

JANE OGDEN

tłumaczenie Katarzyna Piszczek

PSYCHOLOGIA DIETY



**PSYCHOLOGIA
WSZYSTKIEGO**



PSYCHOLOGIA DIETY

[Kup książkę](#)



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

[Kup książkę](#)

JANE OGDEN

tłumaczenie Katarzyna Piszczek

PSYCHOLOGIA DIETY



**WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO**

Łódź 2024

[Kup książkę](#)

Tytuł oryginału: *The Psychology of Dieting*, Jane Ogden

Rada Naukowa serii *Psychologia Wszystkiego*

Eleonora Bielawska-Batorowicz, Iwona Janicka, Ewa Bluszcz

Redaktor inicjujący

Monika Borowczyk

Tłumaczenie

Katarzyna Piszczek

Konsultacja naukowa tłumaczenia

Janina Ogińska-Bulik

Opracowanie redakcyjne

Magdalena Granosik

Skład i łamanie

Munda – Maciej Torz

Korekta techniczna

Wojciech Grzegorzcyk

Projekt typograficzny serii

Monika Rawska

Projekt okładki

Mateusz Krzekotowski

Polkadot Studio Graficzne Aleksandra Woźniak, Hanna Niemierowicz

All Rights Reserved

Authorised translation from the English language edition published by
Routledge, a member of the Taylor & Francis Group

© Copyright by Jane Ogden, 2018

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2024

© Copyright for Polish translation by Katarzyna Piszczek, Łódź 2024

<https://doi.org/10.18778/8331-363-4>

Publikacja sfinansowana ze środków Wydawnictwa Uniwersytetu Łódzkiego

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.11203.23.0.M

Ark. wyd. 5,7; ark. druk. 10,0

ISBN 978-83-8331-363-4

e-ISBN 978-83-8331-364-1

SPIS TREŚCI

Wstęp do wydania polskiego	7
Przedmowa	9
1. Krótka historia diety	13
2. Nadwaga i otyłość	23
3. Dlaczego się objadamy?	31
4. Dlaczego nie jesteśmy wystarczająco aktywni?	41
5. Dieta i jej konsekwencje	47
6. Dlaczego diety nie są efektywne?	63
7. Skuteczna dieta	71
8. Kilka strategii pomagających zmienić nawyki żywieniowe	91
9. Zestaw narzędzi pomagających właściwie się odżywiać: wprowadzanie efektywnej diety w życie codzienne	103
10. Pomoc we wprowadzaniu efektywnej diety dla pracowników służby zdrowia	123
11. Pomoc innym: najlepsze wskazówki dotyczące dzieci	133
12. Kilka przemyśleń na zakończenie	145
Dalsze lektury	147
Bibliografia	149
Spis tabel	157

WSTĘP DO WYDANIA POLSKIEGO

Większość ludzi je więcej, niż tego potrzebuje. Współczesny człowiek, zwykle pochłonięty pracą, nie mając czasu na zakupy i gotowanie, sięga po wysoko przetworzone produkty, objada się słodyczami, pije słodkie, wysokokaloryczne napoje. Jedzenie, oprócz dostarczania organizmowi energii, co jest konieczne do utrzymania nas przy życiu, pełni także wiele innych funkcji. Służy zaspokajaniu naszych potrzeb psychicznych, takich jak pragnienie miłości, bezpieczeństwa, aprobaty. Może być również formą wyrażania sympatii i szacunku. Jedzenie pomaga nam w radzeniu sobie ze stresem, smutkiem, żalem, złością. W wielu przypadkach staje się „lekarstwem” na problemy życia codziennego. Jedzenie pomaga także w nawiązywaniu, podtrzymywaniu kontaktów towarzyskich czy komunikowaniu przynależności do określonej grupy społecznej. Może symbolizować siłę, dostatek, zdrowie. Jest także zachowaniem dostarczającym człowiekowi przyjemności. Dodatkowo wielu ludzi, przejawiając niechęć do wysiłku fizycznego, preferuje siedzący tryb życia. Biorąc to pod uwagę, nie należy się dziwić, że mamy do czynienia z epidemią otyłości. Niepokój budzi fakt, że od lat, pomimo coraz większej dostępności do zdrowej żywności, różnego rodzaju diet, programów dla osób odchudzających się i zwiększającej się świadomości dotyczącej znaczenia sposobu odżywiania się, liczba ludzi z nadmierną masą ciała nie tylko się nie zmniejsza, a wręcz rośnie. Nadmiar kilogramów z kolei pociąga za sobą próby ograniczania jedzenia, najczęściej poprzez odchudzanie się, często o charakterze restrykcyjnym.

