány-vezérelt evés” nevet kapta. Ide tartoznak azok az evők, akik a megszokás és a hagyományok „rabjai”, amikor evésre kerül a sor.

A nyolcadik faktor „Az étel csábító jellege” nevet kapta. Ők azok a típusok, akik számára elsősorban az olyan ételek az ínycsiklandozók, amik kellemesen le is töltik őket. De az minden bizonnyal állítható, hogy minden étvágygerjesztő étel, amit megkívánunk, azzal bőségesen jól is lakhatunk.

### 3.2. A modell alkalmasságának vizsgálata – *Examining the Suitability of the Model*

A szegmentáció végrehajtása előtt tesztelnünk kellett a modell alkalmasságát a vizsgálatokra. A megbízhatóságot a Cronbach-féle alfa mutatóval vizsgáltuk, melynek alapján az alkalmazott skáláink megbízhatónak tekinthetők (3. táblázat).

2. TÁBLÁZAT

TABLE 2

A legkevésbé fontos 10 étkezési motiváció, N=1000  
(The Least Important 10 Eating Motivations, N=1000)

„Azért eszem, amit eszem... („I eat what I eat...)	Statistikai mutató (Statistical indicator)			
	Átlag (Mean)	Szórás (Std. deviation)	Relatív szórás (%) (Relative std. dev. (%))	Ferdeség (Skewness)
1. ...mert az spontán vonz engem (pl. szemmagasságban helyezkedik el a polcokon, vonzó színösszetétel a csomagoláson.” („...because it spontaneously appeals to me (e.g. situated at eye level, appealing colors)”)	3,01	1,830	60,79	0,380
2. ...mert el akarom kerülni, hogy csalódást okozzak valakinek, aki boldoggá akart tenni.” („...to avoid disappointing someone who is trying to make me happy”)	2,80	1,775	63,39	0,598
3. ...mert nem lenne udvarias másokkal szemben nem megenni azt.” („...because it would be impolite not to eat it”)	2,67	1,751	65,58	0,667
4. ...mert az ismerős a reklámokból és láttam a televízióban.” („...because I recognize it from advertisements or have seen it on TV”)	2,65	1,748	65,96	0,654
5. ...mert elvárják, hogy megegyem.” („...because I am supposed to eat it”)	2,51	1,742	69,40	0,923
6. ...mert jó színben akarok feltűnni mások előtt.” („...because it makes me look good in front of others”)	2,48	1,698	68,47	0,757
7. ...mert ez az étel trendi.” („...because it is trendy”)	2,47	1,730	70,04	0,898
8. ...mert egyedül érzem magam.” („...because I feel lonely”)	2,34	1,688	72,14	0,999
9. ...mert szomorú vagyok.” („...because I am sad”)	2,28	1,631	71,53	0,976
10. ...mert csalódott vagyok.” („...because I am frustrated”)	2,22	1,586	71,44	1,042

Forrás (Source): Saját szerkesztés, 2022 (Authors' own compilation, 2022)

3. TÁBLÁZAT

TABLE 3

Az alkalmazott mérési eszközök megbízhatósága, N=1000  
(Reliability of the Used Measurement Tools, N=1000)

Faktorok (Factors)	Cronbach-féle alfa mutató (Cronbach's alpha index)	Cronbach's Alfa javulása elemek törlésével (Improvement of Cronbach's Alpha by deleting items)
Szociális szorongás (Social anxiety health)	0,916	nem jelentős (0,904-0,915)
Kényelmes élvezkedés (Comfortable enjoyment)	0,876	nem jelentős (0,856-0,870)
Egészségtudatosság és Testsúly-kontroll (Health awareness and weight control)	0,856	nem jelentős (0,833-0,843)
Árérzékenység (Price sensitivity)	0,782	nem jelentős (0,637-0,799)
Társasági evés (Social eating)	0,800	nem jelentős (0,711-791)
Önjutalmazás (Self-reward)	0,731	-
Szokás- és hagyomány-vezérelt evés (Eating guided by habit and tradition)	0,637	-
Az étel csábító jellege (The tempting nature of food)	0,770	-

