

Poziom zadowolenia z wyglądu zewnętrznego w społeczeństwie obszaru Polski Wschodniej

Satisfaction with outside appearance in the society of Eastern Poland

Ewa Humeniuk¹, Olga Dąbska¹, Katarzyna Pawlikowska-Łagód², Katarzyna Oberda¹

¹Zakład Patologii i Rehabilitacji Mowy, Wydział Nauk o Zdrowiu, Uniwersytet Medyczny w Lublinie

²Zakład Etyki i Filozofii Człowieka, Wydział Nauk o Zdrowiu, Uniwersytet Medyczny w Lublinie

dr hab. n. o zdr. Ewa Humeniuk¹,
mgr Olga Dąbska¹,
mgr Katarzyna Pawlikowska-Łagód²,
mgr Katarzyna Oberda¹

Streszczenie.

Wprowadzenie. Artykuł koncentruje się na problemie stosunku dzisiejszego człowieka do wyglądu zewnętrznego. Na przestrzeni lat wyobrażenie na temat piękna zmieniało się, a obecne stulecie nadało mu komercyjnego znaczenia.

Cel. Celem pracy była analiza poziomu zadowolenia współczesnego społeczeństwa z własnego wyglądu.

Material i metoda. Badania przeprowadzono wśród 61 osób. Narzędzie badawcze stanowił autorski kwestionariusz.

Wyniki. Badani wyrazili zadowolenie ze swojego wyglądu nawet pomimo małych mankamentów, które ewentualnie chcieliby zmienić. Niewielu badanych przykładało uwagę do opinii otoczenia dotyczących ich wyglądu. Ich zdaniem uroda wpływa na pozycję społeczną, karierę zawodową i życie towarzyskie.

Wnioski. Ciało i wygląd odgrywają coraz większą rolę w życiu jednostek i całych społeczeństw. Jednakże w hierarchii wartości zdrowie zajmuje ciągle pozycję wyższą nad wyglądem, będąc wartością nadrzędną.

Słowa kluczowe: estetyka, piękno, obraz ciała, aparycja

Summary.

Introduction. The article focuses on the issue of modern man's attitude towards outside appearance. Ideals of beauty were changing over the years and in the current century they were given commercial importance.

Goal of work. The analysis of modern society's satisfaction with outside appearance.

Data and methods. The research was conducted on the group of 61 people. Authorial questionnaire was the research tool.

Results. The respondents expressed contentment with their appearance despite small flaws they would like to change. Very few respondents paid attention to the society's opinion about their appearance. The surveyed claim that the outside appearance influences social standing, professional career and social life.

Conclusion. Body and outside appearance play an increasing role in the lives of individuals as well as the whole societies. However, in the hierarchy of values, health triumphs over appearance.

Key words: esthetics, beauty, body image, apparition

Wprowadzenie

Piękno od wieków plasowało się na czołowej pozycji w hierarchii ludzkich wartości. „Piękno było tym, do czego ludzie dążyli i dążyć z pewnością będą” [1]. Na przestrzeni lat wyobrażenie na temat piękna uległo zmianie, a obecne stulecie nadało mu komercyjnego znaczenia. Literatura przedmiotu donosi, iż „Piękno jest kategorią zmienną – zmienia się zgodnie z wymogami kulturowymi i upływem czasu” [1].

Każda kultura wypracowuje swój ideał piękna. Kultura zachodu określana jest mianem *kultury młodości*, w której liczy się fizyczność bez skazy, a wygląd staje się podstawowym kryterium oceny ludzi [2]. Owa *kultura piękna* na skutek dobiegających zewsząd przekazów, dotyczących wyglądu zewnętrznego uległa przeobrażeniu w *kult piękna*, przez niektórych określany nawet mianem *terroru piękna*, w którym od człowieka wymaga się, aby był piękny.

Cel pracy

Celem pracy była analiza poziomu zadowolenia współczesnego społeczeństwa z własnego wyglądu. Głębszemu wyjaśnieniu postawionego celu posłużyły następujące pytania:

1. Czy wygląd zewnętrzny wpływa na jakość życia, w tym pozycję społeczną i życie towarzyskie badanych?
2. Co zdaniem badanych jest ważniejsze: zdrowie czy ładny wygląd?
3. W jakim stopniu badanych ciekawią opinie społeczne dotyczące ich wyglądu?

