

DETERMINANTY WYBORÓW ŻYWIENIOWYCH PODEJMOWANYCH PRZEZ KOBIETY Z NADMIERNĄ MASĄ CIAŁA

DETERMINANTS OF THE NUTRITIONAL ELECTION OF WOMEN WITH EXCESSIVE BODY MASS

Sandra Kryśka

Studium Doktoranckie, Wydział Lekarski z Oddziałem Lekarsko-Dentystycznym w Zabrze, Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach

STRESZCZENIE

Wstęp. Zainteresowanie badaczy mechanizmami dokonywania przez ludzi określonych wyborów żywieniowych wciąż wzrasta. Poznanie czynników odpowiadających za wybory żywieniowe pozwala bowiem na lepsze dostosowanie działań podejmowanych w tym zakresie. Niestety wciąż zauważa się znaczące trudności w tym zakresie, które wynikają w głównej mierze ze złożoności procesu dokonywania wyborów żywieniowych.

Cel. Celem badania jest określenie determinantów wyborów żywieniowych dokonywanych przez kobiety z nadmierną masą ciała.

Materiał i metody. Badanie dotyczące uwarunkowania wyborów żywieniowych kobiet z nadmierną masą ciała przeprowadzone zostało w oparciu o anonimowy, dobrowolny kwestionariusz ankiety autorskiej konstrukcji. Analizą objęto 97 kwestionariuszy ankiety wypełnionych przez kobiety pomiędzy 19. a 26. rokiem życia z województwa śląskiego.

Wyniki. Czynniki, które w opinii respondentek mają największe znaczenie przy dokonywaniu przez nie wyborów żywieniowych są uzależnione od statusu materialnego oraz sytuacji rodzinnej respondentek.

Wnioski. Wśród najważniejszych determinantów warunkujących wybory żywieniowe kobiet z nadmierną masą ciała wymienia się status materialny respondentek oraz ich sytuację rodzinną. Respondentki, dokonując wyborów, najczęściej kierują się smakiem i wyglądem nabywanych produktów oraz ich ceną.

Słowa kluczowe: wybory żywieniowe, uwarunkowania, determinanty.

ABSTRACT

Introduction. Interested researchers in mechanisms by people making certain food choices continues to increase. Understanding the factors responsible for food choices allows for a better alignment of actions taken in this regard. Unfortunately, still points to significant difficulties in this area, which result mainly complexity of the process of making food choices.

Aim. The aim of this study is to identify the determinants of food choices made by women with excess body weight.

Material and methods. The study on the determinants of food choices of women with excess body weight was carried out on the basis of an anonymous, voluntary questionnaire proprietary design. The analysis included 97 questionnaires were filled by women between 19 and 26 years of age from the Silesian province.

Results. Factors that the respondents are of utmost importance when making their food choices depend on the material status and family situation of the respondents.

Conclusions. Among the most important determinants of determining food choices of women with excess body weight lists the material status of the respondents and their family situation. The respondents making choices mostly driven by taste and appearance of products purchased and their price.

Keywords: food choices, conditions, determinants.

Wstęp

Specjaliści zajmujący się problematyką żywienia od dziecięcych próbowali dociec jakie jest podłoże wyborów żywieniowych. Konsekwencją ich rozważań w tym aspekcie było stwierdzenie, że w rozumieniu złożoności wyborów żywieniowych zasadniczą rolę odgrywają rozwojowy punkt widzenia, model poznawczy oraz podejście psychologiczne. Podkreślają oni równocześnie, że wybory żywieniowe dokonywane są najczęściej w oparciu o określone czynniki społeczne, kulturowe, ekonomiczne oraz własne potrzeby i przekonania jednostki [1].

Literatura podaje, że wybory żywieniowe stanowią wypadkową wielu czynników [2]. Wymienia się tutaj czynniki fizyczne (głównie położenie geograficzne, pora roku, poziom rozwoju gospodarki), czynniki społeczne (klasa

społeczna, poziom wykształcenia, wyznawana religia), czynniki psychologiczne (potrzeby żywieniowe, dziedziczność upodobań żywieniowych, stan psychofizyczny).