Forrás (Source): Saját szerkesztés, 2022 (Authors' own compilation, 2022)

### 3.3. Szegmentáció az evési attitűdök alapján – *Segmentation based on Eating Attitudes*

A szegmentáció során a szegmensképző ismérvek a TEMS-modell alapján korábban meghatározott attitűdök (faktorok) voltak: szociális szorongás, kényelmes élvezkedés, egészségtudatosság és testsúly-kontroll, érzékenység, társasági evés, önjutalmazás, szokás- és hagyomány-vezérelt evés és az étel csábító jellege. Miután az adataink alkalmasnak bizonyultak a szegmentációra, hierarchikus klaszterelemzéssel meghatároztuk a klaszterek számát, valamint megvizsgáltuk, vannak-e kiugró ada-

taink. Mivel kiugró adatokat nem találtunk, és 5 klaszterben határoztuk meg a szegmentumok számát, K-közép (K-means) eljárással lefutattuk a klaszterelemzést, mely során a klaszterközépek meghatározását az algoritmusra bíztuk. A kialakított klaszterek egymástól szignifikánsan különböznek ( $p < 0.001$ ), a varianciaelemzés, azaz a szegmentáció eredménye valid. A következőkben a kutatás célkitűzéseinek megfelelően az egyes klaszterek részletes jellemzésére kerül sor.

A 4. táblázat a klaszteranalízis által alkotott klaszterek részarányát mutatja főben és százalékban.

#### 4. TÁBLÁZAT

TABLE 4

**Klaszterek száma és aránya a mintában, N=1000**  
(*Number and Proportion of Clusters in the Sample, N=1000*)

Klaszterek (Clusters)	Klaszterek mérete (Size of clusters)	
	Fő (Number)	Százalék (Percent)
Tradicionalis egyszerűsítők (Traditional simplifiers)	175	17,9
Spórolós társasági és érzelmi evők (Thrifty social and emotional eaters)	195	19,9
Kiegyensúlyozott önjutalmazók (Balanced self-rewards)	270	27,5
Egészségtudatosak (Health conscious)	179	18,3
Közömbösek (Indifferents)	160	16,4
Összesen (Total)	979	100,0

Forrás (Source): Saját szerkesztés, 2022 (Authors' own compilation, 2022)

Összesen 21 főt nem tudott az elemzés kategóriákba sorolni.

A legkisebb klaszter 16,4%-os részarányal a Közömbösek (160 fő) csoportja lett. Őket követi (17,9%; 175 fő) a Tradicionalis egyszerűsítők. Dobogós helyre került a Kiegyensúlyozott önjutalmazók (27,5%; 270 fő), a Spórolós társasági és érzelmi evők (19,9%; 195 fő) és az Egészségtudatosak (18,3%; 179 fő) klasztere.

#### 1. Klaszter – Tradicionalis egyszerűsítők

(1st Cluster – Traditional simplifiers)

Az első klaszterbe tartozó állítások alapján az ide tartozó egyének legjellegzetesebb motivációi az alábbiak: kényelem, megszokás és hagyomány, az étel szeretete és enyhe érzékenység. Ezek közül is a megszokás (ami tartalmában átfedésben van a saját hagyománnyal) és a kényelem a leginkább jellemző a csoportra,

