

*Anna Porycka**

Uniwersytet Zielonogórski

WOKÓŁ TRIADY CIAŁO – ZDROWIE – MEDIA (ANALIZY I REFLEKSJE)

Przestrzeń medialna traktowana jest dziś jako znaczący twórca kultury. Zmienia nasze współczesne środowisko, tworząc nową przestrzeń edukacyjną (Jakubowski, Jaskulska (red.) 2011, s. 18). Przestrzenią kultury i sztuki zawładnęli twórcy przemysłu rozrywkowego. Kultura popularna, której głównymi kreatorami są media, współtworzy nasz „świat życia”, a środki masowego przekazu mają ogromny udział w procesie konstruowania tożsamości współczesnego człowieka. Zjawisku temu sprzyja rozwój środków elektronicznego przekazu: „[...] media stanowią swoistą mediasferę współczesnego człowieka na wszystkich etapach jego rozwoju” (Jakubowski, Jaskulska (red.) 2011, s. 41). Od najmłodszych lat jesteśmy zanurzeni w wirtualny świat, świat telewizji i Internetu, który poprzez słowa, obrazy i dźwięki kształtuje nasze poglądy, opinie i postawy. Tworzenie na bazie medialnych przekazów świadomego „Ja cielesnego” zaburza obiektywny odbiór własnego ciała i sprzyja jednocześnie tworzeniu nierealnego do osiągnięcia idealnego wyglądu zewnętrznego. Efektem tego może być rozwój zaburzeń odżywiania, a w szczególności rozwój anoreksji. Celem niniejszego opracowania jest zasygnalizowanie związku, jaki istnieje pomiędzy rozwojem nowych mediów a tworzeniem się subkultury „pro-Ana” skupionej wokół anoreksji oraz wzbudzenie refleksji nad udziałem mediów w procesie kształtowania się Ja cielesnego i jednocześnie rozważenie problemu anoreksji jako choroby medialnych prezentacji i globalnej komunikacji.

* Anna Porycka, doktorantka Uniwersytetu Zielonogórskiego, zainteresowania: zdrowie publiczne, w szczególności obszary odżywiania, zaburzenia odżywiania, edukacja zdrowotna, pedagogiczne zagadnienia zdrowia i ciała, obszar psychologii społecznej, psychologia zdrowia.

Wizerunek kobiet kreowany przez dzisiejszą kulturę

Każda epoka kulturowa, także ponowoczesność, formuje wzorzec wizerunku ciała, który charakteryzuje się specyficznymi dla danej epoki cechami. W postmodernizmie, jak zauważa Zygmunt Bauman, ciało ludzkie staje się zarówno towarem na sprzedaż, jak i konsumentem. Konsumowanie ciała możemy rozpatrywać więc z dwóch płaszczyzn (Drozdowicz, Bernasiewicz (red.) 2010, s. 106). Jedną z nich jest gotowość do konsumpcji, a więc osiągnięcie stanu, w którym – jak pisze Bauman – istnieje „zdolność wchłonięcia i zasymilowania wszystkiego tego, co społeczeństwo konsumpcyjne ma do zaoferowania”. Ciało ponowoczesne wykazywać ma potrzebę odbierania dużej liczby wrażeń i przeżyć. Druga płaszczyzna to gotowość ciała do bycia towarem. Społeczeństwo konsumenckie dysponuje wieloma środkami, które ten stan pozwalają osiągnąć. Główną więc troską konsumenta staje się walka z niedoskonałościami ciała, które są powodem do odczuwania wstydu (Drozdowicz, Bernasiewicz (red.) 2010, s. 106). W „produkcji” ciała zdyscyplinowanych i posłusznych niewątpliwie znaczącą rolę odgrywają środki masowego przekazu (Mencwel (red.) 2008, s. 109). Reklama, prasa popularna, telewizja, kino i Internet dostarczają nam dziś dużo stylizowanych przedstawień ciała: „obrazy urody ciała, otwarcie seksualnego i przywodzącego na myśl przyjemności, czas wolny oraz wystawianie się na pokaz, podkreślają wagę wyglądu i stylu” (Mencwel (red.) 2008, s. 109). Możliwość wykreowania dobrze ocenianego, a więc kupionego „rynkowego Ja” osiągnąć możemy dzięki szeroko popularyzowanym środkom odchudzającym, kosmetykom, operacjom plastycznym i klubom fitness. Poddawanie się wszelkiego rodzaju zabiegom poprawiającym jakość naszego ciała jest jednym z warunków, którego spełnienie gwarantuje nam akceptację społeczną.