Badanie dotyczące uwarunkowania wyborów żywieniowych, przeprowadzone w połowie lat 50. XX w. przyczyniło się do opracowania listy czynników będących bezpośrednią motywacją spożycia określonych produktów [3]. Do czynników tych zaliczono: atrakcyjny wygląd produktu, łatwość nabycia produktu, łatwość przygotowania produktu, koszty zdrowotne spożycia danego produktu, wpływ produktu na możliwość regulacji i kontroli masy ciała, wpływ produktu na możliwość regulacji emocji, znajomość produktu i jego marki, skład produktu oraz względy etyczne związane z produkcją czy pochodzeniem produktu.

Zarówno wyniki badań empirycznych dotyczących wyborów żywieniowych, jak i rozważania teoretyczne dotyczące tego problemu doprowadziły do opracowania oraz rozpowszechnienia trzech modeli wyborów żywieniowych [1]: rozwojowego, poznawczego oraz psychofizycznego.

Rozwojowy model wyborów żywieniowych opiera się o wpływ ekspozycji produktów na ich wybór. Zgodnie z założeniami, wraz ze wzrostem częstości kontaktu z produktem spożywczym zwiększa się szansa na jego akceptację. Dodatkowo wraz ze wzrostem liczby nowych produktów w jadłospisie jednostki zwiększa się szansa na ich akceptację. Dużą rolę w tym modelu odgrywa również uczenie się – tak społeczne (obserwowanie zachowań żywieniowych innych osób), jak i asocjacyjne (kojarzenie określonych produktów spożywczych z konkretnymi działaniami lub uczuciami) [4].

Poznawczy model wyborów żywieniowych opiera się w swych założeniach na postawie jednostek dokonujących wyborów oraz normach i zasadach obowiązujących w danej społeczności. Ważnym elementem tego modelu jest również kontrola, jakiej podlega jednostka będąca częścią danej społeczności. Wykazano bowiem istotny związek pomiędzy wagą zwyczajów żywieniowych i obyczajów z nimi związanych w danej zbiorowości a wyborami żywieniowymi jednostki będącej częścią tej zbiorowości [5].

W modelu psychofizjologicznym wybory żywieniowe determinowane są metabolizmem jednostki, działaniem neuroprzekaźników (noradrenaliny, neuropeptydu Y, galaniny, serotoniny), określonych leków (chloropromazyny, litu, trójpierścieniowych leków przeciwdepresyjnych, selektywnych inhibitorów wychwyty zwrotnego serotoniny), substancji psychoaktywnych (nikotyna, amfetamina, marihuana, alkohol). W koncepcji tej duże znaczenie przypisywane jest również wrażeniom zmysłowym, nastrojom jednostki, jej emocjom oraz odczuwanemu przez nią stresowi [1, 2].

Problematyka uwarunkowań wyborów żywieniowych rozpatrywana może być również w kontekście uwarunkowań psychicznych jednostek dokonujących tych wyborów [6]. Zgodnie z tą teorią pożywienie może stać się wyrazem manifestu jednostki, jej konfliktów wewnętrznych, poczucia winy czy wreszcie chęci osiągnięcia przez jednostkę dobrostanu. Poprzez dokonywanie wyborów żywieniowych jednostka może pokazać samokontrolę lub całkowity brak kontroli. Pożywienie może być równocześnie wyrazem miłości, władzy czy wreszcie tożsamości kulturowej jednostki.

Materiał i metody

Badanie dotyczące uwarunkowania wyborów żywieniowych kobiet z nadmierną masą ciała przeprowadzone

zostało w oparciu o anonimowy, dobrowolny kwestionariusz ankiety autorskiej konstrukcji. Ankieta, o której mowa, traktowała o czynnikach wpływających na dokonywanie przez respondentki określonych wyborów żywieniowych.