hiszen mindhárom, a szokásokra utaló állítás („mert jól ismerem”; „mert rendszerint ezt fogyasztom”; „mert ezt szoktam meg”) jellemzi őket. Ugyanez a helyzet a kényelemmel is, aminek szintén mindhárom állítása jellemző a klaszterre („mert ez a legkényelmesebb”; „mert könnyű elkészíteni”; „mert gyorsan elkészíthető”). A hagyományra utaló állításokból kettő („mert az a hagyományaimhoz tartozik”; „mert ezzel együtt nőtem fel”) rendelkezik magas átlaggal, de a harmadik állítás („mert hangulatosabbá teszi a társasági összejöveteleket”) is jelen van a klaszterben. Ugyanez a helyzet az ételszeretettel is („mert szeretem” és „mert jó az íze”). Így a kényelem és a megszokás után a (saját) hagyományok tisztelete és az evés/étel szeretete jellemzi őket leginkább. Magas átlagot kaptak ezen felül a „mert éhes vagyok” és a „mert nem sokba kerül” állítások, ami arra utal, hogy a klasztertagokra jellemző a szükségből evés, és némi érzékenység is (korábban már



láthattuk, mit jelent az erős érzékenység, ha egy teljes faktort alkot). Az első klaszter tehát, ha a motivációkra utaló egyes állításokat (3-3 állítás/motiváció) nézzük, igazán szép megoszlásokat, arányokat mutat.

## 2. Klaszter – Spórolós társasági és érzelmi evők (2nd Cluster – Thrifty social and emotional eaters)

A klaszter érdekessége, hogyha a két, szociális tényezőkből álló (első és ötödik) faktorra tekintünk vissza, akkor azt látjuk, hogy ennél a klaszternél keveredik a társaság szorongó és – talán ez a jó szó rá – kezdeményező megközelítése. Hiszen erős szerepet játszik a más embereknek, azaz a szociális környezetnek való megfelelési kényszer (pl. „mert nem lenne udvarias másokkal szemben”; „mert elvárják, hogy megegyem”; „mert el akarom kerülni, hogy családost okozzak valakinek, aki boldoggá akart tenni), és a belső szorongás („mert csalódott vagyok”; „mert szomorú vagyok”; „mert egyedül érzem magam”). Furcsamód azonban jelen van a másik véglet is, az alapvető társas hajlam („mert ezáltal időt tölthetek más emberekkel”; „mert az evés egy társasági esemény”; „mert hangulatosabbá teszi a társasági összejöveteleket”; ezek jellemezték az ötös számú faktort). A tagok számára fontos még a társadalmi imázsuk („mert jó színben akarok feltűnni mások előtt”; „mert ez az étel trendi”; „mert az étel másoknak is bejön”) megvédése, ami szintén egyfajta védekező pozíció, hasonlóképp, mint az első faktorba tartozók egyik motivációja esetében is. Továbbá erős érzékenységgel („mert nem kerül túl sokba”; „mert le van árazva”; „mert nem akarok rá több pénzt költeni”), és erős figyelemmel rendelkeznek a termék vizuális hatása kapcsán is („mert az spontán vonz engem”; mert ismerős a reklámokból és láttam a televízióban”; „mert esztétikus a megjelenése”). Kisebb súllyal ugyan, de volt még egy-két tulajdonság, ami legalább részben jellemezte a klasztertagokat, ez pedig az étel természetes jellege volt. De a csoport tulajdonságai alapján, a többihez képest az egészségtudatosság csak minimálisan jellemzi az ide tartozó egyéneket.

## 3. klaszter – Kiegyensúlyozott önjutalmazók (3rd Cluster – Balanced self-rewards)

Ahogy a neve is mutatja, a harmadik klaszterbe tartozó tagok legerősebb tulajdonsága az önjutalmazás („mert kényeztetni akarom magam”; „mert ezzel jutalmazom magam”; „mert élvezettel tölt el az evése”). Az összes többi tulajdonság viszont pontosan ugyanakkora részaránnyal (15,38%) képviselteti magát a magas átlagú állítások között. A csoportnak az önjutalmazáson kívül öt fő tulajdonsága/motivációja van, két-két rájuk utaló állítással. Ezek a hagyomány („mert az a hagyományaimhoz tartozik”; „mert ez bizonyos alkalmakhoz jól illeszkedik”); természetesség iránti igény („mert az nem tartalmaz az egészségre káros összetevőket”; „mert az étel természetes”); az étel szeretete önmagáért („mert az étel étvágygerjesztő”; „mert jó az íze”); szükségből evés („mert az étel kellemesen eltölt”; „mert szükségem van energiára”) és az egészségmagatartás („mert ezzel megvalósítom a kiegyensúlyozott étrendet”; „mert ez formában tart”).