Media jako kreator wizerunku ciała

Tak więc ciało nasze w kulturze konsumpcyjnej powinno zbliżać się do propagowanego medialnie ideału młodości, zdrowia, sprawności i urody, a osiągnięcie tego stanu gwarantuje wysoką wartość wymienną towaru, czyli naszego ciała. Dzisiejsza kultura, która przestała traktować ciało jak instrument grzechu, popularyzuje je w różnych kontekstach społecznych, oferując szeroką gamę prezentacji wizualnych opartą na „podtrzymywaniu niegasnącego apetytu na konsumpcję obrazów”. Ekspansja owych obrazów dokonująca się poprzez media wizualne i reklamę ciągle pokazuje nam różnicę pomiędzy tym, jacy jesteśmy, a jacy powinniśmy być. Wykorzystywanie w reklamie

wizerunku człowieka przybiera najrozmaitsze formy (Chakkour, Markiel-Skrzypińska 2013). Pojawiają się coraz śmielsze obrazy ukazujące cielesność w pięknej formie, ale nie pozostawiające pola fantazji. Odzwierciedla to tendencje obecnego rynku reklamowego – zaskakiwać i szokować. Reklama pokazuje więc bohatera lepszego, przekazując, iż tak niewiele dzieli nas od wkroczenia w świat olśniewających ludzi (Morris 2013), dlatego też modele i modelki, którzy występują w reklamach, są nieskazitelnie piękni, ale aby to osiągnąć, zatrudnia się cały sztab ludzi pracujący na wspólny sukces.

W kulturze konsumpcji i w narcystycznym wizualnym świecie samonadzoru ciała poddawane są krytycznej ocenie dokonywanej zarówno przez ich właścicieli (posiadaczy), jak i przez społeczeństwo (Mencwel (red.) 2008, s. 112). Ciała kobiet, dużo częściej niż ciała męskie, stanowią element symbolicznie lub dosłownie wykorzystywany w reklamie. Odwołując się do reklam komercyjnych, najprościej jest ukazać obraz tego, „w jaki sposób kobieta podawana jest – jak potrawa – do zjedzenia, utożsamiana jest z reklamowanym produktem, a przez to właśnie zjadana – konsumowana przez odbiorców” (Zierkiewicz, Kowalczyk 2013). Prezentowane fotografie kobiet „kipią” erotyką – lekko rozchylone usta, przymknięte powieki, wyczekujące wyrazy twarzy – kobiety na zdjęciach stają się uwodzicielkami i kusicielkami, „zdają się obiecywać rozkosz, którą przyniesie skonsumowanie ich” (Mencwel (red.) 2008, s. 112).

Jak zwraca uwagę Mike Featherstone (2008), także przemysł filmowy przyczynił się w znacznej mierze do kształtowania ciała jako towaru konsumpcyjnego. Kino hollywoodzkie (później także kino bollywoodzkie) jako prekursor czynnie ustanawiało nowe standardy wyglądu i prezentacji ciała, upowszechniając wartości kultury konsumpcyjnej poprzez projekcje starannie wykreowanych wizerunków gwiazd „sprzedawanych” na tle pełnego splendoru, dostatniego i opływającego w luksusy życia.

Tożsamość jednostki w postmodernizmie to przede wszystkim jej wygląd zewnętrzny, co podkreślają słowa Zbyszka Melosika (2010): „obraz, który widzimy w lustrze, ma być odbiciem obrazów ciała pokazywanych w mediach i reklamach” (s. 19).

Ciało w kontekście konfrontacji „Ja Realnego” z „Ja Idealnym”

Ciało staje się wyznacznikiem pozycji, jaką zajmujemy w społeczeństwie, a więc stanowi podstawowy element naszej tożsamości, to składnik determinujący naszą samoocenę i budujący subiektywne poczucie „Ja”.

Choć wszyscy zdają się wiedzieć, czym jest ich Ja, pojęcie to zadziwiająco trudno zdefiniować. Ja na pewno obejmuje własne ciało (oraz jego obraz i ocenę); wiedzę o sobie (czyli strukturę Ja); tożsamość (która nadaje poczucie ciągłości Ja w czasie i zmieniających się sytuacjach oraz

odróżnia nas od innych), a także zdolności-sklonności do dokonywania wyborów oraz do działań celowych i samoregulacji. [...] zawiera także wiele elementów, które są tyleż cudze, co nasze, takich jak kochani przez nas ludzie (którzy mają własne Ja) albo odgrywane role lub wyznawane wartości, normy (Wojciszke 2012, s. 150).

Syntetyzując wiele definicji Ja, można powiedzieć, że na pojęcie Ja składają się: wiedza o sobie, cechy psychiczne; tożsamość; role społeczne; wyznawane wartości i normy, cele i plany, samoocena; fizyczne właściwości (obraz ciała, samoocena cielesna); relacje z innymi, informacje na temat specyficznych wydarzeń i zachowań, wspomnienia autobiograficzne; opinie i przekonania religijne, postawy, ideologie i filozofia życia; informacje dotyczące tego, jak jestem postrzegany przez innych, przynależność kategoriałna (Suszek 2013).

