



Patronat honorowy



Minister
Edukacji

Rusza druga edycja kampanii nt. anoreksji – „Dieta (Nie)Życia”. Część działań wsparło Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Warszawa, 11 czerwca 2025

Po poruszającym odzwieciu na pierwszą edycję kampanii „Dieta (Nie)Życia” nt. anoreksji agencja Dentsu Creative, wspólnie z Fundacją Głód(nie)Nażarty, wraca z kolejną odsłoną tej ważnej inicjatywy społecznej. W tym roku część działań w ramach kampanii (raport oraz podcast) zyskała patronat honorowy Ministra Edukacji.

Celem drugiej edycji kampanii jest nie tylko zwiększenie świadomości na temat anoreksji, ale przede wszystkim umożliwienie jej wczesnego rozpoznania. Szybka reakcja na pierwsze sygnały psychiczne, zanim jeszcze pojawią się widoczne objawy fizyczne, może zwiększyć szanse na skuteczne leczenie aż o 50% (za American Psychiatric Association). W szybszym diagnozowaniu sygnałów psychicznych ma pomóc interaktywne narzędzie online, które wykorzystuje test przesiewowy pozwalający na samodzielne sprawdzenie ryzyka i skłonności, które mogłyby okazać się niepokojące w kontekście anoreksji. Proces tworzenia narzędzia do wykrywania syndromu gotowości anorektycznej, opracowanego przez prof. Barbarę Ziółkowską, został wsparty przez AI. Efektem tej współpracy jest unikatowy test oraz algorytm walidacyjny, który odpowiada na współczesne wyzwania i potrzeby.

Przewodniczką prowadzącą przez test jest Gaja, nastolatka, której historia stała się impulsem do kontynuacji kampanii. Gaja zmarła w wyniku powikłań związanych z anoreksją. Po emisji pierwszej edycji kampanii do fundacji zgłosili się jej rodzice z propozycją współdziałania. Ich poruszające świadectwo walki z chorobą i systemem stało się fundamentem nowej odsłony projektu.

Ze wszystkich chorób psychicznych to anoreksja zabija najczęściej. To jednak nie tylko przerażająca statystyka. Za tymi danymi kryje się czyjeś życie, czyjś dramat. Czasem trudny do wyobrażenia. Pierwsza edycja pokazała, jak bardzo potrzebna jest świadomość problemu, rzetelna wiedza i empatyczne wsparcie.

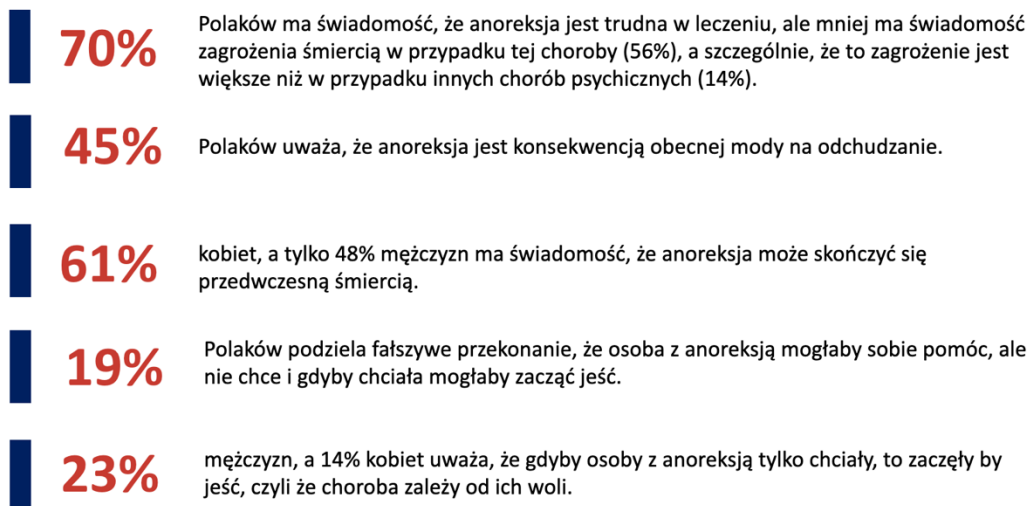
W tym roku idziemy o krok dalej – oferując konkretne narzędzie do wczesnego alarmowania o zagrożeniu chorobą, aby zapobiec rozwinięciu się pełnoobjawowych zaburzeń odżywiania się. Bo czas ma znaczenie – **mówi Karolina Otwinowska, założycielka Fundacji Głód(nie)Nażarty.**