Dla wielu osób, szczególnie kobiet, odchudzanie się staje się jednym z istotnych elementów życia. Podejmowane próby redukcji nadmiernej masy ciała rzadko kiedy stają się skuteczne. Dlaczego więc nie potrafimy oprzeć się pokusie objadania się? Jakie

są przyczyny nadmiernego jedzenia? Czy jesteśmy bezradni wobec plagi otyłości? Dlaczego bycie na diecie zwykle kończy się porażką? Na te pytania – przynajmniej częściowo – próbuje odpowiedzieć Jane Ogden w książce *Psychologia diety*. Autorce przyświeca hasło: jeść, by żyć, a nie żyć, by jeść.

Autorka analizuje zagadnienie nadmiernego jedzenia i odchudzania się z perspektywy psychologa. Przedstawia w niej w sposób skrótowy, między innymi, czym jest nadwaga i otyłość, jakie są przyczyny objadania się, jakie konsekwencje pociąga za sobą nadmiar kilogramów, jakie są powody i konsekwencje stosowania diet odchudzających, zwracając uwagę na znaczenie niezadowolenia z własnego ciała. Prezentuje również sposoby zmiany nawyków żywieniowych, pozwalające osiągnąć i utrzymać prawidłową masę ciała.

Książka jest przeznaczona dla szerokiego grona osób zainteresowanych problematyką nadmiernego jedzenia i odchudzania się, głównie dla tych, którzy borykają się z nadmiarem kilogramów. Może być również przydatna dla studentów kierunków psychologii, pedagogiki, socjologii i medycyny, a także wzbogacić wiedzę i kompetencje osób wspierających, zarówno profesjonalnie, jak i nieprofesjonalnie, tych, którzy podejmują próby redukcji nadmiernej masy ciała, czyli psychologów, terapeutów, dietetyków, psychodietetyków, właścicieli klubów fitness, trenerów personalnych, partnerów życiowych, a także rodziców, których dzieci przejawiają skłonności do tycia. Książka została napisana prostym, komunikatywnym językiem, jest więc przystępna dla przeciętnego czytelnika.

Prof. dr hab. Nina Ogińska-Bulik
Instytut Psychologii Uniwersytetu Łódzkiego

PRZEDMOWA

CEL KSIĄŻKI

Na rynku wydawniczym znaleźć można cały bezlik książek poruszających tematykę dotyczącą diety. Znacząca większość z nich proponuje przepisy dietetyczne, z których wynika niepoparty żadnymi dowodami przekaz o tym, jak łatwo zrzucić zbędne kilogramy. Książki te przedstawiają utratę wagi jako coś łatwego i ogromnie przeceniają prawdopodobieństwo utrzymania wagi docelowej, w związku z czym sprzedają się w miliardach egzemplarzy! Dostępne są również publikacje zawierające bardziej wyważone opinie, których autorzy zgłębiają złożoność nawyków związanych z jedzeniem, utraty wagi, zaburzeń odżywiania i otyłości, ale są to albo wielotomowe pozycje pisane przez kilku autorów i skierowane do personelu medycznego, albo książki takie jak *Psychologia odżywiania się*, której jestem autorką, oparte na pokażnej bibliografii i przeznaczone dla studentów szukających wsparcia autorów akademickich przy prowadzeniu własnych badań. Celem, który przyświeca *Psychologii diety*, jest zaprezentowanie przystępnego i zwięzłego opracowania dotyczącego kwestii związanych z odżywianiem się i stworzenie książki, którą łatwo się czyta, ale która jednocześnie bazuje na dowodach naukowych. Przedstawiam w niej historię diety i powody, dla których ludzie ją stosują, a także pozytywne i negatywne tego konsekwencje; staram się też odpowiedzieć na pytanie, dlaczego bycie na diecie kończy się sukcesem lub porażką. W dalszej części omówione są możliwe strategie zmiany nawyków żywieniowych i pokazane jest, jak strategie te mogą zwiększyć prawdopodobieństwo osiągnięcia sukcesu poprzez zachęcanie do utrzymania prawidłowej diety. *Psychologia diety* to nie żadna „magiczna tabletką” gwarantująca powodzenie w osiąganiu prawidłowej