Edward T. Higgins definiuje Ja jako strukturę poznawczą, która jednocześnie jest samowiedzą i centralnym ośrodkiem wpływającym na zachowanie się i doświadczanie podmiotu (Młynarczyk 2006, s. 198-206). System ja to struktura całościowa rozpatrywana w dwóch wymiarach: przedmiotowym i podmiotowym. Wymiar przedmiotowy może przyjmować trzy wartości: Ja realne, Ja idealne i Ja powinnościowe. Ja realne to wszelkie rzeczywiste informacje na własny temat, Ja idealne obrazuje to, jaki człowiek chciałby być, czyli pragnienia, nadzieje i aspiracje jednostki, natomiast Ja powinnościowe prezentuje to, jakim człowiek powinien być, czyli przekonania o własnych obowiązkach, powinnościach i obligacjach. Wymiar podmiotowy to perspektywa, z jakiej jednostka określa treść danego stanu Ja, czyli punkt widzenia, z którego patrzy na siebie (tu jako element składowy koncepcji siebie), a możliwe są tu dwie płaszczyzny: 1. przekonanie i wyobrażenie osoby na swój temat, 2. przekonanie i wyobrażenie innych na temat osoby (subiektywne odczucie tego „jak oni mnie widzą”). Higgins podkreśla, że ważny element drugiej płaszczyzny stanowią tzw. „znaczący inni” (rodzice, partnerzy, przyjaciele, rodzeństwo, rówieśnicy), którzy wpływają od wczesnych lat i w sposób trwały na postrzeganie siebie.

Pomiędzy poszczególnymi strukturami Ja zachodzą relacje, które autor teorii definiuje jako rozbieżności będące przyczyną powstawania wielu stanów emocjonalnych o szerokim spektrum nasilenia.

Bogdan Wojciszke podkreśla, że jednym z elementów składowych całościowego Ja i elementem nader istotnym jest ciało jednostki, a Anna Brytek-Materna (2008) wskazuje ciało jako swoistą wizytówkę istnienia w życiu społecznym. W naszych umysłach tworzymy obraz reprezentujący wygląd naszego ciała, takiego jakim sami je odbieramy, tzw. wizerunek ciała (Brytek-Materna 2008, s. 10). Wyobrażenie, jakie osoba ma o swoim ciele, świadome i jednocześnie nieświadome, podlega przekształceniom na przestrzeni całego życia jednostki, a na odbiór jego kształtu, jak wyżej wspomniano, wpływ mają czynniki interpersonalne, co oznacza, że jego postrzeganie może ulegać modyfikacjom w zależności od towarzyszących nam w życiu codziennym emocji. Na

całościowy wizerunek ciała wpływają następujące czynniki: aspekt fizyczny (wszystkie wskaźniki mówiące o wadze i rozmiarach ciała, przemiany fizyczne związane z dojrzewaniem i procesem starzenia się człowieka), aspekt interpersonalny (wpływ poszczególnych grup: rodziny, przyjaciół, rówieśników, kolegów z pracy) oraz aspekt emocjonalny (Brytek-Materna 2008, s. 16-17).

Opierając kształtujący się wizerunek ciała na teorii rozbieżności Higginsa, należy założyć, że w naszym umyśle powstaje zarówno Ja realne wizerunku ciała, jak i Ja idealne tegoż odbioru (Brytek-Materna 2010, s. 71). Skupiając się więc na wymiarze przedmiotowym struktur Ja Higginsa, możemy stwierdzić, że pomiędzy dwoma wymiarami Ja cielesnego może powstawać rozbieżność, której (za Higginsem) towarzyszyć będą doznania o charakterze depresyjnym (smutek, przygnębienie, zniechęcenie, rozczarowanie, niezadowolenie).

I tu należy zaakcentować to, że żyjąc w „erze ciała”, zostajemy po trosze zmuszeni do traktowania go jako obiektu, niestety często staje się ono naszą obsesją pielęgnowaną przez społeczeństwo (Cabric, Pokrywka 2010, s. 9). Ciało nasze bywa powodem do dumy i samozadowolenia, ale nader często stanowi obiekt wstydu i niepewności, w szczególności w okresie adolescencji. To trudny czas, w którym proces biologicznego rozwoju ciała oraz proces kształtowania się wizerunku ciała będzie determinował proces tworzenia się Ja cielesnego, a jego dynamiczny przebieg będzie obciążony wieloma wpływami zewnętrznymi. Takim istotnym czynnikiem zewnętrznym jest kreowany wzorzec ideału ciała, który jest społecznie akceptowany. Proces uprzedmiotawiania ciała obserwujemy już w szkołach.