Analizą objęto 97 kwestionariuszy ankiety wypełnionych przez kobiety pomiędzy 19. a 26. rokiem życia z województwa śląskiego. Próba dobrana została do badania w sposób celowy. Pomiary antropometryczne niezbędne do określenia wielkości BMI oraz zakwalifikowania do grupy z nadwagą lub otyłością dokonane zostały przez osobę prowadzącą badanie.

Wyniki, jakie uzyskano po przeprowadzeniu własnych badań empirycznych opracowano przy użyciu programu Microsoft Excel 2007. Następnie wyniki te poddano analizie statystycznej przy użyciu programu STATISTICA.

W badaniu kwestionariuszowym udział wzięło 97 kobiet z nadmierną masą ciała. Średnia wieku w badanej populacji wyniosła 23,34 lata ($SD \pm 2,03$). W populacji tej u 57 respondentek stwierdzono nadwagę (BMI pomiędzy 25 a 29,9), a u pozostałych 40 respondentek otyłość (BMI powyżej 30). Oznacza to, że respondentki z nadwagą stanowiły 58,8% badanej populacji, a respondentki z otyłością stanowiły 41,2%. Średnia wartość BMI w grupie osób z nadwagą wyniosła 27,4 ($SD \pm 2,7$), natomiast średnia wartość BMI w grupie osób z otyłością wyniosła 31,6 ($SD \pm 2,6$).

Wyniki

Niemal jedna trzecia respondentek biorących udział w badaniu kwestionariuszowym największą kwotę podczas robienia zwyczajowych zakupów przeznaczają na słodycze i słoje przekąski (32,99%). Duży odsetek kobiet największą kwotę przeznaczają na produkty zbożowe (22,68%) oraz na produkty mięsne (21,56%). Należy w tym miejscu podkreślić również, że częściej duże koszty na słodycze oraz słoje przekąski ponoszą kobiety z nadwagą (65,63%) oraz kobiety o dobrym (43,75%) i przeciętnym (28,13%) statusie materialnym.

Respondentki zapytano również, na jakie cechy zwracają uwagę dokonując wyborów żywieniowych (**Tabela 1**). Ankietowane dużą uwagę przykładają do smaku produktu (94,74% respondentek z nadwagą i 90% respondentek z otyłością), wyglądu produktu (80,7%; 72,5%) oraz jego ceny (63,16%; 85%).

Analiza wykazała również, że duże znaczenie przy dokonywaniu wyborów żywieniowych mają także emocje – tak pozytywne (66,67%; 55%), jak i negatywne (80,7%; 77,5%). Znacznie mniejszą uwagę respondentki przykładają natomiast do jakości produktu (50,88%; 50%), jego wartości odżywczej (40,35%; 15%)

Tabela 1. Znaczenie poszczególnych determinantów wyborów żywieniowych w ocenie respondentek z nadwagą i otyłością

	nadwaga	otyłość
cena	63,16%	85%
jakość produktu	50,88%	50%
wartość odżywcza	40,35%	15%
wygląd	80,70%	72,5%
smak	94,74%	90%
tradycje rodzinne	52,63%	50%
przyzwyczajenia	50,88%	52,5%
moda	33,33%	30%
pozytywne emocje	66,67%	55%
negatywne emocje	80,70%	77,5%
pora roku	35,09%	55%

oraz takich czynników, jak moda (33,33%; 30%) czy pora roku (35,09%; 55%).

