

Автор:

Бутина Алина Алексеевна

ученица 11 «А» класса

МОУ «Майская гимназия Белгородского

района Белгородской области»

п. Майский, Белгородская область

ВЗАИМОСВЯЗЬ ИНДУСТРИИ ПОХУДЕНИЯ И ПИЩЕВЫХ РАССТРОЙСТВ

Аннотация: в данной статье рассматривается проблема взаимосвязи индустрии похудения и пищевых расстройств. Автором проведено исследование, даны рекомендации по здоровому похудению.

Ключевые слова: РПП, расстройства пищевого поведения, анорексия, булимия, орторексия, диета, психическое здоровье, физическое здоровье, стандарты красоты.

В настоящее время остро встает проблема пищевого поведения в жизни людей. Огромному количеству людей не нравится их отражение в зеркале, и они решаются изменить его с помощью диет и физических упражнений. Информацию об усовершенствовании тела мы видим и слышим повсюду из-за того, что каждый производитель принуждает воспользоваться его продуктом. Очень часто из-за их недобросовестности у людей возникают проблемы с психическим и физическим здоровьем.

Цель исследования: доказать взаимосвязь индустрии похудения с пищевыми расстройствами.

Методы исследования: провести социологический опрос на знание о расстройствах пищевого поведения; сформировать группу добровольцев, использующих наиболее рекламируемые «средства снижения веса» для выявления уровня доверия рекламе и «диетного менталитета»; предложить рекомендации по правильному похудению.

Результаты: анализируя рекламу и посты в интернете и на ТВ, я выяснила, что чем профессиональней сделан рекламный ролик, тем вреднее оказывается продукт, а сообщества типа «Типичная Анорексичка» могут быть опасны для психического и физического здоровья.

Следовательно, индустрия похудения и пищевые расстройства тесно связаны, и производителю важно только продать свой продукт. Эксперимент подтвердил то, что люди очень доверчивы, очень легко поддаются соблазнам, и в попытке похудеть часто прибегают к экстренным мерам, что может привести к пищевым расстройствам.

На протяжении веков идеал человеческого тела всегда менялся. И очень часто, для достижения мнимого идеала, человек доводил себя до критического состояния. Например: в средневековье – выбеление лиц соединениями свинца и утягивание корсетом до обморока. И в век информационных технологий новым стандартом красоты стал комплекс психических заболеваний – расстройства пищевого поведения. В стремлении производителей заставить своих потребителей питаться «правильно и чисто», появилась новая болезнь – орторексия. А тех, кто пытался достичь современных модельных параметров, постигли РПП – это анорексия, булимия и селф-харм (самоповреждение).

Основная проблема заключается в том, что большое количество интернет-сообществ идеализируют анорексию. Интернет активно романтизирует эту проблему, в связи с чем, образу анорексии следуют множество людей, которые не понимают, что собой представляют РПП. Я решила узнать об уровне осведомленности о проблеме пищевых расстройств.

Мною были опрошены ученики старшей школы Майской гимназии. Всего было опрошено 82 человека. По результатам опроса я выяснила, что худели или набирали массу 56 человек, что составляет 68%, из них 27% парней. Среди всех опрошенных всего 6% знают, как расшифровывается РПП. 77% учеников слышали об анорексии только из ТВ программ; 22% – слышали очень мало или вообще не знают, что такое анорексия; 11% – являются участниками «проаналитиков», а 68% опрошенных считают, что анорексия – это болезнь. Анализ

социологического опроса показал, что многие подростки, так или иначе, знают о пищевых расстройствах, но не считают их болезнью. Многие из них изменяли своё тело ради того, чтобы соответствовать «стандартам» красоты. Часть опрошенных учащихся уже сидела на жёстких диетах.

Для достижения поставленной цели, мною был проведен эксперимент. В нём принимали участие ученики старшей школы и учителя Майской гимназии. Каждый участник перед экспериментом проконсультировался со специалистом и предоставил согласие родителей.

Участникам было предложено употреблять наиболее рекламируемые средства для похудения так, как это озвучивается в рекламе. Например: реклама хлопьев «Fitness»: «Подготовь свое тело к пляжному сезону за 2 недели! Утром и вечером ешь хлопья «Fitness» с молоком и потеряешь более 3-х килограмм!» Мы намеренно не обращали внимания на мелкий шрифт и полностью «доверились» видеоролику.