Dziewczeta przez typ socjalizacji pierwotnej zostają wepchnięte w porządek seksualności i jako jedyne jego reprezentantki są piętnowane. Strukturę represji tworzy zazwyczaj publiczny nauczycielski komentarz/ośmieszenie [...] przyzwyczajają się także, iż pozycja dziewcząt/kobiet w sferze publicznej jest zawsze erotyzowana (Kopciewicz, Zierkiewicz (red.) 2009, s. 17).

Nowa choroba cywilizacyjna – siostra Anoreksja

Socjokulturowa reprezentacja wzorca dzisiejszej męskości i kobiecości oraz dwoistość przekazów medialnych to czynniki, które w znaczący sposób przyczyniają się do powstawania zaburzeń odżywiania. Poprzez reklamy produktów spożywczych dowiadujemy się, że „możesz jeść co chcesz i ile chcesz, ale wymaga się od ciebie idealnego, czyli szczupłego wyglądu” – sprzeczność niemożliwa do pogodzenia. Kuszeni reklamami produktów spożywczych, głównie fastfoodów, młodzi ludzie nie zważają na ilości spożywanych produktów, co daje nadmiar dostarczanej do organizmu energii i w prostej

linii prowadzi do powstawania nadwagi, a potem otyłości. Przytłoczeni prezentowanymi obrazami „idealnej sylwetki” młodzi ludzie (często z lekką nadwagą lub niestety z otyłością) sięgają po różnego rodzaju proste recepty – diety odchudzające lub specyfiki, które mają zapewnić idealny wygląd bez znacznego wysiłku. Niestety, te proste recepty zazwyczaj nie przynoszą oczekiwanych rezultatów, więc młody człowiek zaczyna sięgać po bardziej drastyczne środki, np. prowokowanie wymiotów i/lub silne specyfiki przeczyszczające (tabletki, herbatki, spożywanie błonnika w celu przeczyszczania), często w nadmiernych ilościach (pierwsze symptomy możliwości zachorowania na bulimie), a nierzadko restrykcyjne diety (poniżej 800 kcal/dobę), co może przyczynić się do powstania anoreksji. W mediach prezentuje się nam świat jako „kraj szczęśliwości”, w której wyemancypowane, wyrwane z „okowów” domowych obowiązków kobiety swoim idealnym wyglądem zewnętrznym prezentują swoje wnętrze. Proste recepty przekazywane przez media wskazują nam drogę do owej krainy szczęśliwości, każąc nam identyfikować się ze stwierdzeniem „twój wygląd mówi o tym, kim jesteś”, a więc nasza tożsamość to nasz wygląd zewnętrzny. Obrazują to słowa Moniki Ksieniewicz (2006):

anoreksja to metafora wyrażająca chorobę współczesnej kultury, w której liczy się to, jak się wygląda, niż to, jakim się jest człowiekiem. Anoreksja implikuje brak głodu, a w rzeczywistości dziewczęta chorujące na nią są nieustannie głodne. Wszelkie zaburzenia jedzenia, akty przemocy wobec ciała są donosem na źle funkcjonujące mechanizmy socjalizacyjne. A wszelkie akty akulturacji są stymulowane i powielane przez przekazy medialne. Najbardziej bezbronni ofiarami tego złego paradygmatu są dzieci i nastolatki. Wygląda na to, że jedynym lekarstwem jest przemodelowanie całej kultury. Trzeba zmienić społeczeństwo zachęcające dziewczęta do tego, żeby na zawsze pozostały tylko ładnymi przedmiotami. Jeśli zależy nam na zdrowiu kobiet, trzeba nauczyć je samoobrony – muszą odkryć swój osobisty wpływ na zasady narzucane kobietom przez kulturę (Bogunia-Borowska (red.) 2006, s. 201).

Anoreksja nie jest chorobą, która narodziła się w XX wieku, pierwszy przypadek głodującej przez 6 miesięcy kobiety opisuje słynny badacz i filozof angielski Thomas Hobbes w 1668 roku, a kilka lat później lekarz Richard Morton przedstawia opisy choroby (dwóch głodzących się nastolatek), której objawy zbliżone są do cech przypisywanych anoreksji dziś (Szurowska 2011b, s. 26). Jednak w naszych czasach jej zasięg się rozszerza (Dycht, Marszałek 2011, s. 147-158), a kultura, w której żyjemy, spowodowała przesadne skupianie się na ciele. Tożsamość postrzegana przez pryzmat ciała i pozornie dokonany wybór wariantu „bycia w świecie” stwarza poczucie realności życia i daje wrażenie poczucia bezpieczeństwa w otaczającej różnorodności (Frąckowiak 2005, s. 171-188).

Czym jest więc anoreksja?