Status materialny respondentek jest bardzo istotnym determinansem ich wyborów żywieniowych (**Tabela 2**). Wpływa on na takie uwarunkowania, jak cena produktu, jego jakość, wartość odżywcza oraz wygląd i smak produktów żywieniowych. Im wyższy status materialny dekla-

rują respondentki, tym mniejszą wagę przykładają do ceny produktu, jako kryterium wyboru ($r = -0,512$; $p = 0,1$). Podobną, choć słabszą tendencję zauważa się w przypadku tradycji rodzinnych oraz pory roku. Niemniej jednak w tym miejscu nie wykazano wyraźnych korelacji

Analiza danych otrzymanych po przeprowadzeniu badań kwestionariuszowych pozwoliła również na stwierdzenie, że respondentki deklarujące dobry i bardzo dobry status materialny większą wagę przykładają do jakości produktu ($r = 0,512$; $p = 0,09$), wartości odżywczej produktu ($r = 0,476$; $p = 0,07$) oraz wyglądu nabywanych produktów ($r = 0,312$; $p = 0,07$).

Nie wykazano natomiast istotnych statystycznie różnic ani korelacji pomiędzy dokonywaniem przez respondentki wyborów żywieniowych podyktowanych pozytywnymi lub negatywnymi emocjami a zadeklarowanym przez nie statusem materialnym. We wszystkich grupach wynik ten jest dość wysoki.

Również sytuacja rodzinna jest istotnym determinansem wyborów żywieniowych (**Tabela 3**). Najmniejszą wagę do ceny nabywanych produktów przykładają respondentki mieszkające z rodzicami (52,94%). Kobiety

Tabela 2. Znaczenie poszczególnych uwarunkowań wyborów żywieniowych w ocenie respondentek z różnym statusem materialnym

	bardzo dobry	dobry	przeciętny	zły
cena	26,67%	67,44%	94,44%	100%
jakość produktu	60%	55,81%	44,44%	0%
wartość odżywcza	73,33%	34,88%	8,33%	0%
wygląd	87,67%	88,37%	66,67%	0%
smak	100%	93,02%	91,67%	66,67%
tradycje rodzinne	40%	53,49%	50%	100%
przyzwyczajenia	47,67%	53,49%	44,44%	33,33%
moda	47,67%	30,23%	30,56%	0%
pozytywne emocje	66,67%	65,12%	52,78%	100%
negatywne emocje	80%	79,09%	80,56%	66,67%
pora roku	33,33%	41,86%	47,22%	66,67%

Tabela 3. Znaczenie poszczególnych uwarunkowań wyborów żywieniowych w ocenie respondentek z odmienną sytuacją rodzinną

	z rodzicami	związek bez dzieci	związek z dziećmi	sama
cena	52,94%	81,58%	70%	72%
jakość produktu	47,06%	53,62%	70%	45,16%
wartość odżywcza	17,63%	23,68%	30%	45,16%
wygląd	82,35%	71,05%	90%	80,65%
smak	82,35%	94,74%	100%	93,03%
tradycje rodzinne	76,47%	50%	70%	11,33%
przyzwyczajenia	47,06%	50%	50%	46,19%
moda	29,41%	39,47%	30%	16,49%
pozytywne emocje	64,71%	65,79%	80%	49,42%
negatywne emocje	70,59%	76,32%	80%	88,13%
pora roku	47,06%	36,84%	10%	59,09%

z tej grupy niewielką wagę przykładają również do wartości odżywczej nabywanych produktów (17,63%) oraz mody (29,41%). Natomiast bardzo duże znaczenie dla nich mają wygląd (82,35%) i smak (82,35%) nabywanych produktów oraz tradycje rodzinne (76,47%).

Respondentki będące w formalnych lub nieformalnych związkach nie posiadających potomstwa oraz respondentki prowadzące jednoosobowe gospodarstwa domowe dokonując wyborów żywieniowych kierują się smakiem produktów (94,74% kobiet będących w związkach bez dzieci i 100% kobiet w jednoosobowych gospodarstwach domowych), ich ceną (81,59%; 72%) oraz wyglądem (71,05%; 80,65%).

Natomiast kobiety będące w formalnych lub nieformalnych związkach posiadających potomstwo, poza czynnikami wymienionymi dotychczas, swoje wybory żywieniowe warunkują również wartością odżywczą nabywanych produktów (45,16%).