Celem kampanii jest poinformowanie o narzędziu SGA oraz zachęcenie do przeprowadzenia testu online. Na LP z testem kierują działania w digitalu, w mediach społecznościowych i na specjalnie stworzonych profilach Gai na Instagramie i Facebooku. Dodatkowo komunikację wspierają spoty w radiu i kinach. W ramach kampanii prowadzona jest również druga edycja podcastu „Dieta(nie)Życia” zatytułowana „Anorexia Alert”, w którym można posłuchać rozmów z ekspertami, rodzinami i osobami, które przeszły przez anoreksję. Podcast rozpoczyna przejmujący wywiad z rodzicami Gai.

Na stronie kampanii dostępna jest również lista placówek oferujących bezpłatną pomoc oraz specjalny raport zrealizowany przez prof. Dominikę Maison na zlecenie Fundacji Głód(nie)Nażarty – „Analiza społecznych stereotypów dotyczących anoreksji”.

Przeprowadzone badanie eksperymentalne pokazało, że nawet jedno zdanie – informacja o tym, że dana osoba choruje na anoreksję – może znacząco wpłynąć na sposób, w jaki ją postrzegamy – informuje prof. Maison. To pokazuje, jak głęboko zakorzenione stereotypy Polaków mogą wpływać na nasze postrzeganie innych – nawet w sytuacjach, które wymagają empatii i zrozumienia. Jednocześnie podkreśla, jak istotna jest edukacja społeczna w zakresie zdrowia psychicznego, w tym anoreksji.

Opinie i przekonania – podsumowanie



6

O dentsu

Dentsu jest zintegrowanym partnerem w zakresie rozwoju i transformacji, współpracującym z czołowymi organizacjami na całym świecie. Firma powstała w 1901 roku w Tokio, a obecnie działa w 120 krajach i regionach i może się pochwalić bogatym, udokumentowanym doświadczeniem w pielęgnowaniu i rozwijaniu innowacji. Dentsu to liczne grono talentów wchodzących w skład globalnej sieci czołowych marek oraz skuteczne i zintegrowane rozwiązania, które umożliwiają klientom stały rozwój. Zapewnia kompleksową transformację doświadczeń (EX), oferując usługi z zakresu mediów, CXM i kreacji, a podejście firmy do transformacji biznesowej (BX) przesuwa granice i otwiera możliwości zrównoważonego rozwoju marek, jednostek i całego społeczeństwa. Dowiedz się więcej: <https://www.dentsu.com/>

Fundacja Głód (nie)Nażarty <https://glodnienazarty.pl/>

Fundacja Głód(nie)Nażarty powstała, aby wspierać osoby borykające się z zaburzeniami odżywiania oraz ich bliskich. Założycielką i prezesem Fundacji jest Karolina Otwinowska psycholog, psychodietetyk, social impact creative. Problem (nie)jedzenia zna od podszewki i wie, jak trudno z nim walczyć. Gdy była nastolatką zachorowała na anoreksję, dziś na podstawie własnych doświadczeń i zdobywanej wiedzy pomaga osobom, które przeżywają to, co ona przed laty. Fundacja Głód(nie)Nażarty prowadzi kampanie społeczne, projekty edukacyjne, działania profilaktyczne i wsparcie dla osób (nie)jedzących.