wagi (wybaczcie!). Zawiera ona natomiast szereg opartych na dowodach strategii i sugestii do wypróbowania (i wypróbowywania wciąż od nowa), które zwiększą szanse na końcowy sukces. Znamy powiedzenie, że „nie da się zadowolić wszystkich i w każdym czasie”. I tak też uważam: żadne podejście do diety nie jest efektywne dla wszystkich i w każdym czasie. Mam jednak nadzieję, że w *Psychologii diety* zamieściłam tyle możliwych podejść do tematu, że każdy będzie mógł znaleźć dla siebie jedno lub więcej, które okaże się skuteczne dla niego lub osób, którym chce pomóc.

DLA KOGO JEST TA KSIĄŻKA

Psychologia diety jest przeznaczona dla każdego, kto stara się schudnąć, ale chce uniknąć stosowania drastycznej diety, a jednocześnie chciałby się dowiedzieć więcej i jest świadomy tego, że bycie na diecie nie jest tak łatwe, jak się czasem twierdzi. Ta książka jest również dla tych, którzy chcą pomóc innym schudnąć: dla właścicieli klubów fitness, dietetyków, specjalistów do spraw żywienia, doradców, psychologów, pielęgniarek, trenerów personalnych, partnerów życiowych czy też rodziców, którzy chcą zrozumieć, kiedy i dlaczego dieta ich dzieci jest skuteczna lub odwrotnie – kończy się porażką, i jak zachęcać siebie i innych do chudnięcia w sposób, którego efekt może być utrzymany w przyszłości.

KIM JEST AUTORKA KSIĄŻKI

Jestem profesorem psychologii zdrowia na Uniwersytecie Surrey w Wielkiej Brytanii, gdzie, ogólnie rzecz ujmując, uczę psychologii, a dokładniej – zajmuję się rolą czynników psychologicznych, jaką

odgrywają w nawykach żywieniowych i panowaniu nad utrzymaniem wagi. Jestem autorką sześciu książek, w tym trzech dotyczących nawyków żywieniowych: *Fat Chance! The myth of dieting explained*, *Psychology of eating. From healthy to disordered behavior* (*Psychologia odżywiania się*, 2011) i *The good parenting food guide*. Opublikowałam również ponad 180 artykułów naukowych, z których około 100 podejmuje kwestie związane z dietą, otyłością i zaburzeniami odżywiania. Pasjonuje mnie docieranie z wynikami badań i teorią do ogółu społeczeństwa, regularnie występuję w radiu i telewizji. W *The Conversation* zamieszczam felietony w rubryce pod nazwą „Food Fights”, a także piszę artykuły do gazet i magazynów.

W JAKI SPOSÓB CZYTAĆ TĘ KSIĄŻKĘ

Nie mogę, rzecz jasna, narzucać sposobu, jaki czytelnicy wybiorą, by korzystać z mojej książki. Dałam ją do przeczytania pracownikom medycznym i dietetykom i od całego tego grona otrzymałam opinie, że bardzo im się podobało to, w jaki sposób książka buduje i opowiada historię. To był właśnie mój cel. Dlatego też gorąco zachęcam cię, czytelniku, żebyś zaczął czytać ją od początku i po kolei zmierzał do końca. Żeby ci w tym pomóc, uprzedzę, że historia jest o tym, że objadamy się z powodu tego, w jaki sposób myślimy o sobie, i z powodu bodźców, które docierają do nas ze środowiska. By jeść mniej, musimy zmienić nasz sposób myślenia, musimy też poradzić sobie z otoczeniem. W książce podpowiadam, jak to zrobić. Zachęcam, byś przeczytał tę książkę strona po stronie. Przecież jest ona bardzo krótka!