Dla respondentek ze wszystkich badanych grup ważnym determinantem wyborów żywieniowych są emocje. Pod wpływem pozytywnych emocji wyborów żywieniowych dokonuje 67,41% respondentek mieszkających z rodzicami, 65,79% respondentek w związkach nie posiadających dzieci, 80% respondentek w związkach posiadających dzieci oraz 46,19% respondentek prowadzących jednoosobowe gospodarstwa domowe. Natomiast pod wpływem negatywnych emocji wyborów żywieniowych dokonuje analogicznie 70,59%; 76,32%, 80%; 88,13% respondentek.

Dyskusja

Zainteresowanie badaczy mechanizmami dokonywania przez ludzi określonych wyborów żywieniowych wciąż wzrasta. Poznanie czynników odpowiadających za wybory żywieniowe pozwala bowiem na lepsze dostosowanie działań podejmowanych w tym zakresie. Niestety wciąż zauważa się znaczące trudności w tym zakresie, które wynikają w głównej mierze ze złożoności procesu dokonywania wyborów żywieniowych.

Specjaliści [7–9] podają, że niezwykle istotnym czynnikiem, wpływającym na dobór uwarunkowań wyborów żywieniowych, jest status ekonomiczny oraz pozycja socjoekonomiczna osób dokonujących tych wyborów. Osoby o wyższym statusie materialnym i wyższej pozycji socjoekonomicznej przy dokonywaniu wyborów żywieniowych często kierują się innymi kryteriami. Dla takich osób istotna jest jakość nabywanych produktów, ich wygląd i smak. Rzadziej natomiast kierują się kryterium finansowym. Doniesienia te zostały potwierdzone również w badaniach własnych. Respondentki, które oceniły swój

status materialny jako bardzo dobry rzadziej kierowały się ceną, jako kryterium przy dokonywaniu wyborów żywieniowych. Większą uwagę przykładają natomiast do jakości nabywanych produktów.

Badacze [7–9] w swoich doniesieniach podkreślają również, że status materialny i pozycja socjoekonomiczna są powiązane z występowaniem nadwagi i otyłości. W ich opinii wyższy status ekonomiczny oraz wyższa pozycja socjoekonomiczna predysponują do występowania nadmiernej masy ciała. Zależność ta nie została jednak potwierdzona w badaniach własnych. Zgodnie z nimi odsetek respondentek z nadwagą i otyłością, które swój status materialny określiły jako przeciętny (ani dobry ani zły) jest dwukrotnie wyższy niż odsetek respondentek, które swój status materialny określają jako bardzo dobry (37,11% vs 15,46%).

Piśmiennictwo podaje [10], że osoby o wyższej masie ciała bardzo często ograniczają spożycie produktów bogatych w tłuszcze oraz cukry proste. Wyniki badań własnych pokazują natomiast, że produkty bogate w tłuszcze i cukry proste są jednymi z najczęściej wybieranych przez respondentki z nadwagą i otyłością. Aż 32,99% respondentek, biorących udział w badaniach, zadeklarowało, że największą część pieniędzy przeznaczanych na zwyczajowe zakupy wydają właśnie na produkty bogate w tłuszcze oraz cukry proste. Specjaliści podkreślają, że takie postępowanie może wynikać z przeszacowania zdrowej żywności lub niedoszacowania żywności niezdrowej [11, 12]. Choć założenie to początkowo odnosiło się głównie do dzieci i młodzieży, obecnie uważa się, że ze względu na działania marketingowe koncernów spożywczych może być ono odnoszone również do osób dorosłych.