Termin *anorexia* pochodzi z języka greckiego i powstał z połączenia dwóch słów: *an* – pozbawienie, brak i *oreksis* – apetyt. Oznacza więc „brak apetytu”.

Anorexia nervosa różnie definiowana jest w literaturze, zarówno specjalistycznej, jak i w prasie popularnej. Ścisłe zdefiniowanie przysparza badaczom wielu problemów. Przyjrzyjmy się więc kilku definicjom anoreksji:

- jadłowstręt psychiczny określa się mianem „świadomego działania na rzecz ograniczenia ilości spożywanych pokarmów w celu osiągnięcia szczupłej sylwetki, a także jako paniczny lęk przed byciem otyłą i przybraniem na wadze oraz jako strach przed utratą kontroli nad ilością przyjmowanych pokarmów” (Brytek-Materna 2008, s. 49);
- *anorexia nervosa* to „utrata apetytu na tle nerwowym” (Kendall 2004, s. 124);
- rozpatrując zaburzenia odżywiania, badacze postanowili podjąć próbę odpowiedzi na pytanie: „dlaczego u jednych rozwija się anoreksja, a u innych bulimia, doszli do wniosku, że anoreksja to tzw. unikanie pierwotne – sposób na zabezpieczenie się przed dystresem¹ i negatywnym myśleniem” (Woronowicz 2009, s. 489);
- anoreksja „cehuje się fałszywą oceną własnego ciała, która prowadzi do głodzenia się” (Dyllus 2012);
- anoreksja jest „[...] jednym z przejawów somatyzacji. Somatyzacja to sytuacja, w której dany człowiek za pomocą ciała i funkcji fizjologicznych sygnalizuje i wyraża te problemy, które mają podłoże pozacielesne. [...] Sygnalizowanie i odreagowywanie problemów pozacielesnych za pomocą języka ciała dokonuje się najczęściej poprzez zaburzenia [...] także funkcji odżywiania. [...] przejawiają się one [...] odrzucaniem pokarmu” (Dziewięcki 2012);
- anoreksja to „[...] poważne zaburzenia jedzenia o podłożu psychicznym. Według klasyfikacji WHO definiowana jest następująco: [...] zaburzenie jedzenia, które charakteryzuje celowa utrata masy ciała wywołana i świadomie podtrzymana przez pacjenta” (Szurowska 2011a, s. 29).

Anorexia nervosa to, jak widzimy, choroba, której przyczyny i objawy dotyczą dwóch aspektów: zaburzeń zdrowia psychicznego i zaburzeń zdrowia fizycznego. Ogólną de-

¹ Dystres to reakcja organizmu na zagrożenie, utrudnienie lub niemożność realizacji ważnych celów i zadań człowieka, pojawia się w momencie zadziałania bodźca, czyli stresora (Woronowicz 2009, s. 534).

finicję znajdujemy w klasyfikacji ICD-10 i brzmi ona: „jadłowstręt psychiczny jest zaburzeniem charakteryzującym się celową utratą wagi wywołaną i/albo podtrzymywaną przez pacjenta” (Puzyński, Wciórka 2000, s. 151). Można więc powiedzieć, że anoreksja to choroba duszy i ciała (Wasilewski 2016).

Porcelanowe motyle – proanoreksja – choroba czy styl życia?

Nowe media² i nowe technologie umożliwiają nam nieograniczoną komunikację (w szerokim znaczeniu). Globalny charakter nowych mediów to niekwestionowana rola twórcy kultury XXI wieku, to niezliczona masa odbiorców i niespotykana wcześniej liczba nadawców. „Hipermedia” (Gajda 2005, s. 135) dziś to nie obiektywni reprezentanci rzeczywistości, a autorzy pisanego i wytwarzanego świata, a także twórcy (trenderzy) postmodernistycznego społeczeństwa (Dycht, Marszałek 2011). Zacieranie się granicy pomiędzy rzeczywistością a jej reprezentacją medialną powoduje, że jednostka doświadcza świata medialnego, a więc tylko reprezentacji świata rzeczywistego, co często stanowi jedyne źródło poznania. Tak doznawane życie pozoruje nasze wybory, a reprezentację hierarchii wartości nacechowaną egoizmem, materializmem i hedonizmem (Jasita 2009, s. 2-3) tworzą i sprzedają nam media. Zacieranie granic pomiędzy światem realnym a medialnym nie pozwala na obiektywizm oceny, a przyjmowana „bezwzględna” prawda o świecie często ma charakter nierzeczywisty. Epoka ponowoczesna sprzyja, poprzez medialne prezentacje wyidealizowanego wyglądu, tworzeniu się postaw, w których kluczową rolę odgrywa walka z niedoskonałościami. Zapadalność na anoreksję w ostatnich dwóch dekadach wzrasta w krajach, gdzie odnotowuje się nadprodukcję żywności. Problem ten narasta szczególnie wśród reprezentantów klasy średniej, ponieważ tu istnieje największa presja na odniesienie sukcesu, a przepustką do niego stanowi przede wszystkim perfekcyjny wygląd (Frąckowiak 2005, s. 171-188). Prestiż jednostki warunkowany jest w dużej mierze poprzez jej wygląd, który dziś stanowi wyraz „triumfu woli nad naturą”, gdzie odczuwanie głodu jest wyrazem kontroli nad ciałem.