KRÓTKA HISTORIA DIETY

Już na najstarszych odkrytych artefaktach, w pierwszych próbach spisywania dziejów oraz na pierwszych rysunkach widać, że zarówno mężczyźni, jak i kobiety pragnęli zmienić swój wygląd. Malowidła jaskiniowe ukazały udekorowane ciała i pomalowane twarze, w starożytnych wykopaliskach znajdowano grzebienie i biżuterię, a egipskie grobowce były pełne wyszukanych masek i ubrań. Bliżej naszych czasów kobiety zaczęły używać gorsetów i koronek, biustonoszy i dezodorantów w kulce, a mężczyźni albo zapuszczali brody i wąsy, albo starannie je golili (przynajmniej częściowo). Ciało pozostawało tym, co wciąż należało modyfikować zgodnie z obowiązującymi trendami i modami.

I wtedy, w XX wieku, wraz z potrzebą bardziej trwałej zmiany ciała, pojawiły się diety. Zaczęło to być widoczne w mediach i przemyśle modowym: w zmieniającym się kształcie idealnego ciała i w rozwoju przemysłu związanego z odżywianiem się. Trend ten można również zauważyć w ostrym sprzecznie wobec stosowania diet, który pojawił się w latach 80. XX wieku, oraz obecnie, gdy obserwujemy wzrost liczby publikacji i kursów dotyczących diety. W tym rozdziale – by pokazać, jak ważne jest podejście oparte na dowodach naukowych, które wyjaśniają proces prawidłowego odżywiania się – omówimy historię diety.

BRANŻA MEDIALNA I PRZEMYSŁ MODOWY

Fiszbiny, lateks, nylon i bawełna od wieków były używane po to, by zmieniać kształt i wygląd różnych aspektów ludzkiego ciała, które dalekie były od obowiązującego ideału. Pomyślmy

choćby o Elizabeth Bennet wykreowanej przez Jane Austen w XIX wieku, której sukienki z podwyższoną talią miały uwydatniać obfity biust, o boleśnie obcisłych gorsetach noszonych przez Madame Bovary (postać z powieści Flauberta z lat 20. XIX wieku), które sprawiały, że wciąż mdlała, czy też kolistych spódnicach z lat 50. XIX wieku podkreślających wąską talię i obfite pośladki. Nawet w czasach nowoczesnych kobiet lat 20. XX wieku biustonosze i gorsety były akceptowalnym sposobem na unoszenie piersi i spłaszczanie brzuchów.

W późnych latach 60. XX wieku kobiety wymieniały usztywnione, sznurowane gorsety na gumowe akcesoria, z których z kolei rezygnowały w imię wolności. Biustonosze, na wzór tego noszonego przez Boudikę, królową plemienia Icenów, zostały zastąpione bardziej miękkimi, lżejszymi ich wersjami, te zaś wymieniono na luksus ich nienoszenia. Kobietom przyzwolono na uwalnianie ciał, a nawet oczekiwano, że będą się uciekać do naturalnego wsparcia, jakim jest nadwaga i mięśnie. Aż wreszcie nastał czas bikini, a wraz z nim na scenę modową entuzjastycznie wkroczyła Twiggy. Nagle, na początku wieku naturalnej kontroli i takiegoż podejścia, powiedziano kobietom, że nie powinny mieć żadnej nadwagi, która miałaby je ograniczać lub wzmacniać. Stroje bikini nie dawały żadnej ochrony i symbolizowały wolność, która była dostępna jedynie dla osób bez nadwagi. Twiggy nie musiała nosić biustonosza ani gorsetu, nie musiała wciskać ciała w ubiór, ryzykując, że gdzieś się z niego wyleje. Odrzucenie różnych akcesoriów nie wiązało się z pragnieniem uwolnienia kobiecego ciała, ale z faktem, że nie miała ona niczego, co trzeba by było uwolnić. Kobiety mogły chodzić bez staników, pod warunkiem że ich biusty ukazywały się jedynie w części, a bez gorsetów tak długo, jak to, co pozostawało na zewnątrz, nie potrzebowało gorsetu. I właśnie wtedy wkroczyła dieta. Na długo przed

wybuchem epidemii otyłości, bo w latach 60. XX wieku, nastąpił boom, którego centrum stała się branża dietetyczna, od tej pory wciąż dynamicznie się rozwijająca.