Wysokie nakłady ponoszone w badanej populacji na słodczyce i słone przekąski, produkty zbożowe oraz produkty mięsne wynikać mogą również ze zmian społeczno-gospodarczych, jakie nastąpiły w Polsce po roku 1989. Wnioski takie przedstawiane są w badaniach przeprowadzonych przez Prado i wsp. [13], ukazując istotne trendy wzrostowe dla spożycia produktów mięsnych na rzecz ryb, jaj oraz tłuszczów zwierzęcych. Zmiany determinantów wyborów żywieniowych uwarunkowane zmianami społeczno-gospodarczymi oraz statusem socjoekonomicznym badanych podkreśla również Sekuła [14, 15].

Nieco więcej informacji na temat uwarunkowań żywieniowych daje Europejskie Badanie Nastawienia Konsumentów do Żywności, Żywnienia i Zdrowia. Badanie przeprowadzane we wszystkich krajach członkowskich Unii Europejskiej wykazało, że najważniejszymi czynnikami warunkującymi wybory żywieniowe są: jakość oraz świeżość produktów (74%), ich cena (43%) oraz

smak (38%). Jak wykazano, koncentracja na jakości oraz świeżości nabywanych produktów uwarunkowana może być wiekiem, statusem socjoekonomicznym oraz wykształceniem konsumentów. Badacze podkreślili również, że smak wybieranych produktów jest ważnym kryterium wyboru, niezależnie od wymienionych czynników [16].

Wyniki badań prowadzonych przez Colles i wsp. [17] ukazują, że respondenci największe znaczenie w procesie dokonywania wyborów żywieniowych przypisują wartościom zdrowotnym produktów, a dopiero później takim, jak smak produktów i przyzwyczajenia. Wyniki badań własnych pokazują natomiast, że dla respondentek smak oraz cena nabywanych produktów mają większe znaczenie przy dokonywaniu wyborów żywieniowych niż ich jakość.

Ważnym uwarunkowaniem wyborów żywieniowych, podnoszonym w badaniach własnych, są emocje respondentów. Powszechnie wiadomo, że emocje – tak pozytywne jak i negatywne – mają bardzo duży wpływ na wybory żywieniowe. Empiryczne dowody potwierdzające tę tezę znalazło również wielu badaczy. Cannetti i wsp. [18] udowodnili, że wpływ emocji na wybory żywieniowe jest silniejszy u osób otyłych oraz osób stale będących na diecie niż u osób z prawidłową masą ciała. Wynik taki może sugerować, że same emocje nie są odpowiedzialne za nadmierne spożycie produktów spożywczych, ale za wybór produktów, których spożycie może prowadzić do nagromadzenia tkanki tłuszczowej [19]. Specjaliści podkreślają również, że jedynie znając czynniki emocjonalne warunkujące nabywanie i spożywanie określonych produktów możliwe jest wzmocnienie właściwych nawyków żywieniowych oraz wpływ na uwarunkowania wyborów żywieniowych ludzi. Konsekwencją tych wzmocnień oraz wpływów może być również kontrola masy ciała, co jest szczególnie istotne w przypadku osób z nadwagą i otyłością.

Uwarunkowanie wyborów żywieniowych przeżywanymi emocjami odnosi się również do traktowania pożywienia jako nagrody. Nagrodą może być pożywienie jako takie i ewentualna możliwość spożycia porcji większych niż zwyczajowo, jak również spożywanie określonych produktów spożywczych. Znaczenie żywienia jako nagrody podkreślili w swoich badaniach Spence i wsp. [20], ukazując wpływ pozytywnych emocji na wybory żywieniowe konsumentów.

Wnioski

Istotnymi determinantami wpływającymi na wybory żywieniowe respondentek z nadmierną masą ciała są status ekonomiczny oraz sytuacja rodzinna. Niemniej jednak

z nadwagą i otyłością dokonując wyborów żywieniowych częściej kierują się smakiem oraz wyglądem nabywanych produktów niż ich ceną czy jakością. Mniejsze znaczenie mają również przyzwyczajenia oraz tradycje rodzinne. Nie bez znaczenia jest natomiast wpływ emocji – tak pozytywnych jak również negatywnych – na wybory dokonywane przez respondentki.