## 4. klaszter – Egészségtudatosak (4th Cluster – Health conscious)

A negyedik klaszterbe, mint a neve is mutatja, értelemszerűen az egészséggel kapcsolatos állítások kerültek. Ebből a szempontból van átfedés a hármas számú klaszterrel, ahol az egészségtudatosság 15,38%-os részarányt képviselt a magas átlagú állítások között. Bár az egészségre utaló, magas átlagú állítások aránya ugyanúgy 15,38%, most is a közvélekedésre hivatkozunk, akárcsak a harmadik faktor esetében: ebben a klaszterben ugyanis a testsúly-kontrollra utaló mindhárom állítás megjelenik („mert alacsony kalóriatartalmú”; „mert odafigyelek a testsúlyomra”; „mert az étel zsírban szegény”). Az egészséggel kapcsolatban pedig két állítás, a „mert egészségesnek tartom” és a „mert ez formában tart” kapott magas átlagot. Amely tulajdonságok kevésbé jellemezték a klasztert, azok az érzékenység (6,66%); a társasági hajlam motivációja (6,66%); a szorongás (6,66%) vagy szociális imázs motiválta, társaságnak való megfelelés (20,00%); az önjutalmazás (13,33%) és az étel vizuális vonzásából eredő motiváció (6,66%) volt.

### 5. klaszter – Közömbösek (5th Cluster – Indifferents)

Az ötödik klaszterben egyetlen magas átlagú állítással sem találkoztunk. Így tehát rögtön az elején leszögezzük, hogy a két, a tulajdonság/motiváció súlyát kifejező mutató (az átlag és a részarány) közül az első miatt e klaszter összes jellemzője alaptól veszít a súlyából. Másképp kifejezve: nincs egyetlen, a klaszterre markánsan jellemző tulajdonság az állítások átlagai alapján, de az állítások részarányai azért adnak némi igazodási pontot a jellemző tulajdonságokról. Figyelemre méltó például, hogy a megszokás és a hagyomány – hasonlóan a Tradicionális egyszerűsítőkhöz, itt is magas arányt képviselt: a két motiváció együtt 35,29%-ot képvisel, azaz a tagok több mint harmadának, ha valamit figyelembe vesz, akkor ezt szinte biztosan mérlegeli. Emellett a kényelem három állítása („mert ez a legkényelmesebb”; „mert könnyű elkészíteni”; „mert gyorsan elkészíthető”) is komoly szerepet játszik (17,64%), ahogy a szükség (17,64%) és az étel szeretete (17,64%) is. Sőt, még az érzékenység is szerepet kapott (11,76%). Ezek alapján azt a következtetést vonhatjuk le, hogy erre a klaszterre egyszerre sokféle étkezési motiváció jellemző, de igazán egyikben sem érdekeltek, egyik sem igazán fontos számukra, tehát közöny jellemzi őket.

## 4. MEGBESZÉLÉS – DISCUSSION

Más tanulmányokkal összehangban (pl. RENNER et al., 2012; SPROESSER et al., 2017; SPROESSER et al., 2019; PHAN és CHAMBERS, 2016; PHAN és CHAMBERS, 2018), a legnépszerűbb 10 alszála (1. táblázat) a TEMS 15 (és az utolsó két szerző esetében 17) faktora közül az alábbiakba csoportosítható: Az étel szeretete; Szokások; Szükség & Éhség; Egészség; Élvezet. Ezek az összes említett tanulmányban az első helyek egyikén állnak, kivétel ez alól az Élvezet faktor, ami a 6. helyre került a 15-ből (vagy 17-ből). Az első három faktor pedig az első 3 helyre került minden szerzőnél. A táblázat alatt részleteztük, ezek az alszála mely skálákba tartoznak.