BRANŻA DIETETYCZNA

Książki, magazyny, kluby, artykuły w gazetach, programy telewizyjne, pomoce, aplikacje, internetowe grupy wsparcia i filmy wideo z treningami – to wszystko tworzy branżę dietetyczną. Branża ta dostarcza materiałów dla tych, którym zależy, by schudnąć. Zmienia się ona wraz ze zmianą sposobu postrzegania idealnych wymiarów ciała, a także poczuciem, że rozmiar ciała można zmieniać.

DOSTARCZANIE MATERIAŁU

Program Weight Watchers¹ wprowadzono w Ameryce w 1963 roku, w Wielkiej Brytanii w 1967, a pierwsze wydanie magazynu „Slimming” ukazało się w Wielkiej Brytanii w 1969 roku. Magazyn „Slimmer” został sprzedany w 142 tys. egzemplarzy w okresie pomiędzy styczniem a czerwcem 1990 roku; do programu Weight Watchers UK przystąpiło blisko 140 tys. członków, a kluby dietetyczne Slimmer liczyły około 40 tys. członków. Naomi Wolf (1990) opisała, że branża dietetyczna w USA zarabia rocznie 33 miliardy dolarów, książka Audrey Eyton *The F Plan Diet* (1982) sprzedawała się w 810 tys. egzemplarzy w ciągu trzech tygodni, a książka Rosemary Conley *Complete Hip and Thigh Diet* (1989) w ponad 2 mln egzemplarzy. W dzisiejszych czasach również lekarze rodzinni oferują

1 Weight Watchers (Strażnicy Wagi) – program mający na celu pomoc ludziom, którzy chcą schudnąć [przyp. tłum.].

wsparcie w odchudzaniu, a NHS² usługi związane z osiągnięciem prawidłowej wagi w różnych centrach medycznych na terenie Wielkiej Brytanii. To, że ludzie z nich korzystają, świadczy o tym, że istnieje zapotrzebowanie na taką pomoc. Branża dietetyczna zapewnia wsparcie poprzez przekazywanie informacji na ulotkach, w książkach, w kontaktach bezpośrednich lub na stronach internetowych, poprzez tworzenie networkingu i współpracy grupowej, a także poprzez zapewnianie konsultacji ekspertów motywujących uczestników programu. To wszystko jest bardzo przydatne. Nie ulega wątpliwości, że branża dietetyczna zmienia również sposób, w jaki postrzegamy rozmiar ciała.

STEREOTYPY DOTYCZĄCE ROZMIARU

Istnieje wiele stereotypów związanych z postrzeganiem prawidłowego rozmiaru ciała. Podczas gdy szczupłość kojarzy nam się z atrakcyjnością, poczuciem kontroli i stabilizacją emocjonalną, nadwaga jest wiązana z brakiem atrakcyjności, brakiem kontroli, brakiem silnej woli i lenistwem. Frazesy te podsuwają nam media i przemysł modowy. Są one również utrwalane przez branżę dietetyczną, w której do reklamy najnowszych niskokalorycznych gotowych posiłków, zamienników, batoników czekoladowych, leków bez recepty czy ubrań wybiera się szczupłych modeli i modelki. Akcentuje się to, że poprzez chudnięcie stajemy się atrakcyjniejsi, lepsi. Judy Mazel na przykład w swojej diecie *Beverly Hills Diet* zasugerowała, że jeżeli ktoś nam powie: „Wyglądasz zbyt szczupło”, powinniśmy mu podziękować (Mazel 1981).

Podobnie w magazynach publikuje się historie kobiet, które odniosły sukces w odchudzaniu się, przykłady pokazujące, jak bardzo

2 National Health Service – system służby zdrowia w Wielkiej Brytanii [przyp. tłum.].

szczęśliwe są one teraz i w jaki sposób zmieniło się ich życie. Stephen Twigg tak reklamował swoją „dietę Kensington”: „Może ona zdobyć dla ciebie wiele, w tym sprawić, byś wyglądała i czuła się zdrowsza, szczęśliwsza, młodsza i bardziej pełna zapału” (Twigg 1997, s. 20).