Materiał i metoda

Badaniem objęto grupę 61 mieszkańców Polski Wschodniej, w tym 30 mężczyzn (49%) i 31 kobiet (51%). Badani przynależeli do kategorii wiekowych: do 25 lat - 31% (n=19), 26-32 lat - 38% (n=23), ≥ 33 lat - 31% (n=19). Uczestnicy badania w 26% (n=15) pochodzili ze wsi, 74% (n=46) z miasta. Ankietowanych poproszono o dokonanie samooceny warunków socjalno-bytowych. Najczęściej (53%, n=32) oceniano je jako dobre. Zdecydowana mniejszość deklarowała przeciętne (38%, n=23), bardzo dobre (7%, n=4) lub złe (2%, n=2) warunki socjalno-bytowe. Znaczna część (66%, n=40) respondentów posiadała wyższe wykształcenie. Pozostali badani mieli wykształcenie średnie i niższe (44%, n=21). Większość (67%, n=41) stanowiły osoby aktywne zawodowo, zaś $\frac{1}{3}$ (n=20) ankietowanych była bezrobotna. Wskaźnik masy ciała BMI w przypadku większości uczestników badania (57%, n=70) mieścił się w normie. Pozostała $\frac{1}{3}$ (n=40) grupy miała nadwagę, $\frac{1}{10}$ (n=12) niedowagę.

Przeprowadzając badania posłużono się metodą sondażu diagnostycznego, techniką ankietową. Narzędziem badawczym był autorski kwestionariusz, do którego dołączono metryczkę z pytaniami o czynniki socjo-demograficzne. W kwestionariuszu znajdowały się pytania dotyczące m.in. satysfakcji z wyglądu, wpływie wyglądu na jakość życia, wartościowania zdrowia i urody. Pytania miały charakter zamknięty i półotwarty, a ankietowani mogli udzielić przeważnie jednej odpowiedzi. Analizy materiału badawczego dokonano przy użyciu pakietu statystycznego STATISTICA 10 i programu Microsoft Office Excel. Posłużono się testem jednorodności χ^2 dla niepowiązanych cech jakościowych do wykrycia istnienia różnic między porównywanymi grupami i do zbadania istnienia zależności

między badanymi cechami. Przyjęto 5% błąd wnioskowania i poziom istotności $p < 0,05$, wskazujący na istnienie istotnych statystycznie różnic bądź zależności. Respondentów poinformowano o istocie badań i ich anonimowym charakterze.

Wyniki

Z badań wynika, że ponad połowa respondentów (56%, $n=34$) jest zadowolona ze swojego wyglądu, ale chciałyby dokonać w nim zmian, zwłaszcza zaś dotyczących brzucha, ud, pośladków, biustu, nosa, ust. Tylko $\frac{1}{3}$ ($n=21$) ankietowanych deklaruje całkowite zadowolenie ze swojej prezencji. Nie wykazano istotnych różnic w zadowoleniu z wyglądu w zależności od zmiennych socio-demograficznych. Jedynie bliskie istotności były zależności względem płci ($p=0,052$). Kobiety częściej niż mężczyźni deklarowały chęć poprawy wizerunku.

Dla zdecydowanej większości ankietowanych osób (78%, $n=48$) wygląd odgrywa istotne znaczenie. Jedynie 3% ($n=2$) badanych uważa aparycję za nieważną. Wyraźne różnice w ocenie istotności wyglądu zewnętrznego widać przy podziale ankietowanych pod względem płci ($p=0,001$). Aż 94% ($n=29$) kobiet twierdzi, że prezencja ma zasadnicze znaczenie. W przypadku badanych mężczyzn 37% ($n=11$) traktuje wygląd zewnętrzny za mało znaczący [tabela 1].

Tabela 1. Czy Pana/Pani zdaniem wygląd zewnętrzny ma duże znaczenie?