Hasonlóképpen, a legkevésbé népszerű 10 alszála (2. táblázat) a zárójeles tanulmányokban is az utolsó helyek egyikén áll az általuk kapott 15 és 17 skála közül. Így értelemszerűen

az ezt tartalmazó faktorok is: Vizuális vonzás (11. hely), Szociális normák (14. hely), Szociális imázs (15. hely) és a Negatív hatások szabályozása (13. hely), amit mi belső frusztrációnak neveztünk el másképpen.

Ami a mi tanulmányunkat illeti, csupán kb. feleannyi faktort sikerült azonosítanunk, mint a fent említett szerzők. Ezzel együtt viszont mind a nevük, mind a tartalmuk között jócskán akadnak átfedések. De vannak ugyanolyan (tartalmú) faktorok is. Ilyen például az Árérékenység, amely megegyezik a fenti öt szerző Ár faktorával; az Egészség- és Testsúly-kontroll az Egészség, a Természetesség és a Testsúly-kontroll faktorával; a Kényelem a Kényelmes élvezkedés faktorával. A Társasági evés és a Szociális szorongás faktorok a Társas hajlam, a Szociális normák, a Szociális imázs és a Negatív hatások szabályozása faktorok javát tartalmazza. Emellett az ide tartozókra erősen hat az étel vizuális hatása, látványa (pl. TV reklám, csalogató kinézetű ételek), ami pedig a Vizuális vonzás faktor nagy részét teszi ki. Az Önjutalmazás az Élvezettel; a Szokás- vagy hagyomány-vezérelt evés a Tradicionális evés és a Szokások faktorokat öleli fel, míg az Étél csábító jellege Az étel szeretete és a Szükség & éhség gyenge egyvelege.

Egyedül GRAÇA és szerzőtársai (2019) sorolták 7 faktorra a résztvevőket a TEMS alapján, ám más okból, mint mi (mert 8 faktor egy másik modellből származott).

Ami a klaszterelemzést illeti, mi csak egyetlen ilyen típusú kutatást találtunk (CHAMBERS et al., 2016), ami azonban egyáltalán nem releváns a mi hierarchikus elemzésünkkel, hiszen míg az adott szerző a fogyasztott élelmiszer-csoportok között végezte a klaszterezést, addig mi az étkezési motivációk alapján. Ebből a szempontból nem összehasonlítható a két elemzés.

## 5. KÖVETKEZTETÉSEK – CONCLUSIONS

Legfontosabb következtetéseink azok voltak, hogy a magyar lakosság számára az élelmiszer-választásnál a legfontosabb szempont egyértelműen az étel élvezeti értéke, illetve a már jól ismert ízek és ételek. Ez alapján feltételezzük, hogy hajlamosak a szokások rabja lenni.

A magyar lakosság a minta alapján leginkább a „Kényelmes élvezkedés” faktorba tartozik, amely a kényelemmel, a megszokással, a szükséggel, és élvezeti értékkel, mint motivációval kapcsolatos. Gondolkodásmódjukban leginkább jellemző a kényelem, a megszokás, a hagyomány, az étel szeretete és az enyhe érzékenység, de enyhén jellemző rájuk a szükségből, és nem élvezetből való evés is.

A kutatás egyik korlátjának tartjuk, hogy hiányoznak a Változatosságkeresésre utaló kérdések, így az sem derül ki az előző alapján, hogy milyen szinten keresik az ételmiszer-változatosságot a magyarok. Továbbá hiányoznak belőle a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos témakörök, és a már szintén említett Választási korlátozás faktor is. Ez utóbbi két hiányzó skála és azok alfaktorai (Azért eszem, amit eszem, mert „ezt szolgálták fel”; „ez volt az egyetlen választási lehetőség”; „mert szeretek minden nap különféle ételeket enni”; „mert nem szeretem ugyanazt enni”; „mert nem szeretem minden nap ugyanazt az ételt enni ugyanarra az étkezésre”), melyeket PHAN és CHAMBERS (2016) épített be a modellbe, a saját véleményünk szerint is rendkívül fontos témakörök. A még inkább fontos, környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos állításokat azonban ezidáig egyetlen szerző sem épített be, dacára a környezettudatosság és a fenntarthatóság gyorsan növekvő fontosságának.