Globalna sieć, a więc i globalna komunikacja, sprzyja umacnianiu w użytkownikach potrzeby nadmiernej dbałości o wygląd, czego przykładem może być powstanie ruchu zwolenniczek anoreksji, który przyjął nazwę pro-Ana (Stochel, Janas-Kozik 2010, s. 693-702). Internet stał się miejscem spotkań osób uznających anoreksję jako świadomy wybór „stylu życia”. Pro-Ana to ruch skupiający dziewczęta w większości w okre-

² Nowe media – definicja Levinsona (Nowak 2012).

sie adolescencji, które uznają anoreksję za swą drogę do osiągnięcia perfekcji (Startek 2011, s. 322-329). Można mówić o dwóch etapach rozwoju ruchu, pierwszy z nich rozpoczął się około 2001 roku głównie na portalach anglojęzycznych, a jego nadrzędnym celem było umożliwienie kontaktu osobom chorym na anoreksję z innymi chorymi, aby poczucie osamotnienia w walce z chorobą nie powodowało ekspresji negatywnych emocji. Jednym z głównych założeń ruchu stała się idea wolności wyboru, kiedy i na jakich zasadach chory podejmie leczenie. Strony internetowe i blogi odwiedzały także dziewczęta i kobiety, które nie były chore, ale pragnęły bardzo doświadczyć anoreksji. Prowadzone przez organy zarządzające Internetem działania, które miały zapobiec rozprzestrzenianiu się ruchu, przyniosły odwrotny skutek (druga fala rozwoju ruchu), a hasło „anoreksja to nie choroba” poznało wiele młodych, dorastających dziewcząt. W 2010 roku odnotowano 4 560 000 wyników dla hasła „pro-Ana” (Stochel, Janas-Kozik 2010, s. 693-702). Dziś mówi się o trzech typach społeczności: pierwsza, gdzie odnotować można wysoki wskaźnik fanatyczność uczestników; druga o charakterze umiarkowanym – działania zmierzają ku społecznej akceptacji zaburzeń odżywiania jako choroby; trzecia obierająca odrębną drogę, skupiająca się na metodach terapeutycznych stosowanych w leczeniu zaburzeń odżywiania.

W społeczności proanorektycznej choroba poddana została personalizacji i nadano jej imię Ana. W stosunku do niej – Any (choroby) – zaczęto używać wielu innych określeń, które wzmacniały proces personalizacji, jednocześnie staje się ona adresatką listów, wyznań, przyjaźni, które urealniają jej istnienie (Startek 2011, s. 322-329). Autorki blogów, uczestniczki forów nazywają siebie „motylkami”, można też dość często spotkać się z nazwą „porcelanowe motyle” (Wronka, Jezierska-Kazberuk 2011, s. 102-112) – piękne, delikatne, kruche i krótko żyjące.

Blogi anorektyczne promują zaburzenia odżywiania, a także patologiczne metody walki z (nie)zbędnymi kilogramami. To stosunkowo nowe zjawisko dla jednych obserwatorów stanowi „bezpieczne schronienie dla osób cierpiących z powodu choroby”, inni zaś upatrują w nim realnego zagrożenia zarówno dla osób chorych, jak i zdrowych.

Podsumowanie

Należy podkreślić, że uprzedmiotawianie ciała i nadawanie mu wartości nadrzędnej w prostej drodze doprowadzić może do znacznego zachwiania zdrowia fizycznego i psychicznego wielu młodych ludzi. Z analizy dostępnej literatury dotyczącej zachorowań na anoreksję wynika, że odczuwana silna presja kulturowa nakierowana na perfekcyjny wygląd może być, a często jest, przyczynkiem do podejmowania zachowań ryzykownych w obszarze zdrowia. Rozwój mediów społecznościowych i nieograniczone

możliwości komunikacyjne będą stan ten pogłębiać poprzez propagowanie i kreowanie wyidealizowanej rzeczywistości, którą młodzież oraz starsze dzieci będą uznawać za prawdziwą i nie będzie ona poddawana przez nich krytyce.

