

2024 TÉL

recreation

14. ÉVFOLYAM / 4. SZÁM

A KÖZÉP-KELET-EURÓPAI REKREÁCIÓS TÁRSASÁG TUDOMÁNYOS MAGAZINJA



SPORTTÁPLÁLKOZÁS

Az edző szerepe a sportoló fiatalok táplálkozásában

TEHETSÉGGONDOZÁS

In the light of social media: physical activity, eating disorders and well-being issues in young women.

REKREÁCIÓS EDZÉS

Joint Health, Balanced Everyday Activity

SZELLEMI REKREÁCIÓ

Contemporary aspects of museum spatial interpretation

MODERN EGÉSZSÉGES ÉLETMÓD

Jóllét - Jólét - emberközpontú társadalom és gazdaság - egészséges életmód

FRADI MEMÓRIAJÁTÉK



FRADI SHOP | SHOP.FRADI.HU



BEKÖSZÖNTŐ

A legújabb számunk köszöntőjében Dr. Lőkös Dániel - a Károli Gáspár Református Egyetem újonnan indított életmód és rekreáció szak egyetemi docense - gondolatait olvashatjuk:

Tél és rekreáció

Ez a három szó szerves egységgé érik a legtöbb esetben, amikor megállunk egy pillanatra és félretesszük a nagy rohanásban a határidős feladatainkat. Érezzük, hogy a természet pihen, készül a tavaszi megújulásra, ahogy a legtöbb kultúrkör jelentős ünnepei bensőségesen megszólítanak, számvetésre, összegzésre hívnak, hálaadásra készítetnek. Ilyenkor jó, ha megállunk egy kicsit és képessé válunk értékelni az eddigieket, majd a tél bölcs csendjében engedjük meghallani a belső hangokat. Fontos értéket jelenthet, ha ezt számunkra kedves közösségben tehetjük, így jelenthetünk egymásnak erőt, inspirációt, szellemi, lelki értelemben. Sokszor az ünnepek csodája, a várakozás, álmódzás már önmagában gyógyít, feltölt. Ez a tiszta, gyermeki lélek részünk felnötté vált kiértékelő időszakába érve, a kitaratást megtanulva, a kíváncsiságra emlékezve nemesedik a tél előrehaladtával. Arra hívom a közösségünket, hogy a folyóiratunk jelen számának segítségével mindez tudatosan építsük, fejlesszük magunkban.

A Recreation tudományos magazinunk egyik szerkesztőjeként örömmel írom a kedves olvasó számára ezeket a sorokat és ajánlom nemcsak a hosszú és tartalmas téli esték szellemi táplálékaként a legújabb érdekességeket felvonultató tanulmányok, aktuális trendek, kutatási eredmények színes bemutatását tartalmazó téli számunkat.

Dr. Lőkös Dániel
egyetemi docens

*Életmód és Testkultúra Intézet
Károli Gáspár Református Egyetem,
Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kar*

In the greeting of our latest issue, we can read the thoughts of Dr. Dániel Lőkös, one of the associate professors of the newly introduced Lifestyle and Recreation course at the Károli Gáspár University of the Reformed Church in Hungary:

Winter and recreation

In most cases, these three words form an organic unity when we pause for a moment in the midst of our hectic everyday lives and put aside our urgent tasks. We sense that nature is resting and preparing for the renewal of spring, just as the major holidays of most cultures speak to us and invite us to reflect, sum up and give thanks. This is a time when it is good to pause for a while and be able to appreciate what has passed, and then listen to our inner voices in the wise silence of winter.

It can be of great value if we can do this in the company of a valued community where we can give each other strength, inspiration and intellectual and spiritual support. Often the magic of the holidays – the anticipation, the dreaming – has a healing and rejuvenating effect in itself. This pure, childlike part of our soul matures as we enter the reflective season of adulthood, through perseverance, as we return to our curiosity over the course of winter.

I invite our community to intentionally cultivate and develop this mindset through the current issue of our journal.

As one of the editors of the Journal of Recreation, our scientific journal, I am pleased to share these thoughts with our valued readers and highly recommend our winter issue. It offers a rich selection of studies, current trends and research findings – intellectual food for long and meaningful winter evenings.

Dr. Dániel Lőkös
Associate professor

*Institute for Lifestyle and Physical Culture
Károli Gáspár University of the Reformed Church in Hungary, Faculty of
Economics, Health Sciences and Social Studies*

TARTALOMJEGYZÉK

4. SPORTTÁPLÁLKOZÁS

Az edző szerepe a sportoló fiatalok táplálkozásában

The role of the coach in the nutrition of young athletes

Biróné Ilies Katalin, Nagyváradai Katalin, Stelczér Ádám

9. TEHETSÉGGONDOZÁS

A közösségi média tükrében: fizikai aktivitás, étkezési zavarok és jól-léti kérdések fiatal nőknél

In the light of social media: physical activity, eating disorders and well-being issues in young women.

Szabó Dóra, Patakiné Bócsa Júlia

15. REKREÁCIÓS EDZÉS

Ízületi egészség, mindennapi mozgásharmónia.

A funkcionális edzés előnyei.

Joint Health, Balanced Everyday Activity

Benefits of Functional Training

Biróné Ilies Katalin, Hurlik-Tóth Enikő

20. SZELLEMI REKREÁCIÓ

A múzeumi térértelmezés korszerű aspektusai

Contemporary aspects of museum spatial interpretation

Schultz Éva, Magyar Márton

42. MODERN EGÉSZSÉGES ÉLETMÓD

Jólét - Jólét – emberközpontú társadalom és gazdaság – egészséges életmód

Well-being - Welfare – human-centered society and economy - healthy lifestyles?

Juhász Annamária, Piskóti István

Recreation Tudományos Magazin | Journal of Recreation

Felelős Kiadó/Executive publishing:

Közép-Kelet-Európai Rekreációs Társaság

Székhely/Seat: 6723 Szeged, Csaba utca 48/A.

Főszerkesztő/Editor in Chief: Dr. habil. Fritz Péter

Felelős szerkesztő/Editor in Chief: Dr. Princz Adrienn

Címlapfotó/Cover photo: depositphotos.com

Szerkesztő/Editor: Astone Media Kft.

Alapítva/Founded: 2010.

Hivatalos e-mail cím/Official email address:

Dr. habil. Fritz Péter; journal@recreationcentral.eu

Megjelenik/Published: Negyedévente, Quarterly

2014 óta/ Since 2014.

ISSN (online): 3003-9509 (első lapszám: 13. évfolyam 2. 2023)

ISSN (nyomtatott): 2064-4981 (utolsó lapszám: 13. évfolyam 1. 2023.)

The role of the coach in the nutrition of young athletes

Az edző szerepe a sportoló fiatalok táplálkozásában

Authors / Szerzők: **Biróné Ilics Katalin**¹, **Nagyváradai Katalin**², **Stelczér Ádám**³

Received: 8 January 2025 | Revised: 18 January 2025 | Accepted: 22 January 2025 | Published: 31 January 2025



Section editor / Rovatszerkesztő:

Fritz Réka

Szegedi Tudományegyetem,
Fül-Orr-Gégészeti és Fej-Nyaksebészeti Klinika
fritz.reka@med.u-szeged.hu



¹ **Biróné Ilics Katalin**

Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai
és Pszichológiai Kar, Sporttudományi Intézet
Szombathely
birone.ilics.katalin@ppk.elte.hu



² **Nagyváradai Katalin**

Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai és
Pszichológiai Kar,
Sporttudományi Intézet Szombathely
nagyvaradi.katalin@ppk.elte.hu



³ **Stelczér Ádám**

Sportközgazdász hallgató
Óbudai Egyetem Alba Regia Műszaki Kar
adstelczer@gmail.com

Abstract: The main objective of our work is to investigate the role of the coach in the nutrition of athletes. We have tried to answer the question: Is it part of the coach's job to monitor and control the nutritional habits of athletes? Our study included competitive youth athletes in 6 sports (N= 162). We used some questions from the Food Frequency Questionnaire in our self-designed questionnaire. 54% of the respondents stated that they had not received nutritional advice from anyone. 23% received advice from the team nutritionist, 16% from the coach, another 6% from the strength coach and a few (1%) from the physiotherapist.

The vast majority (74.6%) of athletes take a dietary supplement. The most important advisors for their use were parents (27%) and nutritionists (26%). The role of the coach was also negligible (6%). Due to the needs of athletes, it would be necessary to involve professionals in the development of nutritional principles for clubs so that they can provide individualised nutritional advice, plan diets and use supplements professionally, taking into account the needs of coaches. The coach can help monitor compliance with these principles.

Keywords: role of coach, nutrition, athlete

Absztrakt: Munkánk elsődleges célja az edző szerepének vizsgálata a sportolók táplálkozásában. Arra a kérdésre kerestük a választ, hogy: Vajon az edző munkája kiterjed-e a sportolók táplálkozási szokásainak ellenőrzésére, nyomon követésére? Vizsgálatunkba 6 sportág I. és II. osztályú utánpótlás korú versenysportolóit vontuk be (N= 162). Saját készítésű kérdőívünkben felhasználtuk az Élelmiszerfogyasztási Gyakorisági kérdőív egyes kérdéseit. A válaszadók 54%-a arról nyilatkozott, hogy senkitől sem kap táplálkozási tanácsot. 23%-uk a csapat dietetikusról, 16%-uk az edzőtől, további 6%-uk az erőnléti edzőtől, és néhányan (1%) a gyógytornásztól.

A sportolók jelentős többsége (74,6 %) fogyaszt étrend-kiegészítőt. Ezek használatához leginkább a szülőktől (27%), és a dietetikustól (26%) kértek tanácsot. Az edző szerepe ebben a kérdésben is elenyésző (6%) volt. A sportolók igényei miatt szükség lenne szakemberek bevonására az egyesületek táplálkozási alapelveinek kidolgozásához azért, hogy tudjanak személyre szabott táplálkozási tanácsokat adni, étrendet tervezni, és az étrend-kiegészítők fogyasztását szakszerűen alkalmazni. Az edző segítheti ezen elvek betartásának ellenőrzését.

Kulcsszavak: edzői szerep, táplálkozás, sportoló

1. Bevezetés

Számos nemzetközi és hazai kutatás foglalkozik a sportteljesítményt befolyásoló tényezők meghatározásával (Ács, 2007; Zahradník & Korvas, 2012; Biróné, 2018), melyekben szerepel az edző is, mint katalizátor, akinek többek között szakmai és pedagógiai felkészültsége, viselkedés kultúrája hozzájárul a sikeres teljesítmény eléréséhez (Gombocz, 2004; Biróné & Csátaljai, 2011; Paic, 2019). Vazou és mtsai (2004) vizsgálatának célja az volt, hogy feltárják az edző és a társak által létrehozott motivációs légkör hatását fiatal sportolók (N=439) sportmotivációjára. Következtetéseikben megfogalmazták, hogy a sport iránti elkötelezettséget a sportoló-edző viszony jelentősen befolyásolta. Révész és munkatársai (2013) vizsgálatába bevont edzők (N=70) véleménye szerint a saját sikerességük kulcsa a folytonos továbbképzésekben van és az edzői tapasztalatok megszerzésében. Biróné és Csátaljai (2011) munkájukban az akkori magyar

női és férfi röplabda válogatott játékosok sikerének kulcsát vizsgálták, mely során kitértek a sportoló-edző közötti viszony tanulmányozására is gyermek, serdülő és junior korosztályban. Mindhárom korcsoportban azt találták, hogy a játékosok több mint 84 %-a jó viszonyt folytatott edzőjével, tisztelte, vagy elfogadta őt. Jowett 2005-ös modelljében az edző-sportoló közötti ideális érzelmi közelség bizalomhoz, tisztelethez vezet.

A sportteljesítmény másik összetevője, ami az elmúlt években nagy figyelmet kapott, a sportolók táplálkozása. Mivel a táplálkozás szinte minden olyan folyamatot befolyásol a szervezetben, amely részt vesz az energiatermelésben és a testmozgásból való regenerálódásban, fontos és olykor döntő szerepet játszik egy sportoló teljesítményében (Rédli, 2022; Fritz et al., 2018/a,b,c, 2019, 2020; Negro et al., 2013; Pelle, 2020).

A sportolóknál az energiaellátás kulcsfontosságú lehet, hiszen edzés közben megnő az ener-

giaigény. Ha az energiaellátás kritikussá válik, fáradtság jelentkezik. A különböző típusú mozgások és sportok eltérő energiaigényűek, ezért a sportolóknak ennek megfelelően kell beállítaniuk táplálékfelvételüket. Bár számos sporttáplálkozási alapelv hasonló a felnőttekkel, a fiatal sportolók esetében van néhány különbség. Az egyik, hogy a gyermekkori és serdülőkori növekedési ugrások miatt további táplálkozási támogatást igényelnek a megfelelő energia-, fehérje-, esszenciális zsírok és ásványi anyagok bevitelének tekintetében. Az ásványi anyagok közül leginkább a kalciumra és a vasra kell figyelmet fordítani. Bár a kalcium minden gyermeknél fontos a csonttömeg fejlődéséhez, a sportolóknál a nem megfelelő kalciumbevitel és a csontok alacsony ásványianyag-tartalma is összefüggésbe hozható a stresszes törésekkel. A megfelelő napi kalciumbevitel biztosításához az étrendnek tartalmaznia kell legalább napi három adag tejtermékkel és/vagy egyéb kalciummal dúsított élelmiszert.

A vashiány rontja a sportteljesítményt, csökkenti a hemoglobint és a mioglobint oxigénszállító képességét a vérben és az izmokban (Negro et al., 2013).

A sportoló teljesítményét a sporttevékenység körüli megfelelő étkezés befolyásolja leginkább. Az ajánlások szerint nagyobb étkezést az igénybevétel előtt 2-3 órával kell elfogyasztani (Rédli, 2022). Gyorsan emészthető, magas szénhidrát tartalmú ételek fogyasztása javasolt, és kerülni kell a magas rost- és zsírtartalmú ételeket (Fritz, 2019). Az edzés vagy inkább mérkőzés alatt energiaszeleteket, sportitalokat, géleket tanácsolnak a szakemberek. A terhelést követő 2 órában a szénhidrátban gazdagabb ételeket kell előtérbe helyezni, mivel ezek segítenek a test kiürült glikogén raktárainak a visszatöltésében (Rédli, 2022; Fritz, 2019), ugyanakkor célszerű fehérjét tartalmazó étkezést is beiktatni (Fritz, 2019).

Az intenzív izommunka miatt a sportolóknak több vitaminnal van szükségük (Szekeresné, 2015), mivel a rendszeres közepes-nagy intenzitású fizikai aktivitás módosíthatja a vitaminszükségletet. A sportolók körében gyakori az elégtelen D-vitamin- és B-vitamin-bevitel, ami főként az egyoldalú, extrém kis energia- és zsírszegény étrendet követők, illetve az étrendjükben egy vagy több élelmiszert kizáró sportolókat érint (Fritz et al., 2018/c). Az étrend-kiegészítők használatával az utánpótlás korosztályban még óvatosan kell bánni. Elődleges feladat a megfelelő szokások kialakítása, hogy a szükséges vitamin-, ásványi anyag, fehérje szükségletet a mindennapi étkezésből nyerje a gyermek.

Az étrend-kiegészítők használata csak kontrollált, szakember által megtervezett programmal javasolt (Rédli, 2022).

A sporttáplálkozás másik alapköve a megfelelő folyadékfogyasztás. 14 éves kor felett a napi folyadékbevitel értéke 2-3 liter. Nemzetközi kutatások szerint az Európában nevelkedő utánpótláskorú labdarúgók nagy része dehidratált állapotban érkezik meg az edzésekre, ami megfigyelhető teljesítményromlást eredményez a hidratált társaikhoz képest (Pelle, 2020). Az edzések és a versenyek/mérkőzések során az izzadás miatt csökken szervezetünkben a víz mennyisége, amellyel nátrium is ürül a szervezetből. Fontos, hogy a sporttevékenység során a testsúlycsökkenés ne haladja meg a 2%-ot, mert ez is rontja a teljesítményt és növeli a fáradékonyság érzését (Fritz, 2019; Pelle, 2020). 2,5-3%-os súlyvesztés pedig már nagyon komoly hatással van a koordinációs képességekre és a koncentrációt is jelentősen rontja. Az izzadás mértéke függ a hőmérséklettől, a páratartalomtól, a testtölemtől, a genetikai tényezőktől és a pályán betöltött

posztól is.

Tehát a sportolóknak szükségük van a folyadék pótlására, csak eltérő mértékben (Pelle, 2020).

Sporttevékenység közben arra kell ösztönözni őket, hogy 15-20 percenként igyanak meg 150-300 ml folyadékot (Negro et al., 2013; Pelle, 2020).

Az edzések vagy mérkőzések után pedig ajánlott az elvesztett testsúly 1,2-1,5 szeresét folyadék formájában visszajuttatni a szervezetünkbe 2 órán belül (Pelle, 2020).

A helyes étkezési gyakorlatok, amelyek magukban foglalják az ételek és italok helyes megválasztását tehát a sportsiker és az egészséges élet képzetének részét képezik. Ma már több egyesület foglalkoztat orvost, és/vagy dietetikust, táplálkozástudományi szakembert, akiknek feladata az edzői elvárásokat figyelme véve a sportolók étrendjének összeállítása, személyre szabott táplálkozási tanácsadás, illetve javaslat készítés az étrend-kiegészítők szakszerű alkalmazásához. A nem megfelelő étrend-kiegészítők fogyasztása ugyanis (tiltott szerek) komoly etikai vétséget von maga után, ami minden esetben a sportoló és a sportolót segítő személyzet felelőssége (Wada, 2015).

A szakirodalmi javaslatok alapján a sportolókat tehát arra kell ösztönözni, hogy korai életkorban alakítsanak ki helyes táplálkozási szokásokat. Jó példaképek, a megfelelő tanácsok segíthetik őket az egészséges táplálkozási gyakorlatok kialakításában. A legfontosabb alapinformációkkal az edzőknek is rendelkezniük kell, de tanácsadásra sem tudása, sem kompetenciája nincs, ezért további tanácsokat csak megfelelő végzettséggel rendelkező személy adhat (Tihanyi, 1999).

2. A munka célja

Munkánk elsődleges célja az edzők szerepének vizsgálata sportolók táplálkozásában. Az edzővel szemben támasztott egyik követelmény a sportolóval kialakított ideális érzelmi közelség, ami bizalomhoz, tisztelethez vezet. Az így megteremtett légkörben az edzőnek lehetősége nyílik olyan tanácsok közvetítésére is, amely a bizalomra épül. Ebben szerepet kaphat a sportoló fiatal életmódja, szokásai, és a táplálkozási alapismeretek közvetítése is, a kompetencia határok betartása mellett. Ezért vizsgáljuk az edző-sportoló közötti viszonyt, illetve a sportolók általános táplálkozási szokásait is.

3. Kérdésfelvetés

K1: Vajon az edző munkája kiterjed-e a sportolók táplálkozási szokásainak ellenőrzésére, nyomon követésére?

4. Anyag és módszer

Vizsgálatunkba (Etikai engedély száma: 2022/419) 9 egyesület I. és II. osztályú utánpótlás korú leány és fiú sportolóit vontuk be (N=162), átlag életkoruk $14,96 \pm 1,14$ év. A résztvevők kosárlabda (leány, fiú), röplabda (leány, fiú), kézilabda (leány), labdarúgás (fiú), atlétika (leány, fiú), és úszás (leány, fiú) sportágakban rendszeresen versenyeznek.

Saját készítésű kérdőívben használtunk az Élelmiszerfogyasztási Gyakorisági Kérdőív egyes kérdéseit is. A kérdőív kitöltését minden esetben a szülők, edzők és a csapatvezetők beleegyezése után a sportolók edzőhelyszínén, személyesen végeztük 2022. 10. 17. és 2022. 11. 25. között. Az adatfelvétel során a résztvevők kérhették a kérdések pon-

tosítását, ami talán relevánsabb válaszokat eredményezhetett.

Az adatok feldolgozásához alapstatisztikát, illetve csoportokon belüli és csoportok közötti korreláció számítást ($p < 0,05$) végeztünk a Statistica for Windows 12.6 program segítségével.

A jelentősebb eredményeket diagramon ábrázoltuk.

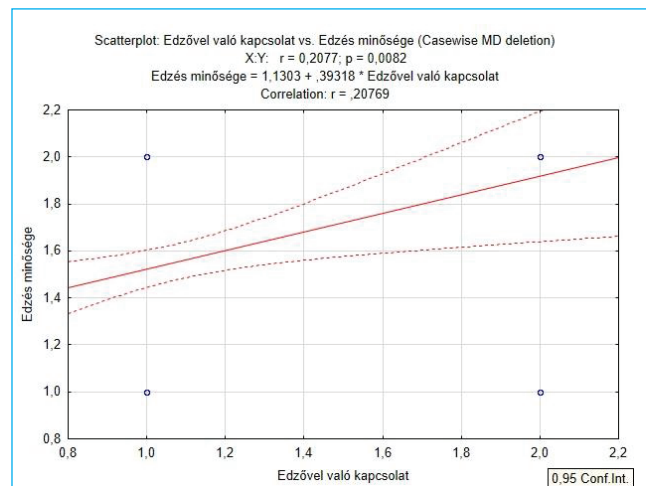
5. Eredmények

A vizsgálatban résztvevő sportolók ($N=162$) 37%-a leány, 63 %-a fiú. Átlag életkoruk $14,96 \pm 1,14$ év. Átlagosan közel 8 éve sportolnak ($7,84 \pm 3,61$ év) és hetente átlag $5,32 \pm 1,92$ alkalommal vesznek részt edzésen.

Wells és Aiche (2013) munkájukban az edző nemének a csapat teljesítményére gyakorolt hatását vizsgálták. A szerzők összefüggést ugyan nem találtak a vizsgált változókban, a témát mégis érdekesnek találtuk, és egy másik aspektusból vizsgáltuk. Azt kerestük, hogy az edzők neme összefüggésben van-e az edző-sportoló viszony, az edzés minősége, az edzői motiváló módszerek, illetve a táplálkozási tanácsok kérése között. A sportolóink 26,5 %-át női, 73,5 %-át férfi edző készíti fel. Ez az eredmény tükrözi az edzők nemi megoszlására vonatkozó hazai statisztikai adatokat (Bodnár, 2012). Az összefüggés vizsgálat során negatív kapcsolatot az edző neme és az edző motiváló módszere között találtunk ($r = -0,204$). A női edzők főként biztatással, hibajavítással, a férfi edzők inkább célok kitűzésével, építő jellegű kritikával motiválnak, illetve lehetőséget adnak a felnőtt csapatba kerülésre.

A sportolóval foglalkozó szakember megfelelő pedagógiai módszer alkalmazásával jelentős sikert érhet el akár a sportban, akár az élet más területein is. Ezért tartottuk fontosnak vizsgálni az edző-sportoló viszony minőségét, ami összefüggésben lehet azzal, hogy a sportoló az edzőjétől szívesen fogadna-e tanácsot a mindennapi étellel kapcsolatban.

A vizsgálatban résztvevők 92 %-a tiszteli edzőjét, 8 %-a elfogadja. A „nincs jó viszonyom az edzővel”, vagy az „inkább rossz a viszonyunk” senkinél nem jelent meg. Az edzések minőségét kifejezetten jónak értékelték. 46 %-uk mindig élvezzi az edzéseket, 54%-uk többnyire élvezzi. A „ritkán élvezem az edzéseket” és a „nem szeretem az edzéseket” válaszok nem jelentek meg. Az edzések minősége és az edzővel való kapcsolat szignifikáns összefüggést mutatott ($r=0,2077$, $p=0,0082$). (1. ábra)

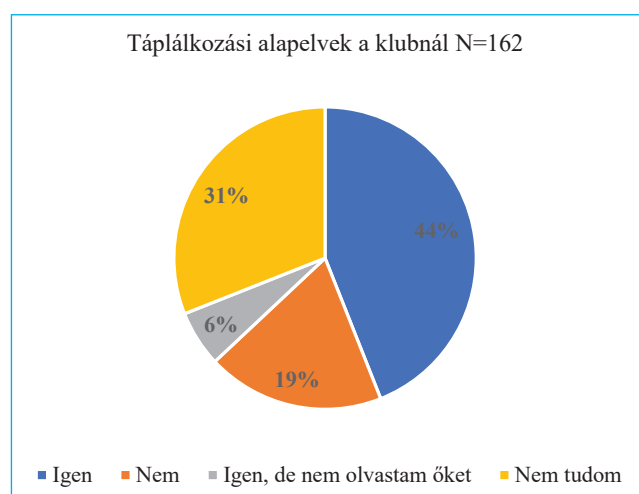


1. ábra Az edzés minősége és az edzővel való kapcsolat

A sportolók 63 %-át érdekelné edzője véleménye a mindennapi életükkel kapcsolatban. Az elemzés során azonban nem találtunk összefüggést az edző-sportoló viszony, és a mindennapi étellel kapcsolatos tanácsok fogadása között. Ez utóbbi azonban markánsan összefügg az edzés minőségével a leány kézilabdás és az egyik fiú labdarúgó csoportban ($r=0,249$).

Ma már több klubnál, főként a Társasági Adó támogatott sportágaknál, mint a kosárlabda, röplabda, labdarúgás, vagy a kézilabda, az edző mellett erőnléti edző, gyógytornász, masszőr vagy dietetikus is dolgozik. A vizsgálatunkban szereplő sportolók nyilatkozata alapján a 6 sportágból csak egy foglalkoztat dietetikust.

Az 2. ábrán látható sportolói válaszokban a kluboknál lévő táplálkozási alapelvek ismerete jelenik meg. A sportolók 44 %-a tudja, hogy a klubja rendelkezik a sportolók táplálkozására vonatkozó irányelvekkel. Ezek a sportolók labdarúgók, kosárlabdázók és röplabdázók.



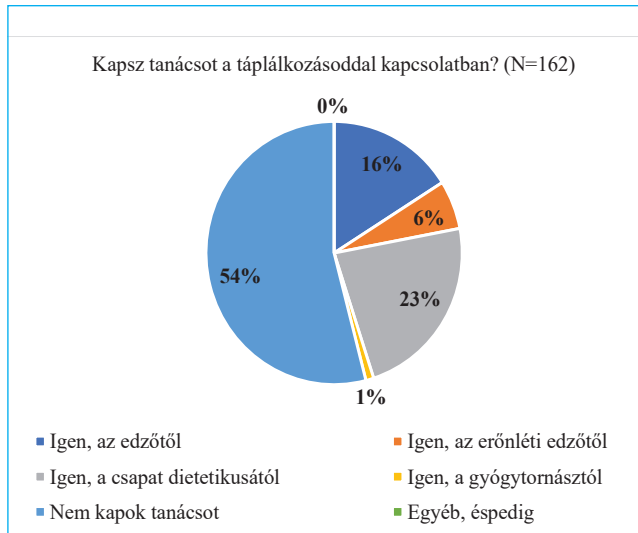
2. ábra Táplálkozási alapelvek megléte a megkérdezett sportolók klubjánál

A táplálékbevitel nagymértékben befolyásolja a sportolók egészségét és teljesítményét. A szakemberek iránymutatást adnak az élelmiszerek, folyadékok és étrend-kiegészítők megfelelő típusára, mennyiségére vonatkozóan (Thomas et al, 2016). Kérdőívünkben azt elemeztük, hogy a sportolók betartják-e a táplálkozási alapelveket. A kapott eredmények alapján kijelenthetjük, hogy a 3 fő étkezést betartják, csupán a reggelizés gyakoriságában volt eltérés. A sportolók 36 %-a ritkán, vagy egyáltalán nem reggelizik. Boros (2008), Fritz (2018) és Rédlí (2022) ajánlásai alapján elemeztük az egyes élelmiszerek fogyasztási mennyiségét. Mivel a szakirodalmi javaslatok szerint a vizsgált korosztályban figyelni kell a vas bevitelére, ezért fontos lenne a halak illetve hüvelyesek megfelelő mennyiségben való fogyasztása. Ezt az ajánlást csak a vizsgált sportolóink 11 %-a követi.

A másik fontos tápanyag a kalcium. Sportolóink a zöldségekből (86 %), gyümölcsökből (83,2 %) és tejtermékekből (83,2 %) többnyire megfelelő mennyiséget (hetente többször, vagy szinte minden nap / minden nap) fogyasztanak. Munkánk fókuszában az edzők szerepének vizsgálata állt a sportolók táplálkozásában. A 3. ábrán az erre a kérdésre adott válaszokat jelenítjük meg.

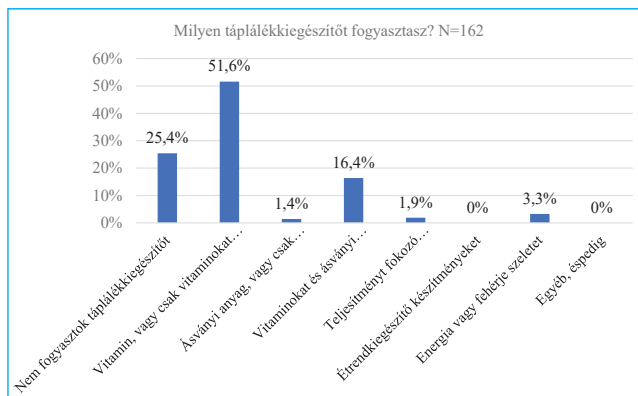
Bár jelenleg törvény nem szabályozza azt, hogy ki adhat táplálkozási tanácsokat, a felelősség miatt mindenkinek tisztában kell lennie a kompetencia határokkal.

Az edzőnek ismernie kell az egészséges táplálkozás alapelveit, fel kell ismernie az életkornak megfelelő sportolói igényeket, és a megfelelő szakemberrel (orvossal, dietetikussal) együtt kell kialakítaniuk személyre szabott étrendet. A vizsgálatunkban résztvevő sportolók jelentős többsége (54 %) senkitől nem kap tanácsot a táplálkozásával kapcsolatban. Az edzők szerepének megjelenése (16 %) csekély. Azoknak a sportolóknak, akiknek lenne módja dietetikus segítségét kérni, csak körülbelül a fele (a minta 44 %-ból 23 %) kap, ami még akkor is jelentős eltérés, ha a kérdőívből származó torzítást is figyelembe vesszük. Az erőnléti edzők tanácsadása (6%) egyes labdarúgók és kosárlabdázók válszaiban jelent meg.



3. ábra Az egyes szereplőktől kapott táplálkozási tanácsok megléte

Ahogy azt már korábban írtuk egy szakirodalomra hivatkozva, a sportolóknak megfelelő táplálkozás esetén nincs szüksége étrend-kiegészítők használatára. Mivel a gyermekek szervezete másképp és eltérően reagálhat ezekre a készítményekre, használatuk jelentős felelősséggel terheli a szülőt és az edzőt is. Bár bizonyos esetekben igenis szükség van rájuk a hiányállapotok kialakulásának megelőzésében, ez csak egy hozzáértő, táplálkozástudományi szakember által kontrollált programon belül működhet (Rédlí, 2022). A vizsgálatunkba bevont sportolóknak 25,4 %-a nem fogyaszt semmilyen étrend-kiegészítőt. A jelentős többség (51,6 %) vitamint, vagy csak vitamint tartalmazó készítményt. (4. ábra)



4. ábra Táplálékkiegészítők használata

A termékek kiválasztásához segítséget a szülőktől (27 %) vagy a csapat dietetikájától (26 %) kértek. További 26 % semmilyen tanácsot nem kért. Ezek a sportolók leginkább vitaminokat, fehérje szelétet fogyasztanak. Az edzőtől a válaszadók csupán 6 % kér tanácsot. Tehát a táplálékkiegészítők fogyasztásban is elenyésző az edző szerepvállalása.

A vizsgálatban résztvevő sportolóink átlagosan több mint 5 edzésen vesznek részt ($5,32 \pm 1,92$), egyes sportolók 12-14-en is. Mivel a sportolók minden nap legalább 90 perces közepes-nagy intenzitású munkát végeznek, még lényegesebb folyadékpótlásuk mértékével foglalkozni. Kérdőívünkben kizárólag a vízfogyasztás napi mennyiségét vizsgáltuk. Sem a táplálkozással bevitt folyadék (pl. leves), vagy edzés előtt, alatt fogyasztott sportital mennyisége nem szerepel az elemzésben. Ebben a kérdésben is inkább az edzők szerepvállalásának mértékét kívántuk hangsúlyozni.

A sportolók 39 %-a bevallása szerint 2-3 liter vizet fogyaszt naponta. Szintén 39 %-uk 1,5-2 liter között. A napi 3 liternél többet csak a válaszadók 13 %-a jelölte meg. További 8 %-uk 1 liter vizet iszik, és csak 2 %-uk nyilatkozta, hogy vizet ritkán fogyaszt.

Sportolóink egyértelműen azt nyilatkozták, hogy az edzésen vannak ivószünetek. 59 %-ukat az edzők kötelezik is az ivásra edzés alatt, a többiek szerint lehetőség van rá, de nem ellenőrzik ténylegesen az edzők azt, hogy valóban isznak-e a sportolók. A vízfogyasztás gyakorisága a teljes mintán végzett elemzés során összefüggést mutatott a táplálkozási alapelvek meglétével ($r=0,275$).

6. Összegzés, következtetés

Munkánk fókuszába fiatal sportolók edzőinek sporttáplálkozással kapcsolatos szerepvállalását állítottuk. Mivel a folyadékpótlás-, a szénhidrát-töltés és -pótlás, illetve a fehérjebevitel mennyisége jelentősen befolyásolja a sportolók teljesítményét, azaz a vazomotoros, pszichomotoros és kognitív funkciót (Fritz, 2019), általános és személyre szabott tervekkel kell támogatni a versenyzőket. Szakirodalmi javaslatok alapján (Fritz, 2019; Negro et al, 2013) a sokrétű edzői munkának része kell, hogy legyen az alapinformációk ismerete a táplálkozás terén. Kizárólag csak az alapinformációkra gondolunk, konkrét javaslatokhoz pl. étrend-kiegészítők, sportitalok fogyasztásához, csak orvos és/vagy (sport)dietetikus, táplálkozástudományi szakembert javasolunk.

Kérdőíves elemzésünk eredményei alapján kijelenthetjük, hogy a vizsgálatunkba bevont utánpótlás korú sportolók a szakirodalmi ajánlásoknak megfelelően táplálkoznak. Nagyon magas, a vizsgálatba bevont sportolók 74,6 %-a fogyaszt valamilyen étrend-kiegészítőt, holott ezt a felmért táplálkozási szokások nem feltétlenül indokolják. A sportolók sem a mindennapos táplálkozásukhoz, sem pedig az étrend-kiegészítők fogyasztásához elsősorban nem az edzőjüktől kérnek tanácsot. Bevallásuk szerint 54 %-uk egyáltalán nem kap instrukciót. Ezek a fiatalok valószínűleg azt eszik, amit otthon, vagy akadémisták esetében a kollégiumban kapnak, tehát ha tanácsban nem is részesülnek, táplálkozásuk minősége és mennyisége vagy a szülőknél, vagy az akadémián dolgozó szakembereken múlik.

A sportolók edzés alatti folyadék fogyasztása biztosított, sőt 59 %-uk szerint kötelezik is őket erre, de a tényleges kontroll sok esetben elmarad. Kérdőívünk további eredményei

azt is igazolták, hogy az edző olyan személy a sportolók életében, aki példamutatásával, szakmai felkészültségével befolyásolni tudja sportolója teljesítményét, hatással lehet a jelenlegi, és akár a felnőttkori egészséges életmódjára is. Fontosnak érezzük, hogy az edzők a sportszakmai kereteken túl, a kompetencia határok betartásával az általános táplálkozás és a folyadékfogyasztás területein némi jártaságot és a fiatalok számára értékes tudást szerezzenek.

A sportolók igényei miatt szükség lenne szakemberek bevonására az egyesületek táplálkozási alapelveinek kidolgozásához azért, hogy az edzői elvárásokat figyelembe véve tudjanak személyre szabott táplálkozási tanácsokat adni, étrendet tervezni, és az étrend-kiegészítők fogyasztását szakszerűen alkalmazni. Az edző segítheti ezen elvek betartásának ellenőrzését.

Irodalomjegyzék:

Ács, P. (2007). A magyar sport versenyképességének vizsgálata többváltozós statisztikai módszerrel. *Tér és társadalom*. 21. p. 117-126

Biróné, I. K. (2018). A röplabdás tehetségek kiválasztására alkalmas eljárások vizsgálata. Beau Bassin: GlobeEdit

Biróné, I. K. & Csátaljai, G. (2011). Út a válogatottságig. Röplabda válogatottunk sportpályafutás vizsgálata. In: Bencéné Dr. Fekete A. (szerk.): *Lehetőségek és alternatívák a Kárpát-medencében. Módszertani tanulmányok*. Kaposvári Egyetem, p. 388- 395.

Bodnár, I. (2012). Az edzői munka mint női foglalkozási életpálya. Doktori értekezés. <http://dx.doi.org/10.14753/SE.2013.1781>

Fritz, P. (2019). Sporttáplálkozási alapismeretek. In: Benkovics, J.; Ivicsics-Dienes, V.; Fritz, P.; Marczinka, Z., Ökrös, Cs., Pozsonyi, Zs. (szerk.), Schandl, G. & Schuth, G. (szerk.). *Erőnléti edzés a kézilabdázásban*. Kék Európa Stúdió, p. 415-421

Fritz, P., Ignits, D. & Katona, S. (2018/a). Főbb aminosavak szerepe a sporttáplálkozásban. *Recreation*. 8(1) p. 10-12 <https://doi.org/10.21486/recreation.2018.8.1.1>

Fritz, P., Ignits, D. & Katona, S. (2018/b). A zsírok táplálkozás-élettani hatásai valamint a sporttáplálkozásban betöltött szerepük. *Recreation* 8(3) <https://doi.org/10.21486/recreation.2018.8.3.1>

Fritz, P., Kiss, A. & Pfeiffer, L. (2018/c). A vitaminok szerepe a sporttáplálkozásban. *Recreation*, 8(4) p. <https://doi.org/10.21486/recreation.2018.8.4.1>

Fritz, P., Kiss A. & Pfeiffer, L. (2020). Fenntarthatóság és sporttáplálkozás. *Recreation*. 10(1) <https://doi.org/10.21486/recreation.2020.10.1.1>

Gombocz, J. (2004). A testnevelőtanár és az edző pedagógiai szerepe. In: Biróné, N. E. (szerk.) (2004). *Sortpedagógia, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs*, p. 147-168

Jowett, S. (2005). On enhancing and repairing the coach-athlete relationship. In: Jowett, S. & Jones M. V. (Eds.). *Psychology*

of sport coaching. Leicester: British Psychological Society p. 14-26

Negro, M., Rucci, S., Bounocore D., Focarelli, A. & Marzatico, F. (2013). *Sports Nutrition Science: An essential overview*. *Progress in Nutrition* 15(1) p. 3-30.

Paic, R. (2019). A sportoló-edző kapcsolat, a motiváció és az észlelt motivációs környezet összefüggéseinek vizsgálata a férfi kézilabdázásban. Doktori értekezés.

Pelle, J. (2020). A sporttáplálkozás alapjai. In: Csáky, I. & Takács, M. (2020). *Labdarúgás és tudomány*. PRO-KVÓTA 2004, Felcsút p. 63-80

Rédli, D. (2022). *Gyermekek sporttáplálkozása*. Krea-Fitt, Budapest

Révész, L., Bognár, J., Csáki, I. & Trazskoma-Bicsérdy, G. (2013). Az edző-sportoló kapcsolat vizsgálata az úszás sportágban. *Magyar Pedagógia* 113(1) p. 53-72.

Szekeresné, Sz. Sz. (2015). Sporttáplálkozás. In: Figler, M. (szerk.). *A sporttáplálkozás alapjai*. PTE Egészségtudományi Kar, Pécs

Tihanyi, A. (1999). *Sportágspecifikus sporttáplálkozás*. Krea Kft, Budapest

Vazou, S., Ntoumanis N. & Duda, J. L. (2004): Motivational climate in youth sport: The relative influence of coach and peers. *Journal of Sport and Exercise Psychology* p. 25-56

Thomas, D. T., Erdman, K. A. & Burke, L. M. (2016). Position of the Academy of Nutrition and Dietetics, Dietitians of Canada, and the American College of Sports Medicine: Nutrition and Athletic Performance. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics* 116(3) p. 501-528 <https://doi.org/10.1016/j.jand.2015.12.006>

Wada (2015). *Nemzetközi doppingellenes szabályzat*.

Wells, E. J. & Aicher, T. (2013). Follow the Leader: A Relational Demography, Similarity Attraction, and Social Identity Theory of Leadership Approach of a Team's Performance. *Gender Issues* 30 (1-4). <https://doi.org/10.1007/s12147-013-9112-8>

Zahradník D. & Korvas, P. (2012). *The Introduction into Sports Training*. Masaryk University, Brno. <https://www.fsps.muni.cz/emuni/data/reader/book-6/Impresum.html>

In the light of social media: physical activity, eating disorders and well-being issues in young women

A közösségi média tükrében: fizikai aktivitás, étkezési zavarok és jól-léti kérdések fiatal nőknél

Author / Szerző: **Dóra Skribanek** ¹ , **Júlia Patakiné Bösze** ² 

Received: 14 December 2024 | Revised: 1 January 2025 | Accepted: 22 January 2025 | Published: 31 January 2025



Section editor / Rovatszerkesztő:
Zoltán Szatmári

Károli Gáspár University of the Reformed Church in Hungary
thend.2011@gmail.com



¹ **Dóra Skribanek**

Károli Gáspár University of the Reformed Church in Hungary
MA student in Psychology
skribanek@gmail.com



² **Júlia Patakiné Bösze**

Eötvös Loránd University, Faculty of Education and Psychology Institute of Health Promotion and Sport Sciences
bosze.julia@ppk.elte.hu

Abstract: Based on an online questionnaire survey, we present the responses of 440 young women between the ages of 18 and 26 grouped according to different aspects. We grouped the examined persons based on their sports habits, and then, among other things, examined their eating attitudes, social media usage habits, especially Instagram, and their well-being. Among the respondents, the competitive aesthetic athletes showed the highest well-being values, while the almost never athletes had the lowest. Social media, especially Instagram, was found to be a significant risk factor for developing eating disorders, as those at risk for eating disorders spent more time on Instagram. For competitive athletes, the recommendations given by coaches are more important in the design of the diet, while in the case of recreational athletes, this effect is to a lesser extent. Our results also showed that regular sports, even if for leisure purposes, have a positive effect on well-being. In our article, we emphasize the importance of prevention in the treatment of eating disorders and the effects of social media.

Keywords: aesthetic athletes, well-being, nutritional advice, nutritional disorders, social media

Absztrakt: Online kérdőíves felmérés alapján 440 fiatal, 18 és 26 év közötti nő válaszait mutatjuk be különböző szempontok szerinti csoportosításban. A vizsgált személyeket sportolási szokásaik alapján csoportosítottuk, majd többek között azok evési attitűdjeit, közösségi média, különösen az Instagram használati szokásait, illetve jól-létét vizsgáltuk. A válaszadók közül a versenyszerű esztétikai sportolók mutatták a legmagasabb jól-léti értékeket, míg a szinte soha nem sportolók a legalacsonyabbat. A közösségi média, különösen az Instagram, szignifikáns kockázati tényezőnek bizonyult az étkezési zavarok kialakulásában, mivel az étkezési zavarokkal veszélyeztetettek több időt töltöttek az Instagramon. A versenysportolók számára az edzők által adott ajánlások fontosabbak az étrend kialakításában, míg a szabadidős sportolók esetében ez a hatás kisebb mértékű. Eredményeink azt is megmutatták, hogy a rendszeres sportolás, még ha szabadidős célú is, pozitívan hat a jól-létre. Cikkünkben hangsúlyozzuk a prevenció fontosságát a táplálkozási rendellenességek és a közösségi média hatásainak kezelésében.

Kulcsszavak: esztétikai sportolók, jól-lét, táplálkozási tanácsok, táplálkozási rendellenességek, közösségi média

Introduction

The focus of our article was the investigation of young adult women who play different types of sports at different levels and women who never or very rarely do physical activity. Everyone's life, but this age group in particular, is defined by the world of social media. In our article, we examine the well-being of the target group, the time they spend on social media, as well as the degree to which the interviewees are at risk of developing eating disorders, and how these factors may be related to each other. The authors also often encountered the phenomenon that some of the female competitive athletes believe that a thin body will clearly bring better results due to high performance expectations, so they adapt their eating habits to this, often even going in an extreme direction. We believe that this is a current topic, as many people struggle with such problems these days. Adequate nutrition greatly contributes to the development of athletes' performance, the maintenance of their already achieved results and the achievement of their goals (Figler, 2015). In order to prevent the development of eating disorders, the greatest efforts should be focused on athletes, parents, coaches and other professionals dealing with athletes, and it is especially necessary to expand and make known the views on healthy nutrition among them. According to Fritz et al. (2020), athletes suffering from an eating disorder should be banned from sports until the disorder is restored.

A healthy lifestyle is now very popular, one of the reasons being the growth of social media. Nowadays, smartphones are available to almost everyone (Jakopáncz & Töröcsik, 2018), we are informed less by television or newspapers, but rather by various technical devices. Everything can be found on the internet. The Instagram application, which has a great influence on young people, contains a lot of fake photos and videos of ideal figures that many people aspire to, and this also creates an ideal

image in the minds of young people of what the expected appearance is, as well as the misconception that the more the thinner they are, the more successful they can be (Jakó-páncz & Törőcsik, 2018).

In the introductory part, we consider it important to define the group of aesthetic sports, since the appearance of a competitive athlete is a particularly important component there. We consider all sports in which the main characteristic resides in the beauty and aesthetics of the execution of movements to be aesthetic sports. These include rhythmic gymnastics, gymnastics, ballet, figure skating, synchronized swimming, ice dancing, competitive dancing, acrobatic rock and roll and vaulting. A general characteristic of aesthetic sports is that they emphasize feminine qualities, unlike all other forms of exercise. Music is an indispensable tool for almost all aesthetic sports, in which rhythm plays the main role. In aesthetic sports, great emphasis is placed on the development of the sense of rhythm, either without or with hand tools (e.g. the hoop, ball and mace in rhythmic gymnastics) the athletes present their sequence of exercises (Boros, 2013).

The world of aesthetic sports is characterized by duality, because on the one hand, dance is one of the most ancient artistic forms, it contributes to personality development, self-expression, communication and the transfer of feelings and thoughts. The literature highlights its positive effects on body image, mood, self-esteem and the human body (Langdon & Petracca, 2010; Allen et al., 2019, Szászi & Szabó, 2021). The dark side of aesthetic sports mostly affects those who play it competitively. The frequency of eating disorders (Kovács & Boros, 2024), body image disorders, depression and anxiety, possible burnout, locomotor complaints, as well as deficiency diseases and maternal metabolic disorders related to insufficient calorie intake is high among competitors (Zulawa & Pilch, 2012).

When it comes to sports, the average person thinks of a healthy lifestyle. On the other hand, several researchers have found that sports and eating disorders often go together, the goal of which is to reduce weight more effectively and avoid gaining weight (Dukay-Szabó, 2008). Most people with eating disorders use sports as a means of controlling their bodies. In some sports, great importance is attached to body weight, body composition and the optimal design of the body shape, because it is believed that a thin body shape or maintaining an ideal weight is essential for success. Athletes are strongly affected by the risk of developing eating disorders (Dukay-Szabó, 2008). Competitors in aesthetic sports are exposed to the greatest danger. It is important to start sport-specific training at a young age, because the technical knowledge necessary for success would no longer be established at an older age. Even 5-7 year old girls who play aesthetic sports worry more than average about their weight (Davison et al., 2002). The occurrence of any tragic event can also be behind the body image disorders that develop among athletes. For example, illness, injury, change of trainer, loss of an important person, relationship problems, increase in the length and volume of training, or negative comments about body weight (Sundgot-Borgen, 1994).

Physical dissatisfaction plays a major role in the development of eating disorders, so it would be important to develop prevention programs in schools that increase physical satisfaction and reduce physical dissatisfaction (Lew et al., 2007). Szumska (2008) emphasizes that when preventing

eating disorders, special attention should be paid not only to clinical disorders, but also to prevention. Prevention programs should be expanded, body dissatisfaction, disturbed eating behavior should be addressed, and the risk factors involved in the development of eating disorders should also be reduced. The school age group can easily be included in programs within school frameworks, so the risk and frequency of the development of eating disorders could be pushed back with lectures and prevention programs. Prevention would require a holistic approach involving public health experts, school workers, food manufacturers, as well as doctors and those in the fitness-fashion industry (Neumark-Sztainer et al., 2006). However, it would be important to emphasize that school prevention programs should not only aim at rejecting thinness or being overweight. It would be necessary to emphasize a wide spectrum of body shapes in order to make other body shapes socially and aesthetically acceptable in the face of beauty ideals standardized by the media (Túry & Szabó, 2000; Túry & Kopp, 2009).

Social media plays an extremely large role in people's ideas about the body, in social expectations, in their transmission and construction. It has a specific interactive and performative nature (Bonah & Lakötter, 2020). The main role of the media is to provide the media consumer with an idealized body image. Due to the frequency of content about a healthy and aesthetic body, the represented body ideal is internalized and the unrealistic body reinforced by the mass media becomes a reference point, which can lead to serious self-esteem problems and lack of self-confidence (Pukánszky, 2012, 2014; Tiggemann, 2014; Ábrahám et al., 2017). The majority of Instagram users want a body shape that comes to mind when scrolling their phone, because in our age it is extremely important who has what shape and many people think that they can gain different advantages by doing so.

A number of preliminary studies have shown that the media has a negative effect on body image. Vaughan and Fouts (2003) conducted a 16-month longitudinal study of 9- to 14-year-old girls and found that those who spent more time using media had symptoms suggestive of an eating disorder. Media consumption predisposes individuals to compare their own figure with the perfect body seen in the media, and the greater the difference between the two bodies, the greater the degree of body dissatisfaction (Halliwell & Dittmar, 2006).

According to Nagyvárad et al. (2018), the common feature of research dealing with the topic of well-being is that the majority of them examine the subjective state of health with some kind of questionnaire survey, but Patakiné (2023) suggests a more complex approach, since the types of measurements themselves follow three models (Scandinavian, American, mixed), the expression of whose content is often linked to an index, for example the objective-based HDI (Human Development Index), the WBI (Well-being Index) is subjective, while the HPI (Happy Planet Index) is mixed. For this research, we chose the WBI-5 test with a widely used subjective approach.

Methods

The results of our article come from an online questionnaire based on convenience sampling (social media sites, Neptun announcement), in which, in addition to our own questions, we used the „Eating Attitudes Test - shortened version”

(Eating Attitudes Test, EAT-26, Túry & Szabó, 2000) and the „WHO Well-being Questionnaire” abbreviated version (WBI-5, Susánszky et al., 2006). We received the research ethics permit required for the survey at the end of November 2022 from the Faculty Research Ethics Committee.

During the survey, the interviewees had to answer questions related to demographic data, their sports habits, their eating attitudes, their behaviors related to competitive sports and eating, and their use of Instagram, as well as the consequences of its possible influence. Answers received between December 1 – 30. (N=440), 2022 have been processed in this article.

The results of the sample are partly described with basic statistical indicators (average, standard deviation, frequency). To prove the hypotheses, we performed comparative statistical methods using the JASP program.

The respondents classified themselves as competitive athletes and recreational and hobby athletes. However, in order to successfully answer our questions, I had to separate within these two main groups which of them are explicitly or dominantly aesthetic athletes, and which are not. This categorization was carried out based on taking into account which specific sports or forms of exercise the respondent listed that they practice regularly. This is how dancers and cheerleaders were included in group 1 (competitive aesthetic), for example athletes and football players in group 2 (competitive, non-aesthetic), and group 3 (leisure, presumably for aesthetic and shaping purposes moving) for example those who write Zumba or gym sports, to group 4 (leisure, presumably those who do not move primarily for aesthetic purposes) for example those who name cycling and badminton. Group 5 includes those who never or almost never move.

The research has three important limitations related to the above. The first is that the composition of the test subjects reached does not represent a representative sample. The second is that if the classification in the subcategory had been done by someone else, it is possible that the respondents would not be classified in the same way, so the people in the subsamples may not be the same, so the subsample could yield slightly different results. The third is that body height and body weight were not determined by measurement, but by self-declaration, so these figures cannot be considered reliable or relevant.

Hypotheses

- (1) Young women who exercise a bit in their free time feel better than those who almost never do sports.
- (2) The use of social media, including Instagram, is a significant risk factor for the development of eating disorders.
- (3) Those who are at risk of eating disorders have a lower well-being self-assessment than those who are not at risk.
- (4) There is a significant difference between the four athlete groups in the extent to which the coaches influence the athletes' eating habits.

Results

We will present the results of the responses of 440 young women between the ages of 18 and 26 after methodological cleaning. The averages and standard deviations of the number of employees, age, and physical data per group can be found in Table 1.

	Group size	Age (year) /SD/	Body height (cm)/SD/	Weight (kg) /SD/	BMI /SD/
Group 1	N=47	20,78 /2,39/	165,85 /6,10/	56,70 /6,58/	20,54 /2,21/
Group 2	N=31	20,29 /1,39/	170,54 /7,71/	65,07 /12,46/	22,28 /3,38/
Group 3	N=164	21,39 /1,90/	167,87 /7,11/	61,01 /11,37/	21,62 /3,69/
Group 4	N=62	21,19 /2,08/	167,71 /6,03/	59,06 /8,35/	21,05 /3,39/
Group 5	N=136	21,77 /2,24/	167,30 /7,46/	61,44 /13,24/	21,88 /4,17/

Table 1: Some basic data of the applicants (N=440) 1. táblázat: A kitöltők néhány alapadata (N=440) Source/Forrás: Own survey and redaction, 2024 / Saját felmérés és szerkesztés, 2024

Examining the general demographic data, we were able to determine that 73.6% of them are currently pursuing university/college studies, 14.6% have completed university or college education and 10.2% have a high school diploma, after which they have already started working.

To determine the level of well-being, we used the abbreviated version of the WHO Well-being Questionnaire, in which the respondents had to answer about their general well-being during the last two weeks, on a Likert scale ranging from 1 to 5. We give a score of 3 for the most positive feelings, 2 for the next, 1 for the average, and 0 for the two least positive feelings. I also calculated the WHO well-being value separately for each target group, the results of which are presented in Table 2. The lowest average value was associated with those who are almost never athletes, and the highest with those who pursue competitively aesthetic sports.

	Group 1	Group 2	Group 3	Group 4	Group 5
WHO well-being average value	7,78	7,61	7,66	7,45	6,5
SD	2,47	2,66	2,65	2,35	2,78

Table 2: WHO well-being value per group. 2. táblázat: A WHO well-being értéke csoportonként. Source/Forrás: Own survey and redaction, 2024/Saját felmérés és szerkesztés, 2024

In the physical activity questions, the first question was how often you do sports, the answer options were almost never, 1-2 times a week, 3-4 times a week and 5 or more times a week. Their results are illustrated in diagram 1. The highest proportion of non-aesthetic competitive athletes indicated that they participate in 5 or more training sessions per week. There is a large proportion (almost 58 and 63 %) of those who attend training sessions for leisure purposes only 1-2 times a week.

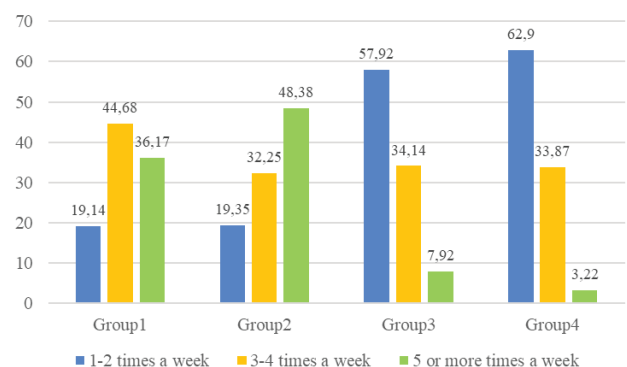


Diagram 1: Percentage distribution of respondents' weekly exercise frequency 1. diagram: A válaszadók heti edzésgyakoriságának százalékos eloszlása Source/Forrás: Own survey and redaction, 2024/Saját felmérés és szerkesztés, 2024

Group 1 averaged 7.17 hours per week (standard deviation 3.97), group 2 7.74 hours per week (standard deviation 4.09), group 3 3.97 hours per week (standard deviation 2.68), while group 4 devotes 3.35 hours per week (standard deviation 2.36) spend to training. Those who are competitively aesthetic athletes spend more hours training than those who are recreational shapers, presumably for aesthetic purposes.

The questionnaire also included a question of our own, in which we asked: „How much does the following motivate you in regular sports activities: my coach will be satisfied with me. Respondents had to answer these questions on a scale from 1 to 5, where 1-does not motivate at all, 2-rather does not motivate, 3-both motivates and not, 4-rather motivates, 5-completely motivates among the answers it was necessary to give the characteristics of it to those who completed it. For these questions, the answer options 1-2, i.e. does not motivate at all and rather does not motivate, and 4-5, i.e. rather motivates and fully motivates, were included in the evaluation, as the two negative and positive evaluations, but the mean value “both motivates and not” categories were shown separately. The result of this is presented in Table 3. The aesthetic competitive athlete motivates the target group to the greatest extent so that their coach is satisfied with them when performing the sports activity.

	not motivating	it may or may not motivates	it motivates
Group 1	4,26 %	14,89 %	80,85 %
Group 2	19,35 %	35,48 %	45,17 %
Group 3	61,54 %	24,36 %	14,1 %
Group 4	67,27 %	18,96 %	13,77%

Table 3: How much does the statement „My coach will be satisfied with me” motivate the members of the target groups when performing sports activities
3. táblázat: „Az edzőm meg lesz velem elégedve” állítás mennyire motiválja a célcsoportok tagjait a sporttevékenységek végzésénél
Source/Forrás: Own survey and redaction, 2024/Saját felmérés és szerkesztés, 2024

We asked the respondents to what extent the advice they received from the trainer influenced them in terms of their eating habits. Respondents had to answer the questions on a scale from 1 to 6, where a value of 1 indicated no influence at all, and a value of 6 indicated the category of complete influence. Here, values 1-2 were analyzed as a negative response, values 3-4 as a moderate response, and values 5-6 as a strongly influencing response (diagram 2).

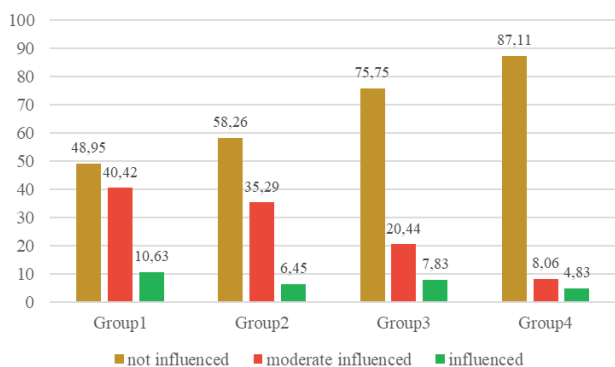


Diagram 2: The percentage influence of nutritional advice received from the trainer on the nutritional habits of the respondents
2. diagram: A edzőtől kapott táplálkozási tanácsok százalékos befolyása a válaszadók táplálkozási szokásaira
Source/Forrás: Own survey and redaction, 2024/Saját felmérés és szerkesztés, 2024

Based on diagram 2, among the groups, the diet of the group of competitively aesthetic athletes is most influenced by the dietary advice received from their coach.

To detect people at risk of eating disorders, we used the shortened version of the EAT-26 questionnaire. The EAT-26 is the most widely used standardized self-report measure of eating disorder symptoms and concerns. Our goal with the questionnaire was to assess the risk of eating disorders. Those who scored at least 20 are considered to be in a high risk group, while those who scored below 20 are considered to be a low risk group in terms of the development of eating disorders. Among competitive aesthetic athletes, 11 out of a total of 47 people belong to the at-risk category (23.4%), while among recreational athletes for shaping, presumably for aesthetic purposes, the number of at-risk people is 38 out of a total of 164 people (23.17%). 25.8% out of 31 people in the group of people who do sports competitively for presumably non-aesthetic purposes, 20.96% out of 62 people in recreational sportspeople who are presumably not for aesthetic purposes, and 19.85% out of 136 people in the group who hardly ever do sports are at risk, i.e. high risk for nutrition regarding the development of an eating disorder in our sample based on their fixed habits.

Regarding the use of social media, we asked how much they spend on average per day, and how much time they spend using Instagram. Looking at the overall average, the respondents spent 3 hours on social media, and the average time spent on Instagram was 1 hour.

Conclusions

Our first hypothesis was that young women who exercise a bit in their free time feel better than those who hardly ever exercise. The sample was not normally distributed, so we compared the two groups using the Mann-Whitney test, where $W=13974.000$; $p < 0.001$, i.e. there is a significant difference between the two groups in the examined question, i.e. those who almost never played sports felt significantly worse in the last two weeks according to the WHO well-being questionnaire compared to those who do sports in their spare time, presumably for the purpose of getting in shape, so our hypothesis was confirmed. One of the reasons for this may be that those who regularly exercise in their free time have a higher level of endorphins in their bodies, which positively affects the feeling of happiness.

Our research also proves that people should be supported in developing a sporty, active lifestyle, parents should ensure that their children participate in sports activities from an early age, that they have the opportunity to fall in love with forms of exercise, because playing sports shows a positive correlation with well-being. Even with regular physical activity twice a week, we got a significantly higher well-being index compared to the inactive ones.

According to our second hypothesis, the use of social media, including Instagram, is a significant risk factor for the development of eating disorders. The sample was not normally distributed, so we compared the studied groups using the Mann-Whitney test. $W = 20524$; $p < 0.001$, therefore, there was a significant difference between the investigated groups in the examined question, so those who were at risk of developing eating disorders spent significantly more time using Instagram on a daily basis than those who were

not at risk of developing eating disorders, so our hypothesis was confirmed. According to our experience, Instagram is full of fake body images, but when people see these fake images, they desire a similar figure and are willing to significantly modify their eating habits in order to achieve the desired figure. According to Szabó et al. (2011), you can follow many pages or people on Instagram who present a weight loss process, recommend diets and the necessary foods and practices, as well as training, training plans and tools that can lead to eating disorders. The results of Vaughan and Fouts (2003) also showed that young girls who spent more time using media produced symptoms suggestive of an eating disorder.

We recommend reducing the time spent on social media, especially Instagram, for individuals of all ages and at any level of physical activity, as it has shown a negative correlation with well-being, even though well-being is an important goal of recreation and the basis of a happier life.

As a third hypothesis, we examined that those who are at risk of eating disorders have a lower well-being self-assessment than those who are not at risk. The sample was not normally distributed, so we compared the endangered and non-endangered groups using the Mann-Whitney test, where $W=13205.000$; $p = 0.002$. Based on the results, it can be concluded that there is a significant difference between the examined groups, so those who were at risk of eating disorders felt significantly worse in the last two weeks according to the WHO well-being questionnaire than those who were not at risk of eating disorders regarding its formation, so our hypothesis was confirmed. Those who are at risk of developing eating disorders are most likely to keep their meals under control and this also carries a kind of mental pressure. They never dare to live well, that's why they can be more tense, or they excessively want to conform to the images broadcast by social media, and if they can't achieve this, then their negative thoughts increase. According to Eckler et al. (2016), body acceptance decreases as time spent on Instagram increases.

Looking to the future, we believe that preventive activities should be applied more widely to prevent nutritional problems, for each target group through the communication channel they use to obtain information, since the rate of tendency to eating disorders was high (between 19-23%) in all investigated groups. According to EAT-26, which can also mean a general social problem. This could be, for example, the creation and distribution of short video materials with specifically educational content on Instagram and TikTok, which partly support self-acceptance and, on the other hand, support healthier eating habits. Preventive activities could reduce the risk of developing nutrition-related problems, eating disorders, and body image disorders. Many influencers create content on this topic as well, which is followed by the younger generation. In this question too, we can find real and authentic success stories that could be promoted among the target group.

In the context of our fourth hypothesis, we examined whether there is a significant difference between the four groups of athletes in the question of the extent to which coaches influence the athletes' eating habits. Based on diagram 2, the diet of the group of competitively aesthetic athletes is more influenced by the dietary advice received from the

coach compared to the other groups. The reason for this may be that in aesthetic sports there is a particularly strong emphasis on physical appearance and achieving the best possible body image, so aesthetic competitive athletes are more likely to accept the dietary advice received from their coaches, as they may think that they will be able to achieve better results in competitions, which is the main goal of competitive athletes. Due to the multiple groups, we compared the respondents using the ANOVA method to find out whether the differences in response frequencies are statistically significant or not. The obtained result is $F = 6.902$; $p < 0.001$; Based on $\eta^2 = 0.109$, it can be stated that the obtained difference is significant, so there is a significant difference between the target groups in how much the coach influences the athletes' eating habits, so our hypothesis was confirmed.

When it comes to eating, there are certain sports that require athletes to follow a slightly more drastic diet, but basically the goal would be to keep the athletes' nutritional intake at a healthy level. We would recommend coaches to advocate proper prevention regarding eating habits to their athletes, regardless of their sport, so that the chance of developing eating disorders is as low as possible. We can also imagine a helpful solution here, where young girls with questions and insecurities could create „discussion groups” moderated by dietetics, where they could openly ask each other and the specialist, and share experiences.

Bibliography:

- Ábrahám, I., Jambrik, M., John, B., Németh, A. R., Francia, N. & Csenki, L. (2017). A testképtől a testképzavarig. *Orvosi Hetilap*, 158(19), 723–730. <https://doi.org/10.1556/650.2017.30752>
- Allen, C. P., Telford R. M., Telford, R. D. & Olive, L. S. (2019) Sport, physical activity and physical education experiences: associations with functional body image in children. *Psychology of Sport and Exercise*, 45, 101572. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2019.101572>
- Bonah, C. & Lakötter, A. (2020). Visual Media and the Healthy Self in the 20th Century: An Introduction. In Bonah, C. & Lakötter, A. (Eds.), *Body, Capital, and Screens. Visual Media and the Healthy Self in the 20th Century*. (pp. 13–39.). Amsterdam University Press. https://doi.org/10.5117/9789462988293_intro
- Boros, Sz. (2013). *Esztétikai sportok*. <http://www.preventissimo.hu/tudastar/cikk/176>
- Davison, D. D., Earnest, M. B. & Birch, L.L. (2002). Participation in aesthetic sports and girls' weight concerns at ages 5 and 7 years. *International Journal of Eating Disorders*, 31(3), 312–317. <https://doi.org/10.1002/eat.10043>
- Dukay-Szabó, Sz. (2008). A sportolás és az evészavarok összefüggései. In Túry, F. & Pászthy, B. (Eds.), *Evészavarok és testképzavarok*. (pp. 63–77.). Pro Die Kiadó
- Figler, M. (Ed.) (2015). *A sporttáplálkozás alapjai*. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar.
- Fritz, P., Kiss, A. & Pfeiffer, L. (2020). A sportolók körében előforduló evészavarok. *recreation*, 10(2), 8–11. <https://doi.org/10.21486/recreation.2020.10.1.2>
- Halliwel, E. & Dittmar, H. (2006). Associations between appearance-related self- discrepancies and young women's and men's affect, body image, and emotional eating: A comparison of fixed item and respondent-generated self-discrepancy measures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(4), 447–458. <https://doi.org/10.1177/0146167205284005>
- Jakopánecz, E. & Töröcsik, M. (2018). *Sportfogyasztásra ható megatrendek. Trendtanulmány a sport területét befolyásoló fogyasztói magatartásváltozásokról*. Kézirat. [Számítógép-fájl]. EFOP-3.6.2-16-2017-003, Pécs, PTE KTK https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/sport%20trendek_tanulmany_2018.pdf
- Kovács, R. E. & Boros, Sz. (2024). Problematikus evési magatartások és evészavarok az élsportban. *Orvosi Hetilap*, 165(8), 291–296. <https://doi.org/10.1556/650.2024.32969>
- Langdon, S. & Petracca G. (2010). Tiny dancer: Body image and dance identity in female modern dancers. *Body Image*, 7(4) 261–378. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.06.005>
- Lew, A. M., Mann, T., Myers, H., Taylor, S. & Bower, J. (2007). Thin-ideal media and women's body dissatisfaction: Prevention using downward social comparisons on non-appearance dimensions. *Sex Roles*, 57, 543–556. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9274-5>
- Nagyvárad, K., Bíróné Ilics, K. & Mátrai, Zs. (2018). Jólét – jóllét mutatók egy a segítő szakmában dolgozók mintájában. *Savaria Természettudományi és Sporttudományi Közlemények*, 17, 169–179.
- Neumark-Sztainer, D., Levine, M. P, Paxton, S. J., Smolak, L., Piran, N. & Wertheim, E. H. (2006). Prevention of body dissatisfaction and disordered eating: What next? *Eating Disorders*, 14(4), 265–285. <https://doi.org/10.1080/10640260600796184>
- Patakiné Bősze, J. (2023). *Jól-létre törekvés és annak segítő, valamint hátráltató tényezői*. Habilitációs dolgozat. ELTE Eötvös Loránd Tudományegyetem Neveléstudományi Doktori Iskola.
- Pukánszky, J. (2012). Vizuális médiahatások és a testi elégedettség kapcsolata. *Acta Sana*, 7(1), 24–28.
- Pukánszky, J. (2014). A karcsúságideál internalizációja és a testkép kapcsolata fiatal felnőtt nők körében. *Iskolakultúra*, 24(7–8), 102–110.
- Sundgot-Borgen, J. (1994). Risk and trigger factors for the development of eating disorders in female elite athletes. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 26(4), 414–419.
- Susánszky, É., Konkoly-Thege, B., Stauder, A. & Kopp, M. (2006). A WHO Jól-lét kérdőív rövidített (WBI-5) magyar változatának validálása a Hungarostudy 2002 országos lakossági egészségfelmérés alapján. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 7(3), 247–255. <https://doi.org/10.1556/mental.7.2006.3.8>
- Szabó, K., Túry, F. & Czeglédi, E. (2011). Eating disorders and the media- magazine reading habits and their possible relationship to eating disorders. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 12(4), 353–374. <https://doi.org/10.1556/mental.12.2011.4.4>
- Szászi, B. & Szabó, P. (2021). A táncos test: egészség, testi elégedettség, testhez való viszony, evési attitűdök és önértékelés vizsgálata táncosok körében. *Tánc és Nevelés. Dance and Education*, 2(1), 4–29. <https://doi.org/10.46819/TN.2.1.4-29>
- Szumska, I. (2008). Az evészavarok prevenciójának kérdései. In Túry, F. & Pászthy, B. (Eds.), *Evészavarok és testképzavarok*. (pp. 495–506.). Pro Die Kiadó
- Tiggemann, M. (2014). The Status of Media Effects on Body Image Research: Commentary on Articles in the Themed Issue on Body Image and Media. *Media Psychology*, 17(2), 127–133. <https://doi.org/10.1080/15213269.2014.891822>
- Túry, F. & Szabó, P. (2000). *A táplálkozási magatartás zavarai: az anorexia nervosa és a bulimia nervosa*. Medicina Kiadó.
- Túry F. & Kopp M. (2009). A táplálkozási magatartás zavarai. In Kopp M. & Berghammer R. (Eds.), *Orvosi pszichológia*. (pp. 397–413.). Medicina Kiadó
- Vaughan, K. K. & Fouts, G. T. (2003). Changes in television and magazine exposure and eating disorder symptomatology. *Sex Roles*, 49, 313–320.
- Zulawa, G. & Pilch, W. (2012). The estimation of nutrition habit of ballet school students in Krakow. *Roczniki Panstwowego Zakladu Higieny*, 63(1), 105–110.

Joint Health, Balanced Everyday Activity

Benefits of Functional Training

Ízületi egészség, mindennapi mozgásharmónia A funkcionális edzés előnyei

Authors / Szerzők: **Katalin Biróné Ilics**¹, **Enikő Hurtik-Tóth**²

Received: 25 November 2024 | Revised: 12 December 2024 | Accepted: 20 December 2024 | Published: 31 January 2025



Sectioneditor / Rovatszerkesztő:

Katalin Nagyvárad

Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai
és Pszichológiai Kar,
Sporttudományi Intézet Szombathely
nagyvaradi.katalin@ppk.elte.hu



¹ **Katalin Biróné Ilics**

Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai
és Pszichológiai Kar, Sporttudományi Intézet
Szombathely
birone.ilics.katalin@ppk.elte.hu



² **Enikő Hurtik-Tóth**

Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai
és Pszichológiai Kar, Sporttudományi Intézet
Szombathely
toth.eniko@ppk.elte.hu

Abstract: In our rapidly changing world, we are leading increasingly sedentary lives, a trend that becomes even more pronounced with advancing age. A lack of physical activity can result in functional impairments, underactive muscles, and coordination issues. Therefore, the primary goal must be prevention, which involves maintaining physical fitness. Integrating regular physical activity into daily routines is essential not only for preserving health but also for enabling the safe and injury-free execution of everyday tasks. The fitness industry offers many trends and trends for developing motor (conditioning, coordination) skills and restoring and strengthening joint functions. Functional training provides a comprehensive solution by integrating natural movement patterns that prioritize the balance between joint mobility and stability.

In our study, we use examples from everyday life to highlight the benefits of functional training in promoting healthy joint function and improving daily movement patterns.

Keywords: fitness, joint function, anatomical plans, functional training

Absztrakt: Gyorsan változó világunkban egyre inaktívabb életet élünk, különösen igaz ez a kor előrehaladtával. A mozgásszegény életmód funkcióvesztést, alulműködő izmokat, a koordináció zavarait okozhatja. Ezért a cél a megelőzés, azaz a fittségi állapotunk szinten tartása kell, hogy legyen. A fizikai aktivitás rendszeres beillesztése a napi rutinba nemcsak az egészség megőrzése, hanem a mindennapi tevékenységek sérülésmentes végzése szempontjából is kiemelten fontos. A fitness számos irányzatot, trendet kínál a motoros (kondicionális, koordinációs) képességfejlesztésre, az ízületi funkciók helyreállítására, megszilárdítására. Ezek mindegyikére együttes megoldást nyújt a funkcionális edzés, ami olyan természetes mozgásmintákat integrál, amelyek az ízületi mobilitás és stabilitás egyensúlyára építenek. Munkánkban a mindennapi életből vett példák segítségével világítunk rá az egészséges ízületi működésre és a mindennapi mozgásminták javítását célzó funkcionális edzés előnyeire.

Kulcsszavak: fitness, ízületi funkció, anatómiai síkok, funkcionális edzés

Introduction

Inactive lifestyle is a serious problem worldwide. In Hungary, a significant portion of the adult population, particularly those of working age, engage primarily in sedentary activities (Hungarian Central Statistical Office, 2019). Musculoskeletal complaints, often resulting from excessive physical exertion, poor posture, and work-related stress, are prevalent (Bajsz et al., 2014).

The rise of modern technology has contributed to sedentary lifestyles by limiting opportunities for physical activity and outdoor recreation (Bull et al., 2020). In the past, our lifestyle was based on active movement, which helped us adapt to the challenges of our environment. Today, however, we tend to adapt our environment to our own lower need for exercise. Daily sedentary behavior has led to a widespread decline in gluteal muscle function, a condition often referred to as 'gluteal amnesia'. This muscle weakness can contribute to limitations and strain in the surrounding hip muscles. Due to the changing chal-

lenges of our environment, maintaining physical fitness is essential. Regular exercise also plays a key role in preventing diseases and contributes significantly to slowing down mental and physical decline (Paillard, 2015).

It is recommended to use training programs during which we encounter challenges that can be adapted to our everyday life. The development of strength, speed, and stamina is only part of the areas to be improved. The sense of balance continuously deteriorates with age (Kovács, 2016), even though it is an indispensable skill for many activities. For instance, maintaining balance is crucial for everyday tasks like carrying groceries (farmer's carry) or preventing falls. Spatial awareness is equally important, particularly when navigating through traffic or unfamiliar environments.

Joint Function

The coordinated execution of our movements depends not only on maintaining and developing our abilities, but also on the condition of

our joints. However, the interconnected joints of the body perform a different function, being part of a kinetic chain. Dr. Arthur Steindler described the body in 1955 as a system of segments connected by joints, in which the movement of individual joints also affects parts of the body farther away from it.

Steindler observed that when a limb resists an external force (closed kinetic chain), its muscle and joint function differs from when it moves freely (open kinetic chain) (Steindler, 1955).

Forces acting on any part of the body are transmitted through the interconnected system of joints. This affects the transmission of force and energy throughout the body. If you move your little toe, that movement affects the muscles and joints closest and farthest to that muscle chain. However, to achieve efficient energy transfer between the body and body parts, we need to know whether a particular joint is intended for mobility or stability.

Mobility is a combination of muscle elasticity, range of motion of joints, and freedom of movement of the body (Benkovics et al., 2019; Széll, n.d.). A joint is mobile if it can move painlessly along the entire range of motion intended for it (Almásy, 2021). The movement itself is called mobilization, where the range of motion is passed several times, at varying speeds, with different loads. Stability is a concept related to the nervous system and it means perfectly functioning neuromuscular control, during which muscles can maintain a stable position of the joint or move it in a controlled manner (Almásy, 2021). Stability therefore means controlling movements and maintaining correct posture (Benkovics et al., 2019; Széll, n.d.). Joints provide a balance between movement and stability, enabling bones to move while maintaining the body's integrity. Muscles close to the joint being moved are called stabilizer muscles, allowing this joint to perform only the movements and in the range of motion that is optimal for the joint. Active stabilizers, such as muscles, and passive stabilizers, like ligaments and joint capsules, play a role in maintaining stability. An imbalance between mobility and stability can lead to improper movement and injuries. According to Boyle's observation, lower back pain, knee and shoulder injuries are often due to muscle strength deficiencies, as our muscles are not able to provide adequate stability during critical movements (Boyle, 2020).

Each joint requires a balance of stability and mobility; however, the relative importance of these two factors varies during complex movements (Almásy, 2021). Gray Cook's joint-by-joint model shows which function each joint contributes to movement. According to the theory, the ankle should be mobile, the knee should be stable, the hip should be mobile, the lumbar spine should be stable, the back should be mobile, the shoulder blade should be stable, and the shoulder should be mobile (Boyle, 2020). Adjacent joints therefore have the opposite function. If dysfunction occurs in one joint, the adjacent joint(s) compensate (Figure 1). That is the reason why the pain does not occur where the original problem appears, but in the compensating joint.

There is dorsiflexion (up to 20-30 degrees) and plantar flexion (up to 30-50 degrees) in the ankle joint (Balogh, 1999; Kapandji, 2024). The range of motion of dorsiflexion plays a significant role in the absorption of body weight,

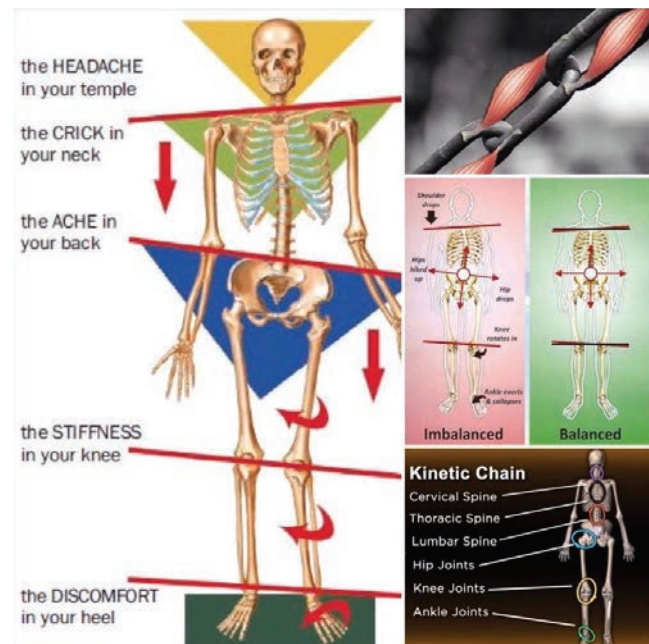


Figure 1. The interacting joint functions (source: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1429854570477848&id=496029673860347&set=a.496080860521895&locale=sr_RS)

especially when we arrive at the ground with eccentric or braking force (Dubin et al., 2011).

If the mobility and flexibility of the ankle decreases, for example, due to wearing high heels, there can be an increased risk of knee injuries.

The knee ligaments are primarily responsible for stabilizing the knee joint, while the secondary function is performed by the muscles around the knee. The anterior cruciate ligament is considered the main stabilizer of the knee, which contributes about 85% to this task (Abulhasan & Grey, 2017). The knee joint performs flexion up to 140 degrees and extension up to 5 degrees, lateral rotation up to 30 degrees and medial rotation up to 10 degrees (Prókai, 2018; Balogh, 1999).

The hip is a joint intended for mobilization. During movement, power is transmitted through the hips between the lower and upper body and towards the limbs. Therefore, the hip joint is the primary movement center of the body, yet it is used in a limited range of motion. The limited mobility of the hip joint can cause lower back pain and knee pain. The hip joint allows for a range of movements, including abduction (moving the leg away from the body) up to 30 degrees and adduction (moving the leg towards the body) up to 25 degrees. Additionally, the hip can flex (bend) up to 140 degrees and extend (straighten) up to 15 degrees. Finally, the hip can externally rotate (rotate outward) up to 90 degrees and internally rotate (rotate inward) up to 70 degrees.

The above is evidence that effective movement is therefore based on the stability and mobility of the joints.

Understanding Joint Movement in Anatomical Planes

Our daily activities involve three-dimensional movements. Therefore, understanding the planes of motion (sagittal, frontal, and transverse) in which our joints move (Figure 2) is crucial for performing exercises correctly.

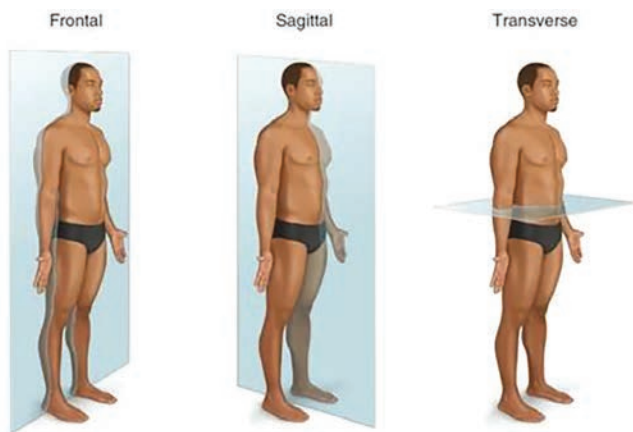


Figure 2. Anatomical planes (source: https://blog.nasm.org/exercise-programming/sagittal-frontal-traverse-planes-explained-with-exercises?utm_source=blog&utm_medium=referral&utm_campaign=organic&utm_content=ReasonsToBecomeCES)

Most of our everyday activities take place in the sagittal plane. For a mother to bend down to pick up her toddler, a lot of muscle groups need to work together. This movement is an everyday version of the dead lift (lifting the object on the ground) (Figure 3). Doing regular and intensive housework is also a series of actions done in several planes in addition to burning calories. Vacuuming is a series of pushing and pulling movements in the sagittal plane. During mopping, both the sagittal and frontal planes are utilized as the mop is moved back and forth, and side to side. When hanging laundry or placing items on a shelf above head level, the movement predominantly occurs within the sagittal plane, resembling a simplified overhead press. Proper walking is an all-day active plank posture, since by stretching the abdominal muscles and gluteal muscles, the stabilization of the torso is created by moving the arms and legs forward and backward in the sagittal plane (ante- and retroflexion).



Figure 3. The Dead Lift exercise in everyday and fitness terms (source: own creation)

Movement in the frontal plane appears in fewer everyday actions, but there are sports such as handball where the defensive arm- and foot work is especially significant, the arm work of breast swimming, or the cartwheel frequently practiced by children also occurs in this plane. In the transverse plane, we stir the soup with the wooden spoon, where the shoulder joint plays the main role, or when we turn our head from side to side while crossing the road. If we applaud at an official event, this movement is also in the transverse plane, which is realized by the horizontal adduction (approximation) of the arms. The use of the transverse plane

in sports is much more pronounced than in everyday life. Joints designed for stability, such as the knees and lower back, are often injured when forced to move in this plane, as their primary function is to maintain position against forces from various directions. In contrast, most daily movements involve rapid changes between different planes of motion, often occurring in fractions of a second.

Functional Training

Practicing movement patterns in different planes of movement is therefore the foundation for maintaining overall fitness and performing daily activities injury-free.

Functional training is an excellent option for this. Functional training is a training method in which the individual muscle groups are not worked in isolation but integrated into different movement patterns. We do not think about training tasks by focusing on individual body parts, because that is not how we live our everyday lives.

The background of the training method is focused on individual goals, movement-based execution, as opposed to isolated exercises focused on one muscle group. The training method is based on the current skills and performance level of the individual, which is determined by pre-training mobility and stability tests, and movement pattern analyses (Tóth et al., 2020). If any test result suggests that the risk of injury is high, it is worth thinking in isolated exercises, but the long-term goal is multidimensional exercise with many muscle groups. The essence of the system is a deep knowledge of anatomy, so although we do not focus on individual muscles, we still need to be aware of the collective muscle movements that create the larger movements. Knowing the correct starting positions, the correct mechanics of the movements and how to correct any errors with precise instructions, is essential for transferring these skills to everyday activities.

Functional training builds on six fundamental human movements: squatting, lunging, hip hinging, pushing, pulling, and carrying. A well-structured training program strengthens these fundamental movements and promotes balanced muscle development, improved coordination, and enhanced stability through a variety of exercises. The training method is enhanced by a comprehensive warm-up, which prepares the body for physical activity by increasing blood flow, improving flexibility, and reducing the risk of injury. Contrary to previous beliefs, the fascial system (all tissues that connect or border structures) (Pegán, 2021), the skeletal system, the musculoskeletal system, and the nervous system are all warmed up by this training method.

The Pillar preparation consists of mobilization exercises for the ankles, knees, and hips, followed by core stabilization exercises. The Movement preparation ensures an injury-free, complex, high-intensity and sport-specific execution of the exercise. This stage aims to activate the full range of motion of the body, increase blood circulation, and improve neuromuscular connections. The exercises are designed to restore muscle imbalances, protect the joints, and practice harmonious, complex movements that mimic everyday activities. This ensures long-term quality of life regardless of gender, age, or fitness level. During the functional exercises, we perform multi-joint movements at the same time, so the tasks are always complex. The focus is not on developing excessive strength in one movement pattern, but on achieving a balance between pushing and pulling force, and between

en knee-dominant hip extension (four-headed muscle and gluteal muscle) and hip-dominant hip extension (hamstring muscle and gluteal muscle) (Boyle, 2020).

Functional training will not be valuable with overcomplicating the exercises, but rather with striving for proper execution and proper breathing. The force should be generated from the hips and transmitted through the tight torso. Exercises can be facilitated (regression) and made difficult (progression) according to 3 aspects, tailored to the individual's abilities. These are strength, coordination, and combination.

Force is the amount of resistance that must be overcome. This can be varied during exercises by using lighter or heavier weights. To vary the coordination of an exercise, the support surface can be changed from stable to unstable. For example, a backward lunge can be made more challenging by aligning the feet or placing a Dynair ball under the front foot.

The complexity of an exercise is determined by combining various factors. For example, an exercise is considered simpler if it is performed in one plane of motion and involves only one or two movement phases. However, exercises become more complex when performed in multiple planes of motion, while moving, or when involving a greater number of movement phases. (Figure 4)



Figure 4. Exercise in several planes (source: own creation)

The central element of functional training is to increase and maintain the strength of the core muscles. The word core is used as a collective name for the muscles that surround the abdominal cavity for the stability of the spine and pelvis (that is, static operation during limb movements), thus core muscles are also responsible for correct posture (Bajsz et al., 2012). These muscles are the deep layer of the erector spinae, the transversospinalis muscle group, the abdominal muscles, especially the transversus abdominis and the

gluteal muscles around the pelvis (gluteus maximus, gluteus medius, gluteus minimus). The core muscles are responsible for antirotation (resistance to rotation), antiextension (resistance to extension), and antilateral flexion (resistance to side bending).

Functional training includes functional circuit training, functional step or bosu classes, but also CrossFit, kettlebell, Boot Camp, Spartan Girja, or HIIT training (Biróné et al., 2022).

Summary

In our fast-paced world, physical activity is becoming less and less important, even though we are facing more and more challenges. The most common problem that occurs during an inactive lifestyle is gluteal amnesia, or muscle weakness around the joints, which can cause long-term pain and thereby lead to a deterioration in quality of life.

The fitness industry offers excellent alternatives to the emerging phenomenon that affects every country in the world. Individualized forms of physical activity, exercise programs aimed at muscle functionality at any age and in any health status (except for people suffering from febrile diseases and hemorrhagic diseases) significantly improve the quality of life and prolong life expectancy (Tóth, 2021). Overall, it can be concluded that using complex movements in fitness trends is closely related to our everyday life, since despite the decrease in function resulting from lifestyle, it is possible to restore the balance of joint mobility and stability, to relearn previously lost natural movements, and to restore the full functioning of the body designed for movement. Harmonious, active, and injury-free living is not a matter of age or fitness level, but a conscious decision to choose the joy of movement and active quality of life to bring out the best in us and easily adapt to the challenges that surround us in our daily lives.

References:

- Abulhasan, J. F., & Grey, M. J. (2017). Anatomy and physiology of knee stability. *Journal of Functional Morphology and kinesiology*, 2(4), 34. <https://doi.org/10.3390/jfmk2040034>
- Almásy, Cs. (2021). A funkcionális mozgásminták és a fasciális szemléletű hajlékonyságfejlesztés. In: Kälbli K. Az egészségközpontú fittség fejlesztése gyermek- és serdülőkorban. A fittségoktatás alapjai. Magyar Diáksport Szövetség, Budapest p. 158–179.
- Bajsz, V., Császárné, G. G & Sió E. (2014). Mozgásszervi betegségek megelőzése. Tréning tematika. Pécsi Tudományegyetem, Pécs
https://www.etk.pte.hu/protected/OktatasiAnyagok/%21Palyazati/20141017/Mozgasszervi_betegsegek_megelozese_trening_20141016.pdf
- Balogh I. (1999). Mozgás ABC. Kineziológiai alapismeretek. Budapest
- Benkovics, E., Ivicsics-Dienes, V., Fritz, P., Marczinka, Z., Ökrös, Cs., Pozsonyi, Zs., Schandl, G. & Schuth, G. (2019). Erőnléti edzés a kézilabdázásban. Kék Európa Stúdió, Budapest
- Biróné, I. K., Lévai M. & Nagyvárad K. (2022). Divatirányzatok a fitnessz területén: Magyarország fitnessztrendjeinek vizsgálata a COVID 19 időszak után. *Recreation*, 12(2). p. 24-27.
<https://doi.org/10.21486/recreation.2022.12.2.4>
- Boyle, M. (2020). Funkcionális edzés újrátöltve. Jaffa Kiadó
- Bull, F. C., Al-Ansari, S. S., Biddle, S., Borodulin, K., Buman, M. P., Cardon, G., ... & Willumsen, J. F. (2020). World Health Organization 2020 guidelines on physical activity and sedentary behaviour. *British journal of sports medicine*, 54(24) p. 1451-1462. <https://doi.org/10.1136/bjsports-2020-102955>
- Dubin, J. C., Comeau, D., McClelland, R. I., Dubin, R. A., & Ferrel, E. (2011). Lateral and syndesmotic ankle sprain injuries: a narrative literature review. *Journal of Chiropractic Medicine*, 10(3), 204-219. <https://doi.org/10.1016/j.jcm.2011.02.001>
- Kapandji, A. I. (2024). Az ízületek élettana: Alsó végtagok. Medicina, Budapest
- Kovács, É. (2016). Az időskori elesések megelőzése. *Rehabilitáció*. 26(3) p. 134–138.
- Központi Statisztikai Hivatal. (2019). Tehetünk egészségünkért. https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/elef/te_2019/index.html
- Paillard, T. (2015). Preventive effects of regular physical exercise against cognitive decline and the risk of dementia with age advancement. *Sports medicine-open*, 1, p. 1-6. <https://doi.org/10.1186/s40798-015-0016-x>
- Pegán, A. (2021). Fascia, a testtartás szervrendszere. Medicina, Budapest
- Prókai, A. (2015). Anatómia 1. Oktatási segédanyag https://tf.hu/files/docs/egeszsegtudomanyi-es-sportorvosi-tanszek/Anat%C3%B3mia_1_oktat%C3%A1si_seg%C3%A9danyag.pdf
- Steindler, A. (1955). *Kinesiology of the Human Body under Normal and Pathological Conditions*. Charles C. Thomas, Springfield, Illinois, USA
- Szél, G. (é.n). Funkcionális mozgásminta szűrés alkalmazása az atlétikában. <https://atletika.hu/sites/default/files/masz/dokumentumok/egeszsegugy/masz-eukonferenciaszellgaborazfmsfunkcionalismozgasminta-szuresrendszerbemutata-sa.pdf>
- Tóth, E., Ihász, F., & Nagyvárad K. (2020). A funkcionális edzés progresszióinak hatásvizsgálata rekreációs sportolók körében. *Recreation*, 10(1) p. 22-24.
<https://doi.org/10.21486/recreation.2020.10.1.2>
- Tóth, M. (2021). Fizikai aktivitás és civilizációs betegségek különböző életkorban. *Magyar Gerontológia*. 13. p. 7-8
<https://doi.org/10.47225/mg/13/Kulonszam/10568>

Contemporary aspects of museum spatial interpretation

A múzeumi térértelmezés korszerű aspektusai

Authors / Szerzők: Éva Schultz ¹, Márton Magyar ²

Received: 7 January 2025 | Revised: 17 January 2025 | Accepted: 18 January 2025 | Published: 31 January 2025



Section editor / Rovatszerkesztő:
Márton Magyar

Eötvös Loránd University Faculty of Education
and Psychology Institute of Health Promotion and
Sport Sciences
magyar.marton@ppk.elte.hu



¹ Éva Schultz

Budapest Business University, Faculty of
Commerce, Hospitality and Tourism
Department of Tourism
schultz.eva@uni-bge.hu



³ Márton Magyar

Eötvös Loránd University Faculty of Education
and Psychology Institute of Health Promotion and
Sport Sciences
magyar.marton@ppk.elte.hu

Abstract Museums are classical cultural preservation and mediating institutions and cultural attractions, too. Often termed “lieu de memoire” (places of memory), which, as places of imagination and rites, become their own referents through historicization (Nora, 2010). Over the past half-century, museums were redefined as open, integrative, community space (ICOM, 2022). They are therefore part of tourism and everyday experiential spiritual recreation. Our study explores spatial interpretation in museums through theoretical models and examines its impact on visitors, complemented by empirical (pilot) research, at two museums in Budapest. Key questions include how visitors use museum spaces and what patterns emerge in their spatial interpretation. Preliminary results highlight the importance of aesthetics and the opportunity to connect to everyday, common culture in shaping the ‘lived space’ experience. Continuation can be expected to contribute in a relevant way to a better understanding of museum spatial interpretation and the visitor experience, which is a niche area, as well as stimulate the development of visitor-focused strategies, in the value provided by qualitative visitor research..

Keywords: museum, spatial interpretation, cultural consumption, visitor economy

Absztrakt A múzeumok klasszikus kultúraőrző és -közvetítő intézmények, illetve kulturális vonzerők. Gyakran történeti épületben található „lieu de memoire”-ok (emlékezeti helyek), melyek mint a képzelet és a rítusok helyszínei, a történetiesedés folyamata révén önmaguk referenciáivá válnak (Nora, 2010). Az új muzeológia paradigmaváltása következtében is napjaink múzeuma nyitott, integratív, közösségi térré vált (ICOM, 2022), így a turisztikai és a mindennapi élményszerző szellemi rekreáció szerves részei.

Célunk a múzeumi térértelmezés vizsgálata elméleti modellekkel és empirikus (pilot) kutatással, két budapesti múzeum példáján keresztül. Választ keresünk arra, vajon mi jellemzi a múzeumlátogatók térhasználatát és milyen mintázatok jelennek meg a térértelmezésükben.

Előzetes eredményeink szerint az esztétikum és a hétköznapi, közös kultúrához kapcsolódás kiemelten fontos szerepet játszanak a megélt tér élményében. A kutatás folytatása várhatóan releváns módon hozzájárulhat a múzeumi térértelmezés és a látogatói élmény jobb megértéséhez, amely kutatási résterület, valamint ösztönözheti a látogató-fókuszú múzeumi stratégiák kialakítását, a kvalitatív látogatókutatás által nyújtott értékben.

Kulcsszavak: múzeum, térértelmezés, kultúrafogyasztás, látogatógazdaság

1. Introduction

Visiting museums as intellectual/spiritual recreational activities in the system of Tribe (2020) is primarily, in the classical interpretation, a type of programs away from home. But it can also be identified as home-based activities. Also, activity that can be carried out online, which has spread mainly due to the Covid-19 pandemic, like other leisure programs dedicated to self-cultivation, not only Hungarian (Gósi, 2020; Gósi & Magyar, 2020; Gósi & Magyar, 2021), but also foreign consumers (Hoffmann, 2020; Resta et al., 2021). The use of digital museum resources positively affects well-being (Luck & Sayer, 2023).

In Fritz's (2019) taxonomy, it is primarily classified as one of the activities in the ‘Arts’ subgroup of the ‘Cultural’ main group but can also be interpreted under the ‘Social and individual activities’ main group. Minhat and Mohd Amin (2012) mention it as cognitive activity, Leung et al. (2011) also as social activities, while in Kovács's (2004) theory it is mentioned as a passive activity, where the accepting and/or receptive role of

the viewer/visitor comes to the fore. And Magyar (2019) emphasizes that although movement dominance does not apply to our mental/intellectual programs, a more active or passive use of cognitive functions may appear. Thus, it is possible to talk about active recreation programs among intellectual recreational activities. Let's think, for example, about the interpretation of the works viewed in museum exhibitions, either by thinking through them ourselves or by discussing them with our companions participating in a joint museum visit.

However, cognitive activity can occur in the visitors even by rethinking and interpreting the information given by the exhibition manager or the tour guide in the museum. It is not necessary to give an answer to the question „what does the artist want to express”, in fact, perhaps it should be specifically avoided. The interpretation of the work is independent of the artist's intention, and the recipient's individual understanding does not reduce or increase the value of the work. The emphasis is on what the receiv-

er perceives and can understand from the visual language conveyed by the work of art. A guideline can be useful, but it can also be a hindrance, since every interpretation is also a kind of indication of a direction, which can simplify the meaning and limit the freedom of the receiver (Magyar et al., 2019).

Museums have undergone and are undergoing transformative changes in the postmodern age. An important milestone in the half-century process of the new museology was the new definition adopted by the International Council of Museums (ICOM) in 2022 after several years of debate, which – among other things – interprets museums as inclusive, entertaining community spaces with multi-voice communication (ICOM, 2022; Berényi, 2023), thus clearly linking this area to the leisure interpretation of mental/intellectual recreation. In many parts of the world and in Hungary, museums operating under this concept offer visitors a colourful experience program cavalcade, which also play a role in regional development (Farág & Gósi, 2024). Patakiné Bősze (2020) put this in the way that cultural arenas also adapt to the needs of society, the people of the 21st century look less for what can be called traditional forms in connection with their activities that support their quality of life, whether they are physical or non-movement-dominant, because in this way, they see the separation from everyday life better, and alternativeness is also an important aspect in terms of the search for self-identity.

In addition to keeping the traditional functions – collection, preservation, research and presentation – this above approach puts in quotation marks the former elitist cultural sanctuaries of the „cathedrals of consumption” (Gombrich, 1994) which was characterized by the high cultural classification, the indisputable value-marking function and the passive reception experience. It reflects the perceived recreational slope in the democratizing culture consumption of experiential societies, emphasizes the service nature and its welfare effects, and refers to the marketization processes of culture. All these are trends that can also be experienced in Hungary (Pavluska, 2016; Makranczi, 2021).

In the view of the above, it is timely and important to deal with the spatial use and perception aspects of visitor research in the context of museums within cultural marketing. The aim of the present research is to examine the mentioned problem through the spatial trialectics approach of social space production on the example of two national museums and cultural strategic institutions in Hungary.

2. Literature review

During the literature review, we will clarify the basic terms used in the future and place the interpretation of the museum space in a professional framework. Thus, after a brief development history of the interpretation of the term ‚museum space’, the levels of space interpretation are presented, i.e. perceived/empirical space, abstract/meta space, conceived/mental/symbolic space and lived space.

2.1. The museum space

The „spatial turn” of the humanities in the 1980s strengthened postmodern critical spatial thinking (Boros, 2017; Dánél & Vincze, 2018). In the 20th century, many of the theories aimed at the points of contact between human space production and physical space offer an exciting alternative regarding the spatial interpretation of museum institutions

located in buildings that are typically historical, not necessarily related to the collection theme. Nora’s „lieu de memoire” are spaces or objects of social imagination and rites shaped by history, which at the same time become distinguishable as their own references (Nora, 2010).

The explicit collectors and displays of museums are Nora’s places of memory, often their buildings too – e.g. former royal palaces or scenes of other decisive events, symbols of eras. (Both are valid for Versailles or the Vienna Baroque Belvedere palaces. The Palace of Versailles gave place to the peace negotiations that ended World War I, symbolizing the 17th century French hegemony. The Vienna Baroque Belvedere, which is also known as the location of the Austrian State Treaty, today houses the Österreichische Nationalgalerie.). As a precursor to the modern museum concept, as the realization of the idea of a public collection born in the Age of Enlightenment, the first sovereign museum buildings are also memorial spaces. The classicizing buildings of the first museums, i.e. the „temples of the muses”, with their homage to the ancient Greco-Latin culture, still communicate the belief of the era of their birth in the primacy of high culture and historical development (the British Museum in London since 1763 as the first international example and the Hungarian National Museum in Budapest since 1847 as the first Hungarian example). Boros (2017) cites Augé’s (2012) interpretation, according to which anthropological places also become defining elements of the urban fabric as contemporary, iconic architectural signs that provide great designer freedom, often reviving brownfield areas and gentrifying parts of settlements. An example of this is the Guggenheim Bilbao, which was built in 1997 on the site of the former shipyard district of the Basque industrial city (Kovács, 2017 writes about the history of the impact assessment in detail) or the Hungarian National Museum, which triggered the creation of the Palace Quarter in Pest in the second half of the 19th century (Fekete, 2021).

Space and architecture are not constant in the case of museums either: they are shaped by the builder, the designer and the users of the space. The world of museums – and thus their space – is obviously strongly defined by its political, social, and economic environment and its conventional, official collective memory and value system (the order of importance of environmental effects may differ by region, owner, maintainer, etc.). However, its relationship with its environment is always highly symbolic and complex: it reflects and criticizes at the same time, so it legitimizes the existing system and provokes resistance against it, the museum space is domesticated during its use – at least according to the new museological interpretation (Bourdieu, 1991; Duncan-Wallach, 1997, cited by Boros, 2017; Berényi, 2023).

In the broader sense of the word, it is public space, since it is the space of social publicity, which simultaneously makes what is seen and visible, disciplinary following Habermas (1999) (Davies, 1999-2000, 2006, cited by Boros, 2017; Sági, 2019). From this point of view, it does not matter whether its space can be evaluated as a work of art or whether it has a neutral design shaped by the postmodern „white cube” approach, fully in line with the curatorial concept. Due to the mission of the museum, it strives for totality. It is „the smallest slice of the world” (Dánél & Vincze, 2018 following Foucault, 1999), which, even during its paradigm shift, has preserved the trademark of originality and authentic-

ity, which is increasingly appreciated today (Wang, 2012). Based on all of this, we can agree with the statement that the history of unbuilt and unbuildable museums is a particularly exciting, multidisciplinary field of research (Dánél & Vincze, 2018).

2.2. Social space production and trialectics in the museum

As the visitor walks through the museum space, in the human geography approach, physical, emotional and imaginary spatial planes are created on his/her mental map (Pirisi & Trócsányi, 2019). Physical space in the trialectic approach to social space production is based on Lefebvre's original theory of 1974 and translated into English in 1991 (Lefebvre, 1991), as well as Soja (1996), the so-called perceived, empirical space or first space (cited by Berki, 2015; Boros, 2017; Dánél & Vincze, 2018). This includes the location and accessibility of the museum, the primary visual impact of the building (size, style and aesthetics), orientation, spatial linking of the visitor route, accessibility.

Based on the experience matrix of Pine and Gilmore (1998), the museum experience at this level mostly enables experiencing the dimension of passive aesthetics (Bodnár, 2019). Abstract space or meta space connects the elements of individual and community identity to physical space. According to Michalkó (2008), examples are sacred, ethnocultural, symbolic, informal and virtual spaces. The museum can belong to all categories except informal. The meta space can be further divided into two layers in the system of spatial trialectics: 1.) the conceived (mental, symbolic) space named as representations of the space, the so-called second space and 2.) the spaces of representation, i.e. lived space, the so-called third space (Figure 1).

The conceived space is the perception and understanding of the meta space created based on a specific (typically conventional) social concept, and its connection to existing knowledge. In the case of museums, the perception of this is influenced by the historical-monumental or even iconic contemporary character of the building, the real and perceived message of the builder (or era), the importance and nature of the collection, the curatorial concept, and the interpretation toolset all. Among Pine and Gilmore's dimensions of experience, absorbing, active learning and absorbing, but passive entertainment can enter here (Bodnár, 2019).

The lived space, implicitly, includes the previous two, as well as the space of the visitor's participation, opinion formation, and emotional connection. The community museum, the co-creation is the spatial layer that has the greatest influence on the memorable (possibly cathartic, transformative) experience. It is the level of the appearance of the immersive, active escapism experience dimension (Bodnár, 2019). When interpreting heritage spaces as second and third spaces, we can detect the influence mechanism of collective cultural memory (Nora, 2010; Assman, 2018).

The international best practices described in the following show how trialectic space production is created on the service provider side, encouraging cultural branding and the acquisition of demand experiences.

The revolution of physical space among classical institutions was initiated by the world's most visited museum, the Louvre in Paris (TEA & AECOM, 2023), in the Mitterrand era, by expanding the classical museum building with a contemporary element. I. M. Pei's glass pyramid created in 1989 due to the expansion of the comfort spaces (Figure 2) became very popular after the initial resistance, and then became an emblematic part of the building complex (Szablyár, 2009).

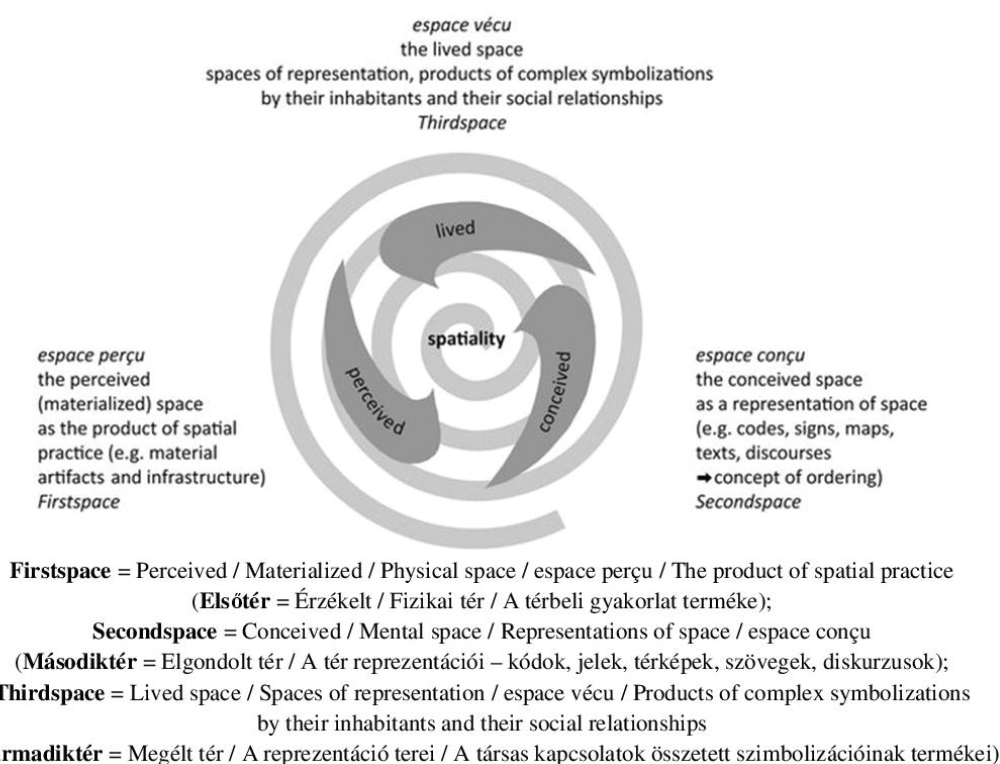


Figure 1. A trialectic approach to social space interpretation. 1. ábra: A társadalmi térértelmezés trialettikai megközelítése.

Source/Forrás: Own editing, 2024 based on Soja (1968, pp. 74) edited originally by Klinger et al. (2016, pp. 356) /

Soja (1968, pp. 74.) alapján Klinger et al. (2016, pp. 356.) alapján saját szerkesztés, 2024



Figure 2. Physical space – the example of the Louvre in Paris with the glass pyramid
2. ábra: Fizikai tér – a párizsi Louvre példája az üvegpíromissal
Source/Forrás: Condé Nast Traveler. (2024). Musée du Louvre. <https://www.cntraveler.com/activities/paris/louvre-museum>

In the case of the Louvre, in addition to the universal fine art collection, the level of the conceived space can be expanded with the former palace function during a tour of the royal halls (Figure 3).



Figure 3. Conceived space - the example of the Louvre in Paris with the palace
3. ábra: Elgondolt tér – a párizsi Louvre példája a palotával
Source/Forrás: Musée du Louvre. (n. d.). The Palace – From the former palace of the French monarchs to the largest museum in the world. <https://www.louvre.fr/en/explore/the-palace>

The lived space can be interpreted in the form of a bestseller (Figure 4) or in the form of a guided tour (Viator, Inc., 2024). Irimiás (2017) writes about the impact of the da Vinci Code.



Figure 4. Lived space – the example of the Louvre in Paris: the arrival of Professor Langdon.
4. ábra: Megélt tér – a párizsi Louvre példája: Langdon professzor érkezése
Forrás/Source: Chorny, M. (2020). Da Vinci Code Paris locations: A complete guide. <https://www.recenzent.org.ua/da-vinci-code-paris-locations/>

Berlin's Museuminsel and the nearby former Hohenzollern Castle, which opened in 2021 as the Humboldt Forum, are the cultural flagship of Germany, which was united in 1871 and then reunified in 1990 (György, 2010). Its evolution illustrates adaptivity in the cross-section of changes in values from the 19th-century Prussian Bildungsbürgertum to the modern, diverse German state. At the level of the physical space, the contemporary additions and functional changes of the classical buildings can be interpreted (Figure 5), at the level of the conceived space, for example, the Humboldt Forum's mission of uniting culture and science can be mentioned.



Figure 5. Physical space – the example of the Humboldt Forum
5. ábra: Fizikai tér – a Humboldt Forum példája
Source/Forrás: Bommers, L. (2022). Berlin's controversial Humboldt Forum is finally complete—but 'the work inside begins now', German Culture Minister says. <https://www.theartnewspaper.com/2022/09/19/berlins-controversial-humboldt-forum-is-finally-complete>

Founded as an alternative urban history museum, the Stadtmuseum Berlin offers real and virtual visitor connections at the level of the lived space, which can be established during a self-guided tour.

Also in Berlin, taking responsibility for the traumas of the 20th century and helping to process them is a message masterfully synthesizing the dimensions of social space production in Europe's largest Jewish museum. The Jüdisches Museum, opened in 2001, through its expansion by the star architect Daniel Libeskind (Kim, 2022), tells a story with the impressions created by the physical, conceived and lived spatial levels. It involves the visitor in an associative way

through the artistic installations, individual path selection and the narrative of objectlessness.

3. Methods

The pilot phase of the empirical research has been implemented in a complex way, using both qualitative and quantitative tools, in November and December 2024, involving 20 tourism-hospitality undergraduate students from the Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism of the Budapest Business University as interviewees. This was supplemented by the first author's 20-year expert knowledge as a tour guide at the Hungarian National Gallery, as well as interviews.

The research questions were as follows: Q1: What characterizes museum visitors' use of space? Q2: What patterns can be discovered in the visitor's interpretation of space?

The conceptual framework of the study was provided by the trialectic approach of social space production, described earlier by Lefebvre (1974/1991) and Soja (1996).

The sample areas were the Hungarian National Gallery and the Museum of Ethnography, as national museums and cultural strategic institutions. Location, the building, the nature and scope of the collection, and the interpretation were important aspects for choosing them.

The demand side was assessed using on-site observation and interviews (N=30 per institution) and netnographic analysis (N=40 per institution, Tripadvisor and Google reviews, hereinafter referred to as Nnetno). The demand sample in both museums consisted predominantly of Hungarian school, family and retired visitors; the visit was self-organized mostly in free time.

Getting to know the experiences of the supply side was facilitated by semi-structured expert interviews with a museum educator, a communication and an exhibition manager (N=3; 2 at the Hungarian National Gallery and 1 at the Museum of Ethnography, hereinafter referred to as IW).

Data processing was by netnographic content analysis, descriptive analysis of the experience of visitor observations, statistical analysis of visitor questionnaires and information processing of expert interviews.

4. Results

The Hungarian National Gallery is one of the most visited museums in the country. Since 1957, it has been located in a core tourist area and a world heritage site in the Buda Castle, in several wings of the former Royal Palace. Its collection of fine arts in the field of Hungarian painting and sculpture from the Middle Ages to the present day is the richest both domestically and internationally. It constantly offers temporary exhibitions and events. The range of interpretation options awaits visitors with a very diverse, multi-level, segment-specific approach (MNG, 2024).

The physical spatiality of the museum is outstanding: the building dominates the capital's typical Danube-side skyline (Figure 6), visitors repeatedly mentioned the panorama from the former Royal Palace. The most cited positive, typically unexpected, physical space-related experience in online reviews praises the view from the dome (Nnetno=16, 40%).

Although this exceptional location results in a relatively cumbersome approach; long walks are common, and critical mention is made of the toothless street paving of the surrounding public areas. The 4 levels of the permanent exhibi-

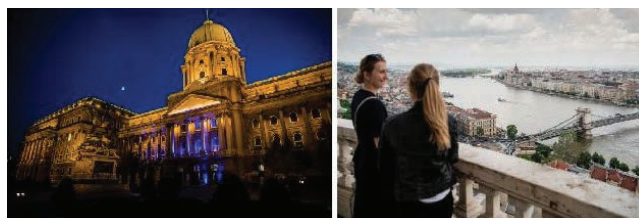


Figure 6. Physical space – the example of the Hungarian National Gallery

6. ábra: Fizikai tér – a Magyar Nemzeti Galéria példája

Source/Source: Utazzitthon.hu Kft. (2024). Magyar Nemzeti Galéria, Budapest. <https://www.utazzitthon.hu/latnivalo/budapest/magyar-nemzeti-galeria-1931>

tion – as is usual for historical collections – lead higher and higher as time goes on, which is typically located beyond the gift shop. It results omission of the stone store and medieval collection on the ground floor, as well as the contemporary artefacts on the 3rd floor, (also) due to the size of the permanent exhibition from the perspective of general visitors. Apart from the rare cases of purposefully looking for them. The most visited exhibition spaces on the 1st and 2nd floors – which present art from the 19th and early 20th centuries – are fortunately isolated from the crowd and noise of the reception and comfort areas on the ground floor (IW). In the museum, which occupies several palace wings, it is not easy to find your way around, the recommended visitor route is – on purpose – not indicated. But the maps that can be taken for free at the information desk are of less interest and help to visitors (N=4, 13%; IW). Few people know about mobile chairs that remedy the lack of sitting viewing (Nnetno=5, 13%).

In relation to the conceived space, the false ceilings and marble coverings of the interior designed according to the modernist principles of the renovation completed in the 1970s evoke the epithet „retro” from the visitors (N=23, 77%), in strong contrast to the exterior – although also reconstructed in a simplified manner – against neo-baroque ornamentation. The photographic recollection of the former monarch's living quarters can perhaps change this until the Gallery's – finally – move to the City Park (Városliget). The curatorial concepts of recent years concerning permanent exhibitions – parapet walls differentiated by colour according to theme and artistic problem; the longer written introductory texts in Hungarian and English; apartment details illustrating the style of each era created with objects borrowed from the Museum of Applied Arts; the interpretation tailored to the specificities of different ages and interests, etc. – were favourably received (N=11, 37%; IW).

The experience of the lived space is almost clearly positive and testifies to high visitor satisfaction, able to override any previous weaknesses. The outstanding quality of the collection, also in an international context, and the connection of the artists and works to public education make the museum a repository of many well-known paintings and sculptures, but the richness of the collection is still surprising for the most part. The positive attitude is not surprising, in fact, it is almost natural, classical fine art (the aesthetics of pure visuality) – also according to experience – is the one that generates the largest number of visitors internationally and can appeal to the widest audience (IW). Visitors' interactions with the staff of the institution are positively perceived, memories of previous visits can typically be linked to the highly successful temporary exhibitions (Nnetno=27, 68%).

The new, contemporary building of the Hungarian Museum of Ethnography (Figure 7) opened in 2022 as part of the Liget Project, and its first permanent exhibition can be visited since October 2024 (Néprajzi Múzeum, 2024c). Its ethnographic and cultural anthropological collections are the largest in Hungary, and in addition to those of historical Hungary, they also touch on many other cultural circles (Néprajzi Múzeum, 2024b). The image created with community involvement before the reopening, the transparent museum space that allows free passage, and the museum education using special tools (Néprajzi Múzeum, 2024d) all exemplify the realization of the new museum concept.



Figure 7. Physical space – the example of the Hungarian Museum of Ethnography in Budapest, Hungary. 7. ábra: Fizikai tér – a budapesti Néprajzi Múzeum példája
Source/Forrás: Városliget Zrt. (2022). Néprajzi Múzeum.
<https://ligetbudapest.hu/projekt/neprajzi-muzeum>

Regarding the physical space, in addition to the easy accessibility (Nnetno=22, 55%; IW), the proximity of the House of Music Hungary (Nnetno=9, 23%), the first element of the Liget Project, which was realized with great success is a unanimous positive among the visitors. The less common, associative building that cannot be explained by the vocabulary of historical styles is slightly divisive, although the majority likes it (N=24, 80%; Nnetno=25, 63%). They liked the green area on the roof (Nnetno=11, 28%), the inclusion of the 1956 monument in the frame of the building, and the possibility to walk through it for free is a pleasant surprise for most visitors (N=26, 87%; Nnetno=15, 38%; IW). In the interior, the design of the stairs and the transparency provided by the glass surfaces are the favourites (N=22; 73%, Nnetno=31; 78%). There is no recommended visitor route here, nor is it justified due to the separate parts of the space, the size of the exhibitions helps the lay audience. The comfort spaces on the ground floor are liked (N=18, 60%; IW). At the level of conceived space, the institution must deal with the prior expectation of a prominent Hungarian and ethnographic focus, where the guest exhibition, 'Fine Dining: Food Stories of Ancient China' may sound strange (Néprajzi Múzeum, 2024a). The first permanent exhibition, 'Székelys', realized just two years after its opening, can be visited between October 15, 2024 and August 31, 2025, even with a guided tour (Néprajzi Múzeum, 2024e). The positive press coverage of 'Székelys' (Bálint-Pataki, 2024; Velkei, 2024) is also coupled with visitor satisfaction (N=28, 93%; IW). On the other hand, the 'ZOOM – A Change in Perspectives' permanent exhibition (Néprajzi Múzeum, 2024f), which allows

and even requires creative thinking, deepening and image association, is – without a textual explanation – less understandable for visitors, which may be due to the few similar domestic museum concepts and the visitor's attitude that is not socialized to this, according to the expert (IW). At the same time, longer written texts do not capture the attention of visitors. The museum education spaces have a positive reception (N=17; 57%) due to their emphasized, less distinct nature than usual.

The dimension of lived space can appeal to almost anyone with its tradition-preserving nature, which, compared to high art, is more related to the comfortable material world of everyday life, and which examines the common foundations of human existence. The attention-grabbing advertising campaign related to the opening of the museum's permanent exhibition is also based on this, which, according to several visitors (N=13; 43%), conveys the promise of an inspiring experience. The presentation that works with the traditional interpretation toolkit, is more comprehensible and makes the visitors less „workable” was more successful in the examined segments (N=26, 87%; IW). This may change in the future in other target groups or through the socialization of demand.

5. Conclusion

Based on the test results so far, the research questions can be answered as follows:

Q1: What characterizes museum visitors' use of space?

The use of museum space varies depending on the museum building, the nature of the collection and the interpretation. The location and the features of the building are motivating factors in themselves, and the positive return of the emblematic space elements that can be visited in an unexpected way is strong. The size of the space and the collection does not reduce the number of visitors in the spaces displaying the most popular exhibits.

Q2: What patterns can be discovered in the visitor's interpretation of space?

Individual discovery is common. The historical and contemporary associative aspects of the spaces are not always known or understood. According to the optimal presentation, it is located between completely independent interpretation and longer text reading. Aesthetics, as well as the opportunity to connect to everyday, common culture, play an important role in the experience of lived space.

The research is limited by the small number of sample items due to its pilot nature. The continuation of the research can be expected to contribute in a relevant way to a more thorough understanding of the research niche area of the relationship between museum space interpretation and the visitor experience. Its practical effect can be manifested in the stimulation of visitor-focused museum strategies, in the value provided by qualitative visitor research.

Acknowledgment

The authors express their gratitude to Zsófia Sepsey, head of the museum education department of the Hungarian National Gallery, and dr. Marianna Berényi, head of the communication department of the Museum of Ethnography, for the possibility of carrying out the research.

Bibliography:

- Assmann, J. (2018). *Kulturális emlékezet – Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban*. Atlantisz Kiadó.
- Bálint-Pataki, J. (2024). Székelyföld a budapesti Néprajzi Múzeumban - a Maszol.ro portálról. <https://maszol.ro/kultura/Szekelyfold-a-budapesti-Neprajzi-Muzeumban>
- Berényi, M. (2023). Táguló múzeumi univerzum. Az ICOM 2022-ben elfogadott múzeumi definíciója. *Tabula*, 23(1), 1–13. <https://doi.org/10.54742/tabula.2022.1.03>
- Berki, M. (2015). A térbeliség trialettikája. *Tér és Társadalom*, 29(2), 3–18. <https://doi.org/10.17649/TET.29.2.2658>
- Bodnár, D. (2019). Múzeumi látogatói élmény. *Turizmus Bulletin*, 19(3), 38–51. <https://doi.org/10.14267/TUR-BULL.2019v19n3.5>
- Boros, L. (2017). A köztér átalakulása és a turizmus. In T. Régi, T. Rätz, & G. Michalkó (Szerk.), *Turizmus és transzformáció* (pp. 131–149). Kodolányi János Főiskola, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság. https://real.mtak.hu/86372/1/Turizmus_es_transzformacio2017_p131_149.pdf
- Dánél, M., & Vincze, F. (2018). A tér. In B. Kricsfalusi, E. Kulcsár Szabó, E., G. T. Molnár, & Á. Tamás (Szerk.), *Média- és kultúratudomány: kézikönyv* (pp. 173–193). Ráció Kiadó. https://real.mtak.hu/85779/1/Ter_DM_VF.pdf
- Faragó, B., & Gósi, Zs. (2024). Társadalmi szervezetek tevékenysége a területfejlesztésben a kultúra eszközeivel. In M. Magyar, J. Patakiné Bősze, & Zs. Gósi (Szerk.), *A sport határvonalai: A teljesítménytől a társadalmi hatásokig* (pp. 62–66). ELTE PPK Sport- és rekreációmenedzsment kutatócsoport. <https://doi.org/10.21862/2024.SPRT.06>
- Fekete, J. Cs. (2021). A magyar főúri paloták és európai előképeik diszpozíciója a 18–19. századi városi környezetben. *Építés – Építészettudomány*, 49(3–4), 289–328. <https://doi.org/10.1556/096.2020.017>
- Fritz, P. (2019). A szellemi rekreáció felosztása, rendszertani megközelítése. In P. Fritz (Szerk.), *Rekreáció mindenkinek III. Alapfogalmak és jelentései a rekreáció területén* (pp. 39–41). Dialóg Campus.
- Gombrich, E. H. (1994). A múzeum múltja, jelene és jövője (M. Gázsity, Ford.). *Café Babel*, 4(4), 33–50.
- Gósi, Zs. (2020). Rekreáció a korlátozások alatt. In N. Fokasz, Zs. Kiss, & J. Vajda (Szerk.), *Koronavírus idején* (pp. 29–38). Replika Alapítvány.
- Gósi, Zs., & Magyar, M. (2020). In E. Antal, & R. Pilling (Szerk.), *A magyar lakosság életmódja járványhelyzet idején: táplálkozás, testmozgás és lélek* (pp. 92–95). TÉT Platform.
- Gósi, Zs., & Magyar, M. (2021). Hogyan változtak szellemi és fizikai rekreációs szokásaink a 2020-as tavaszi korlátozások alatt? In Zs. Gósi, Sz. Boros, & M. Magyar (Szerk.), *Sport a Covid-19 pandémia árnyékában: Tanulmányok a sporttudomány témaköréből* (pp. 54–64). Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634546610>
- György, P. (2010). Múzeumok a nagyváros változó szövetében 2. – Neues Museum, Berlin. *Múzeumcafé*, 4(16), 60–69. <http://muzeumcafe.hu/hu/muzeumok-nagyvaros-valtozo-szoveteben-2/>
- Hoffman, S. K. (2020). Online Exhibitions during the COVID-19 Pandemic. *Museum Worlds*, 8(1), 210–215. <https://doi.org/10.3167/armw.2020.080115>
- ICOM. / International Council of Museums. (2022). *Museum Definition*. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- Irimiás, A. (2015). *Filmturizmus. A filmek és televíziós sorozatok turisztikai szerepének és hatásainak geográfiai vizsgálata*. Akadémiai Kiadó.
- Kim, E. (2022). The emotional experience of historical museums as seen by Daniel Libeskind's Berlin Jewish Museum. *Revista Villa*, 1(1), 82–103. <https://artesyhumanidades.ucaldas.edu.co/wp-content/uploads/No.5-REVIS-TAVILLA.pdf>
- Klinger, J., Hofmann, K. P., Bernbeck, R., Grozdanova, L., Longo, F., Peter, U., Schreiber, S., & Wiedemann, F. (2016). The Triangles of Knowledge, Space and Identity in Ancient Civilizations and in the Study of Antiquity. *eTopoi – Journal for Ancient Studies*, Sp. 6, 349–388. <https://doi.org/10.17171/5-6-9>
- Kovács, D. (2017). Csodák, receptek, anomáliák – Bilbao, Berlin és Párizs hatása múzeum és építészet viszonyára. *Múzeumcafé*, 11(58), 87–127. <https://muzeumcafe.hu/hu/cso-dak-receptek-anomaliak/>
- Kovács, T. A. (2004). *A rekreáció elmélete és módszertana*. Fitness Kft.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space* (D. Nicholson-Smith, Transl.). Basil Blackwell Ltd.
- Leung, G. T., Leung, K. F., & Lam, L. C. (2011). Classification of late-life leisure activities among elderly Chinese in Hong Kong. *East Asian archives of psychiatry*, 21(3), 123–127.
- Luck, A., & Sayer, F. (2023). Digital Engagement and Wellbeing: The Impact of Museum Digital Resources on User Well-being During COVID-19. *Heritage & Society*, 17(2), 169–190. <https://doi.org/10.1080/2159032x.2023.2228173>
- Magyar, M. (2019). Nem-mozgás-dominanciájú rekreáció értelmezései nemzetközi és hazai környezetben. In Zs. Gósi, Sz. Boros, & J. Patakiné Bősze (Szerk.), *Sokszínű Rekreáció: Tanulmányok a rekreáció témaköréből* (pp. 97–122). ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Kar.
- Magyar, M., Fazakas, R., & Szabó, Z. (2019). Művészetek és rekreáció. *Recreation*, 9(4), 36–38. <https://doi.org/10.21486/recreation.2019.9.4.4>

- Makranczi, Zs. (2021). *Múzeumok és a turizmus. Múzeumok Ma 2020. Országos múzeumi kutatás.* <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumok-es-a-turizmus>
- Michalkó, G. (2008). *A turisztikai tér társadalomföldrajzi értelmezésének új dimenziói.* MTA doktori értekezés. Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutatóintézet. <https://real-d.mtak.hu/95/1/Michalko.pdf>
- Mínhat, H. S., & Mohd Amin, R. (2011). Sociodemographic Determinants of Leisure Participation Among Elderly in Malaysia. *Journal of Community Health, 37*(4), 840–847. <https://doi.org/10.1007/s10900-011-9518-8>
- MNG. / Magyar Nemzeti Galéria. (2024). *A múzeumról.* <https://mng.hu/a-muzeumrol/>
- Néprajzi Múzeum. (2024a). *Fine Dining: Az ősi Kína gasztrotörténetei: 2024. okt. 16. - 2025. jan. 19.* <https://www.neprajz.hu/kiallitasok/idoszaki/2024/fine-dining-az-osi-ki-na-gasztrotortenetei.html>
- Néprajzi Múzeum. (2024b). *Gyűjtemények.* <https://www.neprajz.hu/gyujtemenyek>
- Néprajzi Múzeum. (2024c). *Gyűjteményi kiállítás.* <https://www.neprajz.hu/kiallitasok/allando/gyujtemenyi-kiallitas.html>
- Néprajzi Múzeum. (2024d). *MÉTA, múzeumpedagógia.* <https://www.neprajz.hu/meta>
- Néprajzi Múzeum. (2024e). *Tárlatvezetés a Székelyek c. kiállításban.* <https://www.neprajz.hu/programok/tarlatvezetesek/2024/december/tarlatvezetes-a-szekelyek-c-kiallitasban-1221.html>
- Néprajzi Múzeum. (2024f). *ZOOM – Perspektívaváltás: Ahol a nézőpont és a közelítés valódi élmény.* <https://www.neprajz.hu/kiallitasok/allando/2022/zoom.html>
- Nora, P. (2010). *Emlékezet és történelem között. Válogatott tanulmányok.* Napvilág Kiadó.
- Patakiné Bősze, J. (2020). Az alternatívák keresése a rekreációban, avagy a fizikai és a nem mozgásos dominanciájú rekreáció megújulása a 21. században. *Magyar Sporttudományi Szemle, 21*(3), 76. [Absztrakt].
- Pavluska, V. (2016). Milyen kultúrafogyasztók a magyarok? A hazai kultúrafogyasztás átfogó mintázatai. In A. Fehér, V. Á. Kiss, M. Soós, & Z. Szakály (Szerk.), *Hitelesség és Értékorientáció a Marketingben* (pp. 435–445). Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar. <https://emok.hu/hu/tanulmany-kereso/konferenciakotetek/d-490:milyen-kulturfogyasztok-a-magyarok>
- Pine II, B. G., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the Experience Economy.* *Harvard Business Review, 76*(4), 97–105.
- Pirisi, G., & Trócsányi, A. (2019). *Fejezetek a társadalomföldrajz világából.* PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet. <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23522/pirisi-trocsanyi-fejezetek-a-tarsadalomfoldrajz-vilagabol-pte-pte-pts-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Resta, G., Dicuonzo, F., Karacan, E., & Pastore, D. (2021). The impact of virtual tours on museum exhibitions after the onset of covid-19 restrictions: visitor engagement and long-term perspectives. *SCientific REsearch and Information Technology, 11*(1). <https://doi.org/10.2423/1i22394303v11n1p151>
- Sági, M. C. (2019). Az állam szerepe a „közterek hanyatlásában” – történelmi perspektívában. *Tér és Társadalom, 33*(4), 87–103. <https://doi.org/10.17649/TET.33.4.3202>
- Soja, E. (1996). *Thirdspace. Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places.* Blackwell.
- Szabylár, E. (2009). Múzeum az üvegpiramison túl – sztárépítészek modernizálják a 21. századi igényeknek megfelelően a klasszikus kiállítótereket. *Múzeumcafé, 3*(14), 76–85. <https://muzeumcafe.hu/hu/muzeumcafe-14/>
- TEA & AECOM. / Themed Entertainment Association & Architecture, Engineering, Construction, Operations, and Management. (2023). *Theme Index and Museum Index: The Global Attractions Attendance Report 2022.* Themed Entertainment Association (TEA). <https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2022.pdf>
- Tribe, J. (2020). *The Economics of Recreation, Leisure, and Tourism* (6th Edition). Routledge.
- Velkei, T. (2024). *Gabonapálinkától a zero waste-ig: székely szokások a Néprajzi Múzeumban.* <https://gourmetriporter.hu/reflektor/1547-gabonapalinkatol-a-zero-waste-ig-szekely-szokasok-a-neprajzi-muzeumban>
- Viator, Inc. (2024). *Paris: Louvre Da Vinci Code Guided Tour.* <https://www.viator.com/tours/Paris/Paris-Louvre-Da-Vinci-Code-Afternoon-Tour/d479-6839P43>
- Wang, M. (2012). The Social Life of Scripts: Staging Authenticity in China's Ethno-Tourism Industry. *Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development, 41* (2/3/4), 419–455. <https://www.jstor.org/stable/23339813>

SUPER
FOODS



SUPERFOODSTORE.NET

BCAA

Természetes támogatás az izmaidnak – klinikai tisztaságú formulával

Tudományosan bizonyított hatékonyság

Legjobb társ a fejlődésben, alakformálásban

Praktikus kiszerelés, könnyű fogyaszthatóság

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov>



Well-being - Welfare – human-centered society and economy - healthy lifestyles

Jóllét - Jólét – emberközpontú társadalom és gazdaság – egészséges életmód

Authors / Szerzők: **Juhász Annamária** ¹ , **Piskóti István** ² 

Received: 12 January 2025 | Revised: 24 January 2025 | Accepted: 25 January 2025 | Published: 31 January 2025



Section editor / Rovatszerkesztő:
Juhász Annamária

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
annamaria.juhasz@uni-miskolc.hu



¹ **Juhász Annamária**

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
annamaria.juhasz@uni-miskolc.hu



² **Piskóti István**

Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar,
Marketing és Turizmus Intézet
istvan.piskoti@uni-miskolc.hu

Abstract Personal well-being can no longer be measured by economic indicators, but rather by a personal, healthy lifestyle based on the dimensions of the cultural, community, socio-natural environment, and thus the fulfillment of the conditions and values of happiness. This article attempts to present a program solution plan based on the holistic unity of health awareness, healthy lifestyle, including physical, mental and social (societal) health in the search for a model based on the philosophy and principles of a human-centered society and economy.

Keywords: well-being, human-centered society, health awareness, healthy lifestyle, social marketing

Absztrakt A személyes jóllét már nem mérhető gazdasági mutatókkal, sokkal inkább kulturális, közösségi, társadalmi-természeti környezet dimenzióira épülő személyes, egészséges életmód, s ezáltal a boldogság feltételeinek, értékeinek kiteljesedésével. Jelen cikk kísérletet tesz arra, hogy az emberközpontú társadalom és gazdaság filozófiájára, elveire épülő modellkeresésben felmutasson az egészségtudatosság, az egészséges életmód, benne a testi, lelki és szociális (társadalmi) egészség holisztikus egységére épülő program-megoldás tervét.

Kulcsszavak: jóllét, emberközpontú társadalom, egészségtudatosság, egészséges életmód, társadalmi marketing

1. Bevezetés

Ma már aligha vitatható, hogy egy nemzet, egy ország, s polgárainak személyes jólléte, mint „alapvető cél”, nem egyszerűen a gazdasági teljesítmény növekedési mutatóinak, a jövedelem, a fogyasztás minél nagyobb bővülésének függvénye. Emellett - sőt, inkább ehelyett - a kulturális, közösségi, társadalmi-természeti környezet dimenzióira épülő személyes, egészséges életmód, s ezáltal a boldogság feltételeinek, értékeinek kiteljesedését jelenti. Jelenleg a felismerés és a megoldás-keresés szakaszában vagyunk, ahol még hiányoznak a tudományos szféra válaszai, s a társadalom és gazdaságpolitikai rendszerek elvei, valamint a működési gyakorlat globális, országos, térségi, szervezeti és egyéni (közösségi, családi) szintjeinek modelljei, annak átveendő-másolható megoldásai.

Cikkünkben kísérletet teszünk arra, hogy az emberközpontú társadalom és gazdaság filozófiájára, elveire épülő modellkeresésben felmutassuk az egészségtudatosság, az egészséges életmód, benne a testi, lelki és szociális (társadalmi) egészség holisztikus egységére épülő program-megoldás tervét. A kidolgozott konkrét modell-program javaslat (országos, települési, közösségi és egyéni szintű) megvalósíthatóságát az integrált, azaz az üzleti és társadalmi célú marketing ötvöző, értékalapú stakeholder-menedzsment módszertan biztosíthatja.

2. Szakirodalmi kitekintés

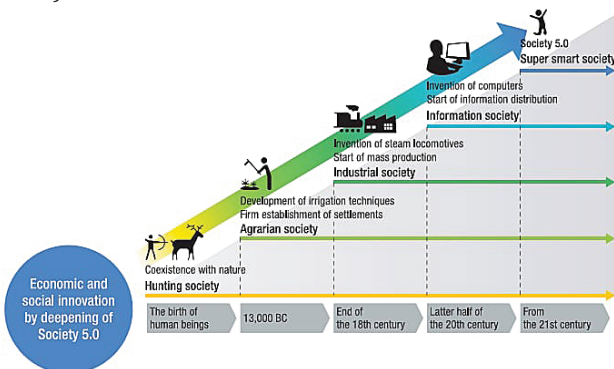
2.1. Az „emberközpontú paradigma”

Az új megközelítés egy emberközpontú gazdasági-társadalmi paradigma alapjaira épül, amely szerint az ember nem csupán a haszonmaximalizálás eszköze, hanem a gazdaság és társadalom elsődleges alanya és célja. Ez az emberközpontú elv az ókori görög filozófiából és a keresztény gazdasági tanításokból egyaránt ismerős (Kaiser, 2019). Az emberközpontúság lényege, hogy a társadalom és a gazdaság az emberi kiteljesedés szolgálatába áll. Az értékrend és a gazdasági rend közötti szoros kapcsolat miatt a társadalom- és gazdaságpolitikának is figyelembe kell vennie az erkölcsi és etikai dimenziókat. Az etikai alapú gazdasági rend célja nem csupán az anyagi jólét növelése, hanem az ember boldogságának elősegítése, az arisztotelészi eudaimonia jegyében. (Genovesi, 2016) A boldogság fogalma vertikálisan az emberi kiteljesedés hierarchiáját követi, ahol az anyagi javak mellett az immateriális értékek – mint az egészség, oktatás, kultúra és erkölcs – kulcsszerepet játszanak. Horizontálisan az emberi kapcsolatok jelentősége kiemelkedő. A kutatások szerint az anyagi javak csak egy bizonyos szintig járulnak hozzá a boldogsághoz, míg a személyes és tartalmas kapcsolatok tartósan pozitív hatást gyakorolnak. (Kasser 2005)

Az emberközpontú rendszerek nemcsak az egyének boldogságát szolgálják, hanem hozzájárulnak a közös megvalósuláshoz is. (Kaiser, 2019) Az emberközpontú gazdaság azon a meggyőződésen alapul, hogy a gazdaságnak az emberi jólét és életminőség javítását kell szolgálnia. Ez a paradigmaváltás holisztikus megközelítést igényel, amely figyelembe veszi az egyének és közösségek fizikai, érzelmi és szociális szükségleteit.

A törekvésekkel összhangban áll, hogy egy ország teljesítményének, életminőségének mérésére a *bruttó nemzeti boldogság (GNH-Gross National Happiness), mely 9 területen - életszínvonal, pszichológiai jóllét, egészség, időráfordítás, képzettség, kulturális sokszínűség, jó kormányzás, közösségi élet, ökológiai sokszínűség - 33 mutatóban mérhető* (Sangha et al 2019). A személyes, egyéni boldogság forrásai között leginkább az alábbiakat fogadjuk el: anyagi jólét, optimizmus, közösség, hit-bizalom, család-biztonság, értékek-emlékek, egészség, újdonság-keresés, zene, vidámság-nevetés (Piskóti 2019).

Az emberközpontú társadalom és gazdaság filozófiájának, modelljének megfogalmazására irányuló kutatások egyre intenzívebbek a nemzetközi és hazai gyakorlatban is. Japánban a tudományos közélet mellett a társadalmi, gazdaságpolitikai és üzleti törekvésekben is megjelenik a Society 5.0 kidolgozása. A „Társadalom 5.0” célja, hogy megoldja a különböző modern társadalmi kihívásokat azáltal, hogy minden iparágba és társadalmi tevékenységbe beépíti az olyan innovációkat, mint a dolgok internete (IoT), a robotika, a mesterséges intelligencia. A mesterséges intelligencia és robotok által irányított és felügyelt jövő helyett a *technológiát egy olyan emberközpontú társadalom megvalósítására használják fel, amelyben minden ember aktív és élvezetes életet élhet.* A folyamatosan növekvő digitalizáció és összekapcsolhatóság, valamint a mesterséges intelligencia (AI) technológiák egyre szélesebb körű alkalmazása keretében a japán kormány és a magánszektor is számos intézkedést kezdeményezett e kiemelt koncepció keretében.” Harayama-Fukuyama (2017), Fukuyama (2018), Keidanren (2021).



1. Ábra Society 5.0 – az emberközpontú, „super smart”, kreatív társadalom és gazdaság. forrás: Fukuyama 2018. 49. oldal

Az emberközpontú gazdaság középpontjában az erős, ellenálló közösségek építésének szükségessége áll. Ez a törekvő olyan helyi kezdeményezéseket és alulról jövő mozgalmakat igényel, amelyek nemcsak az emberi jólétet segítik elő, hanem az egyének közötti kapcsolat mély érzését is erősítik. Az emberközpontú társadalom és gazdaság nem egy elvont eszmény, hanem egy jobb jövő gyakorlati víziója. Arról szól, hogy az emberi jólétet és boldogságot helyezzük gazdasági és társadalmi rendszereink középpontjába.

Bár ez a paradigmaváltás ambiciózusnak tűnhet, mégis szükséges ahhoz, hogy kezelni tudjuk korunk sürgető kihívásait, az egyenlőtlenségtől és az éghajlatváltozástól kezdve a mentális egészségen át a társadalmi kohézióig, és olyan konstrukciót építsünk, amelyben a kreativitás rugalmasságot, a rugalmasság pedig az üzleti és társadalmi innovációk révén új alapokat szül.

2.2. Az egészséges életmód – a társadalmi jóllét meghatározó eleme

A társadalmi és személyes jóllét növelése, mint alapcél elérése akkor lehet sikeres, ha olyan szemléletből indulunk ki, melyben az egyén, a közösségek, a civil szektor, a vállalkozások és az állam egyaránt, tudatosan, összehangoltan részt vesznek annak folyamatában és fókuszába helyezi az ember holisztikus (test, mentális, lelki és társadalmi) egészségét, „életmódot”, s annak társadalmi és gazdasági rendszerben való kiteljesítését.

A holisztikus életmód eredete olyan ősi civilizációkig nyúlik vissza, mint Görögország, India és Kína, ahol kultúráik hittek az egyén fizikai egészsége és érzelmi vagy spirituális állapota közötti összefüggésekben. Napjaink holisztikus orvoslása ezekből az elvekből fejlődött ki, a hagyományos orvosi gyakorlatok és az alternatív terápia kombinációjával az optimális gyógyulás, rekreáció, betegség-megelőzés érdekében.

A **holisztikus wellness elérésének hat dimenzióból álló modellje** az élet minden aspektusának összefüggését és egymás közötti kölcsönhatását mutatja be, keresi a választ.

- Hogyan lehet fejleszteni és irányítani az öntudatot, az önszabályozást, a kíváncsiságot és a motivációt?
- Hogyan lehet fejleszteni a hitrendszerüket, azonosítani az értékeiket, és kialakítani egy erős világnézetet?
- Milyen előnyökkel jár a rendszeres fizikai aktivitás, a táplálkozás, az erő, a vitalitás és az öngondoskodás?
- Hogyan lehet gazdagítani az életet a munkán keresztül, és felismerni az élethez és játékhoz való kapcsolódását?
- Hogyan használhatjuk fel a kreativitást és az ösztönző mentális tevékenységeket, hogy megosszuk értékeinket, ajándékaikat másokkal?
- Hogyan lehet javítani a környezetüket jobb életterek és közösségi hálózatok kialakításával?
- Hogyan lehet pozitívan hozzájárulni a környezetéhez és bekapcsolódni a közösségükbe?

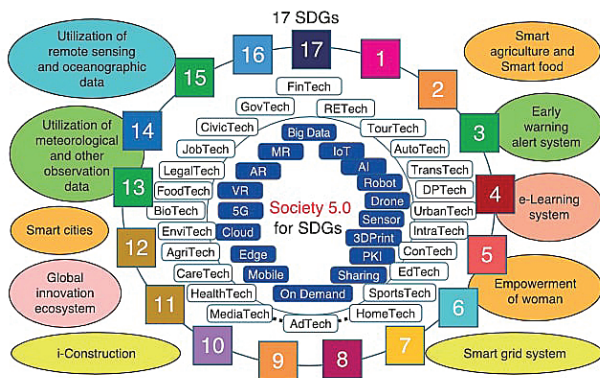
Azaz

- lelki dimenzió - pszichológiai aspektus (önismeret, stressz)
- fizikai dimenzió - biológiai aspektus (táplálkozás, testmozgás, alvás)
- emocionális dimenzió - spirituális aspektus (belső béke, spirituális kapcsolatok, kreatív tevékenységek)
- érték dimenzió – értékrend. világnézetet, hitrendszer,
- társadalmi dimenzió – személyközi kapcsolatok (család, munkahely, barátság, közösség, társadalmi tevékenység,
- foglalkozási dimenziók – Munka és magánélet egyensúlya jelenik meg a gyakorolt tudatos magatartások törekvéseiben.

A holisztikus egészség kiindulása és egyben eredménye is a fenntartható társadalmi fejlődésnek, mint azt a boldogságindex mellett, a fenntartható fejlődési célok indikátora is (Sustainable Development Solutions Network, 2014; World Health Organization, 2016). E dokumentumok is együtt kezelik a jó egészséget és a jóllétet (Sustainable Development

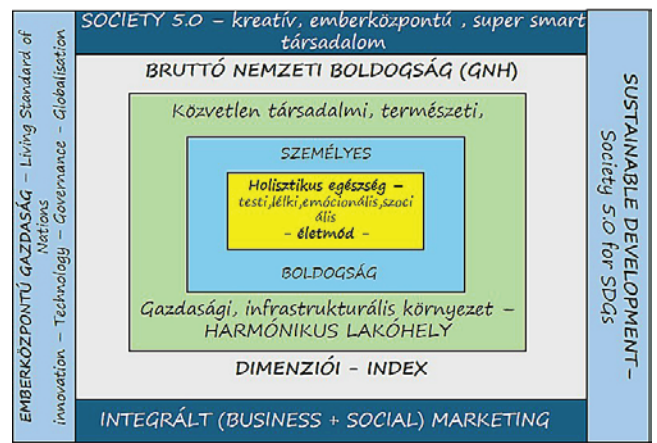
Knowledge Platform, 2015), s kiemelik, hogy az egészség fejlesztése minden szereplő, minden szektor összehangolt kezdeményezései alapján lehetséges. Önmagában az egészség közvetlen vagy közvetett megjelenése a fenntartható társadalmi, fejlődési célokban, paradigmaváltás igényel egészség témában is. A szemléletbeli változások felerősödtek mind az orvos szakmában, mind társadalom civil szereplői magatartásában egyaránt.

Az *egészségtudatosság és felelősségvállalási modell* (Mató-Juhász-Szegedi, 2016) két szempontból is holisztikus. Elsőként az egyén szintjén a test-lélek-szellem harmóniájából indul ki, s e hármas egység folyamatos egyensúlyban tartásaként értelmezi az egyéni egészségi állapotot. Másodszorban a teljes társadalmi érintetti kör, a stakeholderek és együttműködésük egyéni egészséget befolyásoló érték-alkotó lehetőségét, felelősségét hangsúlyozza. A holisztikus egészség tudatossági és felelősségvállalási modell megértését és gyakorlatba történő átültetését abban az esetben lehet hatékonyan kivitelezni, ha egyéni szinten kerül megéreztésre az, hogy nem csupán annyiból áll az egyéni felelősség, hogy önmagára valaki test-lélek-szellem hármas egységében tekint, és önmagáért "mindent" megtesz, hanem abból is, hogy belátja, hogy egy nagyobb rendszer része is (család, baráti társaság, lakóközösség, iskolai/munkatársi csoport, társadalom, stb), aki hatást fejt ki másokra. Így annak a felelőssége is ide tartozik, hogy az oda-vissza ható kölcsönhatás során hogyan formálja, alakítja önmagát, másokat és a világunkat.



2.Ábra Az emberközpontú, Society 5.0 és a fenntarthatósági célok összefüggése
forrás: Fukuyama 2018. 50. oldal

Az egészség tudatos magatartás keretében az ember az élethelyzetei pillanataihoz alkalmazkodik oly módon, hogy egyrészt figyel a saját testi-lelki-mentális és szociális jóllét egyensúlyára, másrészt figyel és tekintettel van a többi ember testi-lelki-mentális épségére mind személyesen, mind pedig az online térben. Emellett pedig figyel a természeti környezet és az ember kölcsönhatásaira is. Ebből a definícióból is látszik, hogy az *EGÉSZségtudatosság alapját az információ felelősségteljes használata és napi rutinba történő, egy magasabb szintű integrálása jelenti*, azaz EGÉSZségtudatos az, aki napi szinten tesz a testi-lelki-mentális épségéért; másokat is motiváló, inspiráló, pozitív kommunikációt folytat és emellett ugyanolyan fontos számára a természeti környezet illetve a társas kapcsolatok. (Szántó, Mató-Juhász, 2021).



3. Ábra Holisztikus egészség tudatosság modell az „emberközpontú rendszerben”
forrás: saját szerkesztés

2.3. Társadalmi marketing alkalmazhatósága

A marketing tudomány és szakma trendjei, fejlődése is eljutott az új emberközpontúság szemlélethez, ezáltal integrátorrá válik a társadalmi-gazdasági paradigmaváltásban. A marketing az elmúlt évtizedek fejlődése révén egyre komplexebbé, holisztikussá vált.



4. Ábra A marketing fejlődési lépcsői, paradigmái
forrás: saját szerkesztés Kotler-Kartaya-Setiawan (2021, Kotler-Kumar 2024) alapján

A marketing „korszakváltások” lényegi elemei a digitális technológiai kihívások, lehetőségek mellett, a fenntarthatósági, társadalmi és jóléti, igazságossági problémák, kényszerek hatására az **üzleti, profitorientált marketing sikerébe beépülő társadalmi felelősség, a társadalmi ügyek, problémák megoldásokhoz integrálódó üzleti érdekek szintézise**. A mai marketing a versenyterepeken is egyre inkább a **siker érdekében a tudatos, üzleti és társadalmi együttműködés, együtt-alkotás, co-creation gyakorlatára épül**, ahol a **digitális marketing** (MI, automatizáció, innováció stb.) technológiáira, adatvezérelt, gép-gép hatékonysága mellett **egyre inkább visszatér a marketing fókuszába (is) az ember, a H2H (Human-to-Human koncepció)**, többek között a bizalom, az emberi értékek, a jóléti célok gyakorlatba történő visszahelyezésével. Kialakul a **transzformatív marketing gyakorlata**, mely a marketing tevékenységeinek, koncepcióinak, mérőszámainak, stratégiáinak és programjainak összhangja, ahol a piaci változásokra és a jövőbeni trendekre reagálnak, hogy a versenytársakkal szemben magasabb értéket kínáló ajánlatokkal nyerjék meg az ügyfeleket, a cég számára nyereséget és az összes érdekelt fél számára előnyöket biztosítva. A transz-

formatív marketing szemléletének és gyakorlatának központi elve a társadalmi (social) marketing, mely eredetileg a múlt század hetvenes éveitől folyamatosan korszerűsödve a társadalmi ügyek, problémák megoldását segítő gyakorlatként **egyre inkább integráló szerepet tölt be a gazdaság, a piacok, a társadalom harmonizálásában.**

A társadalmi marketing a célcsoportok szükségleteinek, igényeinek, észleléseinek, előítéleteinek, értékeinek és korlátainak a megértésén nyugszik, s mindezek megértését – az összes érintettek együttműködésének generálására építve – egy hatékony tervbe formálja, annak érdekében, hogy elérje a kívánt magatartási eredményeket. A társadalmi marketing egy olyan folyamat, mely marketing elveket és technikákat alkalmaz annak érdekében, hogy olyan értékeket hozzon létre, kommunikáljon és közvetítsen, melyekkel egy-egy célcsoport magatartását megváltoztathassa, úgy hogy ez a célcsoportnak magának és a társadalomnak is javára, hasznára váljon. (Kotler-Lee 2010, Piskóti, 2012, Piskóti 2023)

„Integrált társadalmi marketing stratégia kidolgozott modellje egy olyan elemzési, tervezési, döntési, végrehajtási folyamat, mely az adott társadalmi problémák megoldása érdekében minden érintett részvételével létrejövő érték-közösség létrehozására törekszik, feltárva a problématudatosság, érintettség, felelősség és cselekvési motiváció, érdek viszonyokat, kooperáció-készséget, s összehangolt stratégia és programok mentén tudatos stakeholder-menedzsmentet valósít meg.” (Piskóti, 2012)

3. Modern Healthy Lifestyle Hungary innovációs modell bemutatása

3.1. Módszertani megalapozottság

Az előzőekben bemutatott nemzetközi társadalmi, gazdasági trendek, az egyre összetettebb társadalmi-gazdasági kihívások megválaszolására megszületett „emberközpontú filozófiák, tudományos és gyakorlati (globális, makro, térségi, helyi, közösségi, szervezeti és személyes szinten is alkalmazható) megoldási elvek alapján életre hívott Modern Healthy Lifestyle Hungary– **pilotprojektekre épülő program, mint társadalmi-üzleti innovációs modell – az emberközpontúság tárgyalt megközelítései mentén, a társadalmi marketing módszertanával került kialakításra.**

3.2. Az MHL-H program célja

A program is holisztikus, komplex célrendszert teljesít, amelynek a részei a következők:

- **a modern, holisztikus egészséges életmód, mint társadalmi ügy, cél szemléletének és gyakorlatának magyarországi fejlesztése,**
- **az új, egészségépítő, innovatív megoldásokat, kutatásokat, szolgáltatásokat rendszerbe foglaló egészségpontok és selfness-centerek mintáinak, majd hálózatának létrehozása, – meghatározó célszegmensekre és típustérségekre koncentrálva,**
- **a mintamegoldások hazai és nemzetközi adaptációjához szükséges know-how kidolgozása,**
- **s mindezek megvalósítására stratégiai és operatív menedzsmentjének, K+F, oktatási és marketing (elemző, értékesítő, kommunikációs) rendszerének kialakítása,**
- **az egyéni egészségtudatosság, a felelősségvállalás, a személyes jólét növelése mellett, jelentős közösségi hasznot teremtve nemcsak a nagy, hanem elsősorban a kisváros- és térségfejlesztés, az innovációképesség, a vállalkozás- és turizmusfejlesztés, a helyi (agrár) termék-hálózat, a**

foglalkoztatás, a szociális biztonság, környezetvédelem és közösségépítés terén egyaránt.

A program egyedi, komplex értékteremtési modellje közép-pontjában **az ember és holisztikus egészsége áll,** mely egy új „emberközpontú” társadalmi-gazdasági berendezkedés egyik rendező elve az ember jóllétének, a társadalmi-gazdasági-környezeti fenntarthatóságának biztosításában.

A modern egészségtudatos életmód (MHL) mint érték-központ, a program hívószava, tartalmi rendezőelvé és **az azt realizáló ingatlan-, eszköz és immateriális vagyonba fektetendő beruházások** alkalmasak arra, hogy

1. akár **személyre szabottan mozgósítsa az egyén** aktív egészségmegőrző, az életstílus által motivált **tevékenységét**, személyes felelősségét és integrálja azt a program által célzottan kínált, igénybe vehető, nemcsak szűken vett egészségügyi, rekreációs szolgáltatásokkal,
2. s miáltal ez a trend, a mindennapok mellett egyre inkább meghatározó motivációja az életforma, a szabadidőeltöltés, a turisztikai utazások célpontválasztásának (**harmonikus hely**) is, így – **elsősorban a „felértékelődő” kisvárosoknak, az egészségtudatosságra épülő turisztikai desztináció-fejlesztési beruházásaik révén kínál városfejlesztési, pozicionálási, márkateremtési lehetőséget, valamint kapcsolódó az agrár-élelmiszeripari(-helyi)termék előállító, képzési, közösségépítő és szociális támogató hálózatok létrehozását.**

Az így létrejövő minták, s épülő hálózatai **képesek dinamikusn változni**, az innovációk révén újabb és újabb projektelemeket az emberi jóllét szolgálatába állítani. Ez csak közös erővel, **az egyéni felelősség vállalással, a társadalmi és az üzleti érdekek összehangolt optimalizálásával, fenntartható módon, hosszú távon működtetni.**

Az MHL-H program célcsoportja nem csupán az egyének, a végső célt jelentő egészségtudatos életmód hívei, s a potenciálisan megnyerhető szegmensei, hanem az ország minden - az egészségtudatos életmód, a Modern Healthy Lifestyle (MHL) modell megvalósításában érintett, együttműködésbe bevonható üzleti, kormányzati, önkormányzati, társadalmi szakmai és civil szervezetek, s a nemzetközi partnerek.

Az MHL-program hatékony megvalósítása érdekében „társadalmi-üzleti érték és érdek-közösség” hozható létre, melyek a célok érdekében

- *az emberek holisztikus egészségét támogató termékeket, szolgáltatásokat fejlesztenek, gyártanak, nyújtanak,*
- *infrastruktúrákat, együttműködési rendszereket építenek, üzemeltetnek,*
- *oktatnak, kutatnak*
- *valamint integrált – elsősorban társadalmi marketing (elemzési, értékesítési és kommunikációs) tevékenységgel,*

támogatják a létrehozott értékek hasznosulását.

Társadalmi innováció és a társadalmi marketing szemlélete, gyakorlata adja a társadalmi-üzleti modell logikát, eszmeiségét.

A program megvalósítását olyan személyek, cégek, szervezetek stratégiai együttműködésében látjuk, akik hosszú évek tapasztalataival rendelkeznek az egészség, az innováció, a menedzsment, a tudományos kutatás, felsőoktatás területén, akik a tudományos és szakmai teljesítményekben, iránymutatásban, tapasztalatban országosan és nemzetközileg is meghatározóak. Mindezekon túl minden szereplő

képes az interdiszciplinaritásra, azaz más tudományterületekkel, más iparágakkal is partneri viszonyban működni a társadalmi innováció égisze alatt, valamint pontszerű szolgáltatásokat nyújtani az egészségmegőrzés és egészségfejlesztéshez kötődően.

A működését kezdő **középtávú (2025-2030) szakmai, finanszírozási és működési országos program** lépései az alábbi felépítést követik:

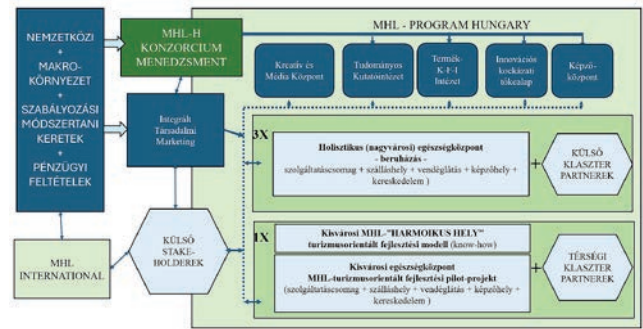
- a **program menedzsment**, induló együttműködési megállapodások, szerződéses **létrehozása**, szervezeti kompetenciák fejlesztése, működtetése,
- a célok elérését **biztosító, támogató szakmai szolgáltatások (marketing, K+F+I, képzés, fejlesztési alap) kereteinek felállítása**, működtetése,
- a **minta MHL Egészségpontok és kisvárosi Selfness Center tervezés, beruházás, adaptációs know-how megvalósítása**.
 - o Az **Egészségpontok terén** a program erőssége a **holisztikus megközelítés, ahol az egészségmegőrzés, rekreáció gyengéd, s technológia-támogatta megoldásai, mint a kvantumfizika elveinek és frekvenciagépek alkalmazása, oldott oxigénben gazdag víz használata stb. mellett a természetes hatóanyagú termékek forgalmazása, a személyes tanácsadás, az egészségtudatos táplálkozás, a koncentrált terápiák, az edukáció, a sport, az aktív pihenés egyaránt a rendszer részét képezi. A megvalósítás kiválasztott helyszíne mellett hálózati (franchise) kapcsolódást is biztosít az MHL-H márkához.**
 - o A **kisvárosok fejlődési reneszánszt élnek, a társadalmi-gazdasági-technológiai és környezeti trendek, különösen az életmódváltási igények eredményeként vonzó lakóhelyként, turisztikai és gazdasági célpontként egyaránt felértékelődnek, ezáltal új típusú, integráló szerepet töltenek be a település-rendszerben, a nagyvárosok és a vidék összekapcsolásával. A kisvárosi MHL-H program a holisztikus egészségre épülő összehangolt modell-megoldás** beruházásokkal, szolgáltatásokkal, település-menedzsmenttel széles társadalmi (jórészt térségi) hatásrendszer (vállalkozásfejlesztés, foglalkoztatás, turizmus és szabadidőgazdaság, agrár-termék hálózat, életmód, identitás) erősítésével.
- e program keretében, **második lépésben, a minta-mo-dellek tapasztalataira is épülően további MHL Egészségpontok és Selfness Centerek tervezése, megvalósítása történik, mellyel az országos „lefedettség” erősödik.** (5. Ábra)

4. Következtetés

Az egyéni egészségtudatosság nézőpontjából felmerül a kérdés, hogy az ember valójában el tudja-e helyezni magát, s tud-e mozogni egy olyan társadalmi-gazdasági rendszerben, amelynek a középpontjában ő, az ő személyes jóléte áll?

A tudomány és a gyakorlat tapasztalata egyaránt azt mutatja, hogy jelentős szemléleti, magatartási hiátusok vannak, s elengedhetetlenül szükséges az új, szuper-okos technológiákra épülő hatékony, „emberközpontú rendszer” építése mellett társadalmi edukáció, az innovatív, kreatív, felelős gondolkodásra épülő egészségtudatosságot erősítése, a régóta domináló betegségtudat felfogás helyett.

El kell sajátítani – többek között - azt a képességet, amivel az érzéseinket kezelni tudjuk, kialakítani bennünk azokat a



5. Ábra MHL-H megvalósítási keretei, dimenziói. forrás: saját szerkesztés

biokémiai reakciókat, amelyeket érzések generálnak, használnak. Azt a sajátos ok-okozati összefüggést, azt a **dinamikus egészségfelfogást** kell uralni, miszerint a pillanatnyi lelki állapotunk határozza meg az általános egészségi állapotunkat. Minél akadálymentesebben tudunk egy érzést megélni, feldolgozni, annál kevésbé billent ki bennünket az egyensúlyi állapotból. Logikusan következik ebből, hogy a (tudatos és tudattalan) gondolati sémáink tudnak akadályokat gördíteni az érzelmek által kiváltott biokémiai folyamatok lezajlása elé. Így az is teljesen érthető, hogy a tanulás, a szemléletformálás miatt kulcsfontosságú a boldog élet kialakításához. **Ennek a belső hatásmechanizmusnak a működtetése egyéni felelősség, amely az egyén életvitelében, életmódjában nyilvánul meg.**

Az MHL-H társadalmi-üzleti modellje, beruházási programja országos jelentőségű, - hatásaiban mind makro, mind mezo (település), közösségi, szervezeti és egyéni szintű hatásokkal bíró -egyedi, integratív hatású kezdeményezés. Célja a holisztikus egészségtudatosság, egészséges életmód - társadalmi ügye, célja megvalósítása, széleskörű hatásrendszer elérése érdekében, miáltal **az emberközpú társadalom és gazdaság szemléletének, kialakuló gyakorlatának egy jó példáját mutatja fel.**

A program első ütemében közvetlenül százezernyi család juthat hozzá az egészséges életmód építőköveihez, úgymint holisztikusan értelmezett egészséges szemléletmód, egyedülálló strukturált víz, egészséges élelmiszerek (húsok, gyümölcsök, stb.), egészséges lakókörnyezet meghatározó feltételeihez, sajátíthatja el a életmód-változás legfontosabb elemeit. Az MHL program-rendszere és fejlesztett know-how-ja alapján egyre több helyszínen hoz létre Egészségpontokat, Selfness Centereket, s alapoz meg nemzetközi terjeszkedést, mely a stakeholderek közötti tudatos együttműködés, menedzsment klasszikus példájával **új innovációs, társadalom- és gazdaságpolitikai rendszerek, település stratégiai, üzleti, közösségi, családi és egyéni mintákat, rendszerműködtetési és magatartási modell-megoldásokat teremt.**

Irodalomjegyzék

Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a new human-centered society. Japan Spotlight, 27, 47-50.

Harayama, Y., & Carraz, R. (2022). A Digital Society for an Ageing Population. The Routledge Handbook of Smart Technologies, 625–643. <https://doi.org/10.4324/9780429351921-38>

Genovesi, Antonio (2016): Értekezések a kereskedelemről, avagy a polgári gazdaságról – Válogatott részletek (1765–69). Budapest, Kairosz Könyvkiadó.

Kaiser Tamás: A Jó Állam mérhetősége III., Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 2019

KASSER, Tim (2005): Az anyagiasság súlyos ára. Budapest, Ursus Libris Keidanren. (n.d.). Society 5.0: Co-creating the Future. Retrieved 6.5.2021 https://www.keidanren.or.jp/en/policy/2018/095_proposal.pdf (letöltve: 2024.12.15.)

Kotler, P.-Kartajaya, H.-Setiawan, I. (2021): Marketing 5.0 - Technology for Humanity Wiley John + Sons, 2021

Kotler, P. – Lee, N. (2010): Social Marketing für eine bessere Welt. München, mi-Wirtschaftsbuch Verlag

Kumar, V.-Kotler, P. (2024): Transformative Marketing – Combining New Age Technologies and Human Insights Book © 2024

Mató-Juhász, A., & Szegedi, K. (2016). Az egészségtudatos magatartás és a fenntartható fejlődés elméleti összefüggései. The Publications of the MultiScience - XXX. MicroCAD International Scientific Conference. <https://doi.org/10.26649/musci.2016.155>

Mato-Juhász, A., Kiss-Toth, E., & Szegedi, K. (2016). Holistic Health Model Of Sustainable Development. European Scientific Journal, ESJ, 12(21), 227. <https://doi.org/10.19044/esj.2016.v12n21p227>

Piskóti, I. (2012): Elemek a társadalmi marketing modelljéhez Marketing és Menedzsment XLVI.: (3.) pp. 64-73.

Piskóti, I. (2023): Településmarketing Stratégiai Kézikönyv - Neumann János Egyetem Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ, 100 p. ISBN: 9786156435408

Samans, R. (2024): Human-Centred Economics - The Living Standards of Nations - Published in association with the International Labour Organization ISBN 978-3-031-37434-0 ISBN 978-3-031-37435-7 (eBook) <https://doi.org/10.1007/978-3-031-37435-7>

SUSTAINABLE DEVELOPMENT KNOWLEDGE PLATFORM: Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development 2015. <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld> Letöltés: 2016. 01. 10.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT SOLUTIONS NETWORK: Health in the Framework of Sustainable Development. Technical Report for the Post-2015 Development Agenda. 18 February 2014. <http://unsdsn.org/wpcontent/uploads/2014/02/Health-For-All-Report.pdf> Letöltés: 2016. 01. 08.

Szántó, Á., & Mató-Juhász, A. (2021). Modern egészséges életstílus elméletben és gyakorlatban. Recreation, 11(3), 42–45. <https://doi.org/10.21486/recreation.2021.11.3.7>

WORLD HEALTH ORGANIZATION: World Summit on Sustainable Development. <http://www.who.int/wssd/en/> Letöltés: 2016. 01.08.

flow ACADEMY



KERT Közép-Kelet-Európai Rekreációs Társaság
Central-Eastern-European Recreation Association
www.recreationcentral.eu

Szakmai partnerek / Professional partners



Együttműködő partnerek, támogatók Cooperative partners, sponsors



Médiatámogatók / Media supporters



Ezüst fokozatú támogató
Silver grade supporter



SUPER FOODS

**A professzionális táplálkozás,
és ami mögötte van**

- Orvosi pontosságú testösszetétel mérés
- Szakorvosi laboreredmény elemzés
- Személyre szabott étrend
- Sporttáplálkozás, fogyás, életmódváltás
- Munkahelyi egészségfejlesztés



Superfoods Team
 superfoods_team
 +36 20 772 6613
www.superfoodstore.net

MJUS RESORT & THERMAL PARK Ősszel is!



**Fantasztikus családi
kedvezmények**



**Változatos
szaunaprogramok**



Igazi kikapcsolódás