Mindez rávilágít arra, hogy a modell alkalmazási lehetőségeiben még rejlik kutatási potenciál.

## IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

**Arbit, N. – Ruby, M. – Rozin, P.:** Development and Validation of the Meaning of Food in Life Questionnaire (MFLQ): Evidence for a New Construct to Explain Eating Behavior. *Food Quality and Preference*. 2017. **59** 35–45. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.02.002>

**Avsar, O. – Kuskucu, A. – Sancak, S. – Genc, E.:** Do Vesicular Monoamine Transporter 2 Genotypes Relate to Obesity and Eating Behavior? *Neuropsychiatry*. 2017. **7** 1020–1025. DOI: <https://doi.org/10.4172/neuropsychiatry.1000310>

**Gabriel, Y. – Lang, T.:** *The Unmanageable Consumer* (3rd ed.). London: Sage. 2015.

Gill, J. and Johnson, P. (2010), *Research Methods for Managers*, 4th edition. SAGE Publications Ltd.

**Chambers, D. – Phan, U. – Chanadang, S. – Maughan, C. – Sanchez, K. – Di Donfrancesco, B. – Gomez, D. – Higa, F. – Li, H. – Chambers, E. – Esen, E.:** Motivations for Food Consumption During Specific Eating Occasions in Turkey. *Foods*. 2016. **5** (2) 39. DOI: <https://doi.org/10.3390/foods5020039>

**Gill, J. – Johnson, P.:** *Research Methods for Managers*, 4th edition. SAGE Publications Ltd. 2010.

**Graça, J. – Truninger, M. – Junqueira, L. – Schmidt, L.:** Consumption Orientations May Support (or Hinder) Transitions to more Plant-based Diets. *Appetite*. 2019. **140** 19–26. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.04.027>

**Januszewska, R. – Pieniak, Z. – Verbeke, W.:** Food Choice Questionnaire Revisited in Four Countries. Does it Still Measure the Same? *Appetite*. 2011. **57** (1) 94–98. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2011.03.014>.

**Köster, E. P.:** Diversity in the Determinants of Food Choice: A Psychological Perspective. *Food Quality and Preference*. 2009. **20** (2) 70–82. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.11.002>

**KSH:** Magyarország népességének száma nemek és életkorok szerint, január 1. 2020. URL: <https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html> (Letöltés dátuma: 2020.03.29.)

**Mansvelt, J. – Robbins, P.:** *Green Consumerism, an A-to-Z Guide*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc. 2011.

**Michie, S. – van Stralen, M. M. – West, R.:** The Behaviour Change Wheel: A New Method for Characterising and Designing Behaviour Change Interventions. *Implementation Science*. 2011. **6** (42) DOI: <https://doi.org/10.1186/1748-5908-6-42>

**Michie, S. – Atkins, L. – West, R.:** *The Behaviour Change Wheel: A Guide to Designing Interventions*. London, Silverback Publishing. 2014.

- Moraes, J. M. M. – Alvarenga, M. D. S.:** Cross-cultural Adaptation and Apparent and Content Validity of the Short Version of the Eating Motivation Survey (TEMS) in Brazilian Portuguese. *Cadernos De Saude Publica*. 2017. **33** (10) e00010317. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-311X00010317>
- Pechey, R. – Monsivais, P. – Ng, Y. L. – Marteau, T. M.:** Why Don't Poor Men Eat Fruit? Socioeconomic Differences in Motivations for Fruit Consumption. *Appetite*. 2015. **84** 271–279. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.10.022>
- Phan, U. T. X. – Chambers, E.:** Application of an Eating Motivation Survey to Study Eating Occasions. *Journal of Sensory Studies*. 2016. **31** (2) 114–123. DOI: <https://doi.org/10.1111/joss.12197>
- Phan, U. T. X. – Chambers IV, E.:** Data on Motivations of Food Choices Obtained by Two Techniques: Online Survey and In-depth one-on-one Interview. *Data in Brief*. 2018. **21** 1370–1374. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.10.108>
- Pieniak, Z. – Pérez-Cueto, F. – Verbeke, W.:** Association of Overweight and Obesity with Interest in Healthy Eating, Subjective Health and Perceived Risk of Chronic Diseases in Three European Countries. *Appetite*. 2009. **53** 399–406. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.08.009>
- Rempe, H. M. – Sproesser, G. – Gingrich, A. – Spiegel, A. – Skurk, T. – Brandl, B. – Hauner, H. – Renner, B. – Volkert, D. – Sieber, C. C. – Freiberger, E. – Kiesswetter, E.:** Measuring Eating Motives in Older Adults with and Without Functional Impairments with The Eating Motivation Survey (TEMS). *Appetite*. 2019. **137** 1–20. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.01.024>
- Renner, B. – Sproesser, G. – Strohbach, S. – Schupp, H. T.:** Why We Eat What We Eat. *The Eating Motivation Survey (TEMS)*. *Appetite*. 2012. **59** (1) 117–128. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.04.004>
- Skead, N. K. – Rogers, S. L. – Doraisamy, J.:** Looking Beyond the Mirror: Psychological Distress, Disordered Eating, Weight and Shape Concerns, and Maladaptive Eating Habits in Lawyers and Law Students. *International Journal of Law and Psychiatry*. 2018. **61** 90–102. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijlp.2018.06.002>
- Siegrist, M. – Shi, J. – Giusto, A. – Hartmann, C.:** Worlds Apart. Consumer Acceptance of Functional Foods and Beverages in Germany and China. *Appetite*. 2015. **92** 87–93. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.05.017>
- Sproesser, G. – Ruby, M. B. – Arbit, N. – Rozin, P. – Schupp, H. T. – Renner, B.:** The Eating Motivation Survey: Results from the USA, India and Germany. *Public Health Nutrition*. 2018. **21** (3) 515–525. DOI: <https://doi.org/10.1017/s1368980017002798>
- Steptoe, A. – Pollard, T. M. – Wardle, J.:** Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: The Food Choice Questionnaire. *Appetite*. 1995. **25** (3) 267–284. DOI: <https://doi.org/10.1006/appe.1995.0061>
- Stok, F. M. – Hoffmann, S. – Volkert, D. – Boeing, H. – Ensenaer, R. – Stelmach-Mardas, M. – Kiesswetter, E. – Weber, A. – Rohm, H. – Lien, N. – Brug, J. – Holdsworth, M. – Renner, B.:** The DONE Framework: Creation, Evaluation, and Updating of an Interdisciplinary, Dynamic Framework 2.0 of Determinants of Nutrition and Eating. *PLoS One*. 2017. **12** (2) e0171077. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0171077>
- Treasure, J.:** Eating disorders. *Medicine*. 2020. **375** (9714) 583–593. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.mpmed.2020.08.001>
- Treasure, J. – Duarte, T. A. – Schmidt, U.:** Eating Disorders. *The Lancet*. 2020. **395** (10227) 899–911. DOI: [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(20\)30059-3](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(20)30059-3)

- Vainio, A.:** How Consumers of Meat-based and Plant-based Diets Attend to Scientific and Commercial Information Sources: Eating Motives, the Need for Cognition and Ability to Evaluate Information. *Appetite*. 2019. **138** 72–79. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.03.017>
- Van Strien, T. – Konttinen, H. – Homberg, J. R. – Engels, R. C. M. E. – Winkens, L. H. H.:** Emotional Eating as a Mediator between Depression and Weight Gain. *Appetite*. 2016. **100** 216–224. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.02.034>

## JEGYZETEK ♣ NOTES