Bibliografia

- Bauman Z. (2008), *Ponowoczesne przygody ciała*, [w:] A. Mencwel (red.), *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Brytek-Materna A. (2008), *Obraz ciała – obraz siebie. Wizerunek własnego ciała w ujęciu psychospołecznym*, Difin, Warszawa.
- Brytek-Materna A. (2010), *Ciało w dobie współczesności. Wybrane zagadnienia z problematyki obrazu własnego ciała*, Difin, Warszawa.
- Cabric M., Pokrywka L. (2010), *Piękno ciała*, PWN, Warszawa.
- Featherstone M. (2008), *Ciało w kulturze konsumpcyjnej*, [w:] A. Mencwel (red.), *Antropologia ciała. Zagadnienia i wybór tekstów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Frąckowiak M. (2005), *Anorexia nervosa – fenomen ponowoczesnej kultury i choroba systemu rodzinnego*, „Dylematy Współczesnej Rodziny, Roczniki Socjologii Rodziny XVI”, UAM, Poznań.
- Gajda J. (2005), *Media w edukacji*, WSP ZNP, Warszawa.
- Jakubowski W. (2011), *Media, tożsamość i edukacja*, [w:] W. Jakubowski, S. Jaskulska (red.), *Kultura mediów, ciało i tożsamość – konteksty socjalizacyjne i edukacyjne*, Impuls, Kraków.
- Jasita M.S. (2009), *Jaka jest współczesna młodzież*, „Nasz Dziennik”, nr 63.
- Kendall P.C. (2004), *Zaburzenia okresu dzieciństwa i adolescencji. Mechanizmy zaburzeń i techniki terapeutyczne* (tłum. J. Kowalczevska), GWP, Gdańsk.
- Kopciwicz L. (2009), *Edukacja jako praktyka dominacji. Udział szkoły w wytwarzaniu kapitałów rodzajowych uczennic i uczniów*, [w:] L. Kopciwicz, E. Zierkiewicz (red.), *Koniec mitu niewinności? Płeć i seksualność w socjalizacji i edukacji*, Eneteia, Warszawa.
- Ksieniewicz M. (2006), *Ocalić Ofelię od anoreksji – analiza kulturowych przyczyn zaburzeń jedzenia wśród dziewczynek i dziewcząt*, [w:] M. Bogunia-Borowska (red.), *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Marciniak M. (2010), *Syndrom konsumpcyjny – rzecz o kanibalizmie?*, [w:] J. Drozdowicz, M. Bernasiewicz (red.), *Kultura popularna w społeczeństwie współczesnym. Teoria i rzeczywistość*, Impuls, Kraków.
- Melosik Z. (2010), *Tożsamość, ciało i władza w Kulturze Instant*, Impuls, Kraków.
- Młynarczyk M. (2006), *Ja idealne vs Ja powinnościowe. Analiza emocjonalnych konsekwencji rozbieżności w systemie „Ja” na podstawie teorii autoregulacji E.T. Higginsa*, „Studia z Psychologii w KUL”, t. 13.
- Pużyński S., Wciórka J. (2000), *ICD-10, V rozdział, Klasyfikacja zaburzeń psychicznych i zaburzeń zachowania w ICD-10, Opisy kliniczne i wskazówki diagnostyczne*, [w:] Między-

- narodowa Statystyczna Klasyfikacja Chorób i Problemów Zdrowotnych (rewizja dziesiąta), Vesalius, Kraków-Warszawa.
- Startek I. (2011), *Motyle w sieci. Krótka charakterystyka ruchu pro-Ana*, „Current Problems of Psychiatry”, nr 12(3).
- Stochel M., Janas-Kozik M. (2010), *Przyjaciółki wirtualnej Any – zjawisko proanoreksji w sieci internetowej*, „Psychiatria Polska”, t. XLIV, nr 5.
- Szurowska B. (2011a), *Anoreksja i bulimia. Śmiertelne sposoby na życie*, Harmonia Uniwersalis, Gdańsk.
- Szurowska B. (2011b), *Anoreksja w rodzinie*, Difin, Warszawa.
- Wojciszke B. (2012), *Psychologia społeczna*, Scholar, Warszawa.
- Wronka M., Jezierska-Kazberuk M. (2011), *Świat porcelanowych motyli. Blogi internetowe o tematyce odchudzającej jako źródło informacji o zaburzeniach odżywiania*, „Forum Zaburzeń Metabolicznych”, t. 2, nr 2.
- Woronowicz B.T. (2009), *Uzależnienia. Geneza, terapia, powrót do zdrowia*, Media Rodzina & Wyd. Edukacyjne Parpamedia, Warszawa.
- Wrońska M. (2011), *Kultura medialna jako element konstruowania własnej tożsamości i stylu życia adolescentów w „płynnej nowoczesności”*, [w:] W. Jakubowski, S. Jaskulska (red.), *Kultura mediów, ciało i tożsamość – konteksty socjalizacyjne i edukacyjne*, Impuls, Kraków.

Źródła internetowe

- Chakkour F., Markiel-Skrzypińska A., *Ludzkie ciało nośnikiem reklamy?*, <http://etyka.opoka.org.pl/cialonosnik.html> [dostęp: 23.05.2013].
- Dycht M., Marszałek L. (2011), *Mass media i reklama a choroby cywilizacyjne: anoreksja i bulimia*, „Seminare”, t. 30, s. 147-158, <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.desklight-95834da1-f65c-4e96-ae92-08ee0df34393> [dostęp: 11.04.2016].
- Dyllus K., *Anoreksja i bulimia*, <http://www.biomedical.pl/zdrowie/anoreksja-i-bulimia-37.html> [dostęp: 6.02.2012].
- Dziewięcki M., *Anoreksja: przyczyny i konsekwencje*, <http://www.opoka.org.pl/biblioteka-/I/IP/ anoreksja> [dostęp: 20.03.2012].
- Morris D., *Ciało w reklamie*, http://www.szkolareklamy.edu.pl/sections-niewarticle-238-str_w1-naj_w2html [dostęp: 23.05.2013].
- Nowak J., *Social media jako sieci obiegu przekazów medialnych*, http://apcz.pl/czasopisma/index.php/Nowe_Media/article/view/NM.2012.001/2166 [dostęp: 9.03.1016].
- Suszek H., *Psychologia osobowości – wykład 8*, www.psychologia.pl/tbaran/wyklad_8.pdf [dostęp: 16.04.2013].
- Wasilewski D., *Anoreksja i bulimia – choroby duszy i ciała*, <http://www.tam.opole.pl/baza-wiedzy/psychiatra-artykuy/175-anoreksja-i-bulimia-choroby-duszy-i-ciala> [dostęp: 14.06.2016].
- Zierkiewicz E., Kowalczyk I., *Konsumentka czy konsumowana? – kobieta do zjedzenia w prasie kobiecej*, http://www.academia.edu/980332/Konsumentka_czy_konsumowana_kobieta_do_zjedzenia_w_prasie_kobiecej [dostęp: 24.05.2013].

Wokół triady ciało – zdrowie – media (analizy i refleksje)

Streszczenie: Epoka postmodernistyczna, Internet, anoreksja, choroba cywilizacyjna – czy istnieje związek pomiędzy tymi pojęciami? Szybki rozwój Internetu i narodziny mediów społecznościowych spowodowały, że dostęp do wielu zagrożeń staje się nieograniczony. Dziś prawie każdy młody człowiek dysponuje Internetem, który, można powiedzieć, jest zawsze przy nim obecny na wielu przenośnych urządzeniach. Jednym z takich trudno uchwytnych zagrożeń jest rozwój społeczności wirtualnych skupiających się wokół anoreksji, gdzie chorobę przedstawia się jako sposób na udane życie – są to fora internetowe funkcjonujące pod ogólnie przyjętą nazwą „pro-Ana”. Anoreksja w XXI wieku może być rozpatrywana także z pozycji choroby cywilizacyjnej, wiele argumentów na poparcie tej tezy można znaleźć w literaturze z zakresu, który łączy bezpośrednie zagrożenia zdrowia z zachowaniami, które w sposób pośredni mogą warunkować zarówno fizyczne, jak i psychiczne zdrowie naszych dzieci. Postaramy się zachęcić Czytelnika do podjęcia refleksji nad zagadnieniem realności zagrożenia, jakie konsumuje młodzież i dzieci wraz z treściami przekazywanymi przez media, a w szczególności przez portale proanorektyczne.

Słowa kluczowe: Ja cielesne, media społecznościowe, anoreksja, pro-ana, choroby cywilizacyjne, Internet, porcelanowe motyle

Around the triad body – health – media (analyses and reflections)

Summary: Postmodern era, the Internet, anorexia, diseases of affluence – is there a connection between these phenomena? Fast development of the Internet and the rise of social media have made the access to many dangers unlimited. Nowadays almost all young people have access to the Internet which is, so to speak, always with them, through various portable devices. One of these dangers is the development of virtual societies focused on anorexia where the disease is depicted as a way of achieving a successful life – those societies are the Internet fora commonly referred to as ‘pro-Ana’. Anorexia in the XXI century can also be examined as a disease of affluence. Many arguments to support this thesis can be found in literature linking immediate threats to health with the type of behaviour that can indirectly condition both physical and psychological well-being of our children. This article attempts to encourage the Reader to reflect upon the issue of dangers involving young people and children along with the content conveyed by the media and especially by pro-anorexia portals.

Keywords: body ego, social media, anorexia, pro-ana, diseases of affluence, the Internet, porcelain butterflies