Zmienna	Kategorie odpowiedzi				Analiza statystyczna		
		bardzo ważny	ważny	przeciętny	nieważny	H	p
Płeć							
kobiety	n	1	28	2	0	15,5015	0,001
	%	3%	91%	6%	0%		
mężczyźni	n	6	13	9	2		
	%	20%	43%	30%	7%		

Większość badanych (85%, $n=52$) traktuje zdanie osób trzecich dotyczące ich wyglądu za przeciętnie ważne lub nieistotne. Tylko dla 15% ($n=9$) ankietowanych opinie społeczne na temat ich aparycji bardzo ważne. Analiza statystyczna wykazała istotne różnice z zakresu badanej kwestii względem wykształcenia ($p=0,04$). Ankietowani o wyższym wykształceniu deklarowali przeważnie przeciętne zainteresowanie opinią społeczną na temat ich wyglądu (75%, $n=30$). Wśród osób o wykształceniu średnim i niższym opinia społeczna odgrywała większą rolę i interesowało się nią w dużym stopniu 29% ($n=6$) badanych [tabela 2].

Tabela 2. Czy Pana/Panią interesuje co inni myślą o Twoim wyglądzie?

Zmienna	Kategorie odpowiedzi				Analiza statystyczna	
	tak, bardzo	przeciętnie	raczej nie	nie	H	p
Wykształcenie						
średnie i niżej	n	6	9	3	7,8513	0,049
	%	29%	43%	14%		
wyższe	n	3	30	5		
	%	8%	75%	12%		

Widoczne są różnice w odpowiedziach dotyczących stosowania się do rad na temat wyglądu płynących od osób postrzeganych w naszych oczach jako atrakcyjne. Wykazano istotność statystyczną względem wieku badanych ($p=0,054$). Niewiele ponad połowa (51%, $n=31$) ankietowanych sugeruje się radami osób, które w ich przekonaniu dobrze wyglądają. Najmniejsze (26%, $n=5$) zainteresowanie pomocą innych w dbaniu o wygląd wykazali najmłodsi ankietowani, a największe (61%, $n=14$) grupa wiekowa 26-32 lata [tabela 3].

Tabela 3. Czy Pan/Pani stosuje się do rad osób, które w Twoim przekonaniu dobrze wyglądają?

Zmienna	Kategorie odpowiedzi		Analiza statystyczna		
	tak	nie	H	p	
Wiek					
do 25 lat	n	5	14	5,8089	0,054
	%	26%	74%		
26–32 lata	n	14	9		
	%	61%	39%		
powyżej 33 lat	n	11	8		
	%	58%	42%		

Godne podkreślenia jest, iż 72% ($n=43$) ankietowanych uważa, że dobry wygląd nie wpływa na jakość życia. Duże znaczenie w tej kwestii odegrał wiek ($p=0,039$). Najwięcej twierdzących odpowiedzi na pytanie „Czy Pana/Pani zdaniem ładny wygląd rzutuje na poprawę jakości życia?” udzielili badani do 25 lat (47%, $n=9$). Zaś najmniej przedstawiciele najstarszej grupy wiekowej (11%, $n=2$) [tabela 4].

Tabela 4. Czy Pana/Pani zdaniem ładny wygląd rzutuje na poprawę jakości życia?

Zmienna	Kategorie odpowiedzi		Analiza statystyczna		
	tak	nie	H	p	
Wiek					
do 25 lat	n	9	10	6,4729	0,039
	%	47%	53%		
26–32 lata	n	6	17		
	%	26%	74%		
powyżej 33 lat	n	2	17		
	%	11%	89%		

Ponad połowa (56%, n=34) ankietowanych jest zdania, że wygląd wpływa na zajmowaną pozycję społeczną. Zdecydowana większość respondentów (84%, n=51) uważa, że osoby z lepszą prezencją mają większą szansę na dobrą pracę. Wyłącznie 16% (n=10) myśli, że wygląd nie ma znaczenia w rozwoju kariery zawodowej. Znaczna część badanych (82%, n=50) sądzi, iż ładny wygląd ma także istotny wpływ na udane życie towarzyskie. Odmiennie zdanie prezentowało wyłącznie 18% (n=11) uczestników badania. Analizowane zmienne socjo-demograficzne nie spowodowały istotnych statystycznie różnic w rozkładzie powyższych odpowiedzi.