Piśmiennictwo

1. Ogden J. Psychologia odżywiania się. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.
2. Yudkin J. Man's choice of food. *Lancet*. 1956;270(6924): 645–649.
3. Steptoe A, Pollard TM, Wardle J. Development of a measure of the motives underlying the selection of food: The food choice questionnaire. *Appetite*. 1995;25:267–284.
4. Williams KE, Paul C, Pizzo B, Riegel K. Practice does make perfect: a longitudinal look at repeated taste exposure. *Appetite*. 2008;51(3):739–742.
5. Kearney M, Gibney MJ, Martinez JA et al. Perceived need to alter eating habits among representative samples of adults from all member states of the European Union. *European Journal of Clinical Nutrition*. 1997;51:30–35.
6. Neumark-Sztainer D, Eisenberg ME, Fulkerson JA et al. Family meals and disordered eating in adolescents: Longitudinal findings from project EAT. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*. 2008;162(1):17–22.
7. Shrewsbury V, Wardle J. Socioeconomic status and adiposity in childhood: a systematic review of cross-sectional studies 1990–2005. *Obesity*. 2008;16(2):275–284.
8. Goldblatt PB, Moore ME, Stunkard AJ. Social factors in obesity. *JAMA: J Am Med Assoc*. 1965;192:1039–1044.
9. Popkin BM, Gordon-Larsen P. The nutrition transition: worldwide obesity dynamics and their determinants. *Int J Obes Relat Metab Disord: J Int Assoc Study of Obes*. 2004;28(Suppl. 3):2–9.
10. Tur JA, Serra-Majem L, Romaguera D, Pons A. Profile of overweight and obese people in a Mediterranean region. *Obes Res*. 2005;13:527–536.
11. Middleman AB, Vazquez I, Durant RH. Eating patterns, physical activity, and attempts to change weight among adolescents. *J Adol Health*. 1998;13:37–42.
12. Field AE, Austin SB, Taylor CB. Relation between dieting and weight change among preadolescents and adolescents. *Pediatrics*. 2003;111:900–906.
13. Sekuła W. Spożycie przetworów zbożowych. *Żywn Żyw Zdr*. 1997;6(2):164–170.
14. Pardo B, Sygnowska E, Waśkiewicz A, Piotrowski W, Broda G. Zmiany spożycia żywności w populacji polskiej w latach 1984–1993. *Żyw Człow*. 1997;24(1):29–44.
15. Sekuła W, Niedziątek Z. Food consumption trends in Poland. *Pol J Food Nutr Sci*. 1994;3/44(2):3–14.
16. De Irala-Estevez J, Groth M, Johansson L, Oltersdorf U, Pratala R, Martinez-Gonzalez MA. A systematic review of socioeconomic differences in food habits in Europe: consumption of fruit and vegetables. *European Journal of Clinical Nutrition*. 2000;54:706–714.
17. Colles SL, Singh S, Kohli C, Mithal C. Dietary beliefs and eating patterns influence metabolic health in type 2 diabetes: A clinic-based study in urban North India. *Indian J Endocrinol Metab*. 2013;17(6):1066–72.
18. Cannetti L, Bachar E, Berry EM. Food and Emotion. *Behav Processes*. 2002;60:157–164.

19. Faith MS, Allison DB, Geliebter A. Emotional eating and obesity: theoretical considerations and practical recommendations W: Dalton (red.). Obesity and weight control: the health professional's guide to understanding and treatment. Gaithersburg, MD: Aspen 1997; 439–465.
20. Spence M, Barbara M, Livingstone E. A qualitative study of psychological, social and behavioral barriers to appropriate food portion size control. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2013;10:92–112.

Adres do korespondencji:

Sandra Kryska
Studium Doktoranckie, Wydział Lekarski z Oddziałem Lekarsko-Dentystycznym w Zabrze
Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach
pl. Traugutta 2
41-800 Zabrze
tel.: 608 488 185
e-mail: sandrakryska@vp.pl