Czasami nacisk położony jest na kontrolę. Rosemary Conley, autorka książek *Complete Hip and Thigh Diet* (1989), *Complete Flat Stomach Plan* (1996), *Metabolism Booster Diet* (1991), napisała, że ludzie z nadwagą spożywają „zbyt dużo tłustych i słodkich rzeczy, które zawierają mnóstwo kalorii – chleb posmarowany dużą ilością masła, mnóstwo smażonych potraw, tortów z kremem, ciasteczek, czekolad, chipsów itd. [To] rodzaje jedzenia, które uwielbiają ludzie z nadwagą” (Conley 1989, s. 65). Podobnie w *Beverly Hills Diet* Mazel napisała: „Konieczne jest, żebyś podczas jedzenia różnych rzeczy ćwiczył kontrolę. Nie pozwól, by twoje serce tobą zawładnęło. Jedz jak człowiek, nie jak grubas” (Mazel 1981).

Czasami jednak branża dietetyczna wiąże nadwagę z pewnymi głęboko zakorzenionymi problemami natury psychicznej. W swojej książce *I Wish I Were Thin, I Wish I Were Fat* Michelle Joy Levine twierdzi, że kobiety podświadomie chcą być grube i dlatego się objadają – jeśli będą w stanie uporać się z podświadomymi pragnieniami, będą mogły „w końcu zaspokoić swoją potrzebę bycia szczupłą” (Levine 1997, s. 13). Conley w następujących słowach opisała przypadek kobiety, która schudła, stosując jej dietę, ale później znów przytyła: „Vivien miała ostatnio trochę problemów osobistych i przybrała nieco na wadze. Zdecydowała się jednak spróbować schudnąć ponownie, bo była bardzo zadowolona ze swojego poprzedniego sukcesu” (Conley 1996, s. 30). Branża dietetyczna zmieniła sposób, w jaki postrzegamy rozmiar ciała, i zachęca nas do myślenia, że szczupłość jest atrakcyjna, podczas gdy nadwaga jest oznaką słabej kontroli i problemów psychicznych. Co więcej, ta

wpływowa branża przekonała nas również, że rozmiar ciała można zmienić, a zmiana ta jest łatwa do osiągnięcia, o ile stosujemy się do instrukcji, które nam przekazuje.

ROZMIAR CIAŁA MOŻNA (ŁATWO) ZMIENIĆ

Utrata zbędnych kilogramów (i utrzymanie prawidłowej wagi) jest trudna do osiągnięcia, dlatego zdecydowałam się napisać tę książkę: by bycie na diecie było tak efektywne, jak to tylko możliwe. Większość branży dietetycznej przedstawia swoje produkty jako pewną drogę do sukcesu. Vernon Coleman na przykład rozpoczął swoją książkę *Eat Green – Lose Weight* od stwierdzenia: „Jeśli chcesz schudnąć – i pozostać szczupłym – i masz już dość krótkotrwałych diet, które nie są efektywne lub stają się nudne, powinieneś kupić tę książkę”, a później stwierdził, że „w ciągu kilku miesięcy poczujesz się zdrowszy, chudszy, silniejszy i szczęśliwszy” (Coleman 1990, s. 7). W podobnym tonie Jan De Vries zasugerował, że czytelnik jego książki powinien „postanowić, że tym razem odniesie sukces. Nigdy więcej powtarzającego się efektu jo-jo. Schudniesz, i tym razem schudniesz raz na zawsze” (De Vries 1989, s. 20), a Twigg po opisanu sukcesów swoich pacjentów stwierdził: „Jeżeli jest to efektywne w ich przypadku, to obiecuję ci – sprawimy, że będzie to efektywne również w twoim!” (Twigg 1997, s. 17). Nawet diety, których celem nie jest utrata wagi, są opisywane jako te, które prowadzą do skutecznego schudnięcia. Linda Lazarides wskazała płyn jako przyczynę wielu problemów, z którymi borykają się otyli ludzie: „jeśli trzymając się diety, zdołasz oddać w moczu do 20 funtów³ nadmiarowej wagi (choć brzmi to być może jak coś, o czym ci się nawet nie śniło), będziesz w stanie wraz z moczem stracić większość swojej nadwagi, czasami w ciągu zaledwie kilku dni”

3 1 funt = 454 g [przyp. tłum.]