Ocenie poddano opinie ankietowanych dotyczącą wpływu sytuacji materialnej na wygląd zewnętrzny. Zdaniem ponad połowy osób (52%, n=32) dochody nie mają wpływu na wygląd. Uzyskano istotność statystyczną względem miejsca zamieszkania badanych (p=0,019). Mieszkańcy dużych miast aż w 83% (n=10) byli przekonani, iż sytuacja finansowa odgrywa istotną rolę w dbaniu o wygląd. Najwięcej odmiennych poglądów na ten temat było wśród osób mieszkających na wsi (69%, n=11) [tabela 5].

Tabela 5. Czy Pana/Pani zdaniem sytuacja materialna wpływa na wygląd zewnętrzny?

Zmienna	Kategorie odpowiedzi		Analiza statystyczna		
	tak	nie	H	p	
Miejsce zamieszkania					
wieś	n	5	11	7,8417	0,019
	%	31%	69%		
małe miasto	n	15	18		
	%	45%	55%		
duże miasto	n	10	2		
	%	83%	17%		

Niemalże wszyscy respondenci (92%, n=56) sądzą, iż nie byłoby w stanie poświęcić swojego zdrowia dla idealnego wyglądu. Do takich działań skłonna byłaby tylko niewielka 8% (n=5) grupa. Wykazano istotność statystyczną względem wykształcenia (p=0,006). Wszystkie osoby z wyższym wykształceniem twierdziły, że zdrowie jest wartością ważniejszą

od urody. W przypadku ankietowanych o wykształceniu średnim i niższym 24% (n=5) wybrałaby piękny wygląd kosztem dobrego stanu zdrowia [tabela 6].

Tabela 6. Czy Pan/Pani poświęciłby swoje zdrowie dla idealnego wyglądu?

Zmienna	Kategorie odpowiedzi		Analiza statystyczna	
	tak	nie	H	p
Wykształcenie				
średnie i niższe	n	5	7,4512	0,006
	%	24%		
wyższe	n	0		
	%	0%		

Dyskusja

Zdecydowana większość, gdyż aż 90% badanych jest zadowolonych ze swojego wyglądu, przy czym całkowite zadowolenie deklarowało 34%, a pozostałe 56% mimo satysfakcji chciałoby dokonać zmian w wizerunku. Wśród najczęściej wymienianych części ciała, które poddano by zmianie wymieniono brzuch, uda, pośladki, biust, nos, usta, oczy. Sankowski dowodzi, że do najchętniej zmienianych części ciała należą właśnie brzuch, biust, nos, uszy, pośladki [3]. Według danych Międzynarodowego Towarzystwa Estetycznej Chirurgii Plastycznej (International Society of Aesthetic Plastic Surgery, ISAPS) wśród najczęściej przeprowadzanych procedur estetycznych znajdowały się „(...) zabiegi lipoplastyki (odsysanie tłuszczu wraz z plastyką powłok brzusznych), powiększanie biustu, plastyka powiek, nosa i brzucha” [4]. Zarek donosi, iż kobiety są bardziej niż mężczyźni niezadowolone ze swego ciała, największe różnice międzypłciowe dotyczyły obszarów dolnej połowy ciała, w tym bioder, pośladków, ud oraz łydek [5]. Podobnie w badaniach własnych to panie częściej wskazywały chęć poddania się zabiegom korekcyjnym z powodu mniejszego zadowolenia z wyglądu.

Wygląd charakteryzuje miejsce w społeczeństwie, a człowiek oceniany jest niemalże na każdym kroku na podstawie swojego wizerunku. Coraz większego znaczenia nabiera przysłowie *Jak Cię widzą, tak Cię piszą*. Tak też zatytułowane jest badanie CBOS-u, którego celem była ocena znaczenia wyglądu. Zdaniem 72% Polaków dobra prezencja sprzyja powodzeniu w życiu osobistym i zawodowym. Atrakcyjny wygląd przesądza o możliwości sukcesu. Zdecydowana większość (90%) badanych przywiązuje dużą wagę do własnego wyglądu, w tym 88% mężczyzn i 92% kobiet. Jednocześnie, aż 83% badanych interesował wygląd innych ludzi [6]. W badaniach autorskich dla znacznej części respondentów wygląd