Ход эксперимента:

Группа 1: Хлопья «Fitness»

Численность: 5 человек. Вес: от 55 до 90 кг. Возраст: 2 человека – 17 лет, 3 человека – 35–40 лет. Длительность: 2 недели. Рацион (отрывок из памятки для участников): кушаем на завтрак и ужин хлопья «Fitness» с молоком. Порция хлопьев – 30 грамм. Порция молока – 150 грамм. Разрешается только запивать только чаем \ кофе \ водой \ кофе с молоком \ чаем с молоком (до 2-х ложек сахара). *Обед и перекусы – произвольные (не более 1200 ккал).*

Группа 2: Батончики белковые для похудения «Турбослим»

Численность: 5 человек. Вес: от 55 до 90 кг. Возраст: 3 человека – 17 лет, 2 человека – 38–40 лет. Длительность: 2 недели. Рацион: Заменяем перекусы белковыми батончиками «Турбослим». Максимум – 3 батончика в день. *Основные приемы пищи – произвольные (не более 1600 ккал).*

Группа 3: Йогурты термостатные «Activia»

Численность: 5 человек. Вес: от 63 до 88 кг. Возраст: 3 человека – 17 лет, 2 человека – 41–42 года. Длительность: 1 месяц. Рацион: Заменяем перекусы

йогуртами термостатными «Activia» или фруктами. Максимум – 2 баночки в день. *Основные приемы пищи – произвольные (не более 1600 ккал).*

Для участников эксперимента целью было выявить эффективность «диетических» продуктов. Для меня же целью было выявить особенности диетного менталитета и изменения в поведении добровольцев.

Приведу отрывки из отчетов участников: участник 3-й группы, вес 56 кг, возраст – 17, неделя 1, день 3: «В рекламе говорят, что может улучшиться пищеварение и снизиться вес. Очень надеюсь, что это правда»; тот же участник, неделя 3, день 5: «Даже «натуральный» йогурт кажется переслащенным. Пользы – 0, 50 рублей за 100 граммовую баночку – дорого. Вес не изменился вообще, а похудеть-то хочется». Участник 1-й группы, вес – 68 кг, возраст – 17 лет, неделя 1, день 6: «Хлопья уже приелись. Изменений в объемах не вижу. Но вес уменьшился на 1 кг. Буду продолжать, может, сброшу 3 кг к концу»; участник 2-й группы, вес – 85 кг, возраст – 38 лет, неделя 2, день 3: «Особых изменений в весе не вижу. Батончики для меня слишком сладкие. Еще и диетическими называются. Потеряла только 0,5 кг, но думаю, что это вода».

Результаты эксперимента: на протяжении определенного количества дней все участники, употреблявшие популярные средства похудения похудели примерно на 0,7 кг, что полностью опровергает все рекламные лозунги, обещающие, что за 2 недели на хлопьях можно похудеть на 3 кг. Было замечено ухудшение настроения и работоспособности участников. Практически все участники хотели ужесточить свою диету, потому что считали, что недостаточно стараются для снижения веса, как в рекламе. Сначала всецело верящие рекламе участники эксперимента, стали относиться к ней скептически и теперь не будут обращать внимания на подобную рекламу.

Рекомендации по здоровому похудению: «Диеты – коммерческий продукт с очень хорошо сделанным маркетингом. Они продают надежду на лучшую жизнь, а в случае неудачи «переводят стрелки» на покупателя.» [1, с. 29]. Наученная опытом сотни диет и устным подсчетом калорий, я могу сказать, что ни одна диета не поможет справиться с «лишним» весом. Главное – принять себя и жить

в гармонии с собой, слышать, что хочет твоё тело. Твоё, ничьё другое. «Перестань себя ненавидеть! Полюби свое тело и душу. Потому что ближе самого себя у тебя нет, и не будет никого, а тело – твое единственное место, убежище, где ты можешь себя чувствовать настолько уютно, насколько возможно» [2]. А если все же захочешь похудеть, то знай меру в еде и не ведись на новомодные диеты и громкие рекламные вывески. Пей больше воды, но не вливай её в себя насильно. Ешь часто, но небольшими порциями. Больше проводи времени на свежем воздухе, гуляй. И будет тебе счастье. Удачи!

Список литературы

1. Бронникова С. Интуитивное питание. Как перестать беспокоиться о еде и похудеть.
2. Как легко и быстро получить идеальную внешность? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vk.com/wall-55427242_69506
3. Блогеры, пропагандирующие анорексию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/im?peers=c4&sel=324890834&z=video272760033_171135397%2F3e5981083ef4b15e7d%2Fpl_post_-55427242_172602
4. «Суперфуд» Супер еда или Крутая реклама? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=ulzW_GAG2Ho
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://medblog.by/dietologiya/pishhevoe-povedenie-i-ozhirenie/>
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vesvnorme.net/zdorovoe-pitanie/hlopja-polza-i-kalorijnost-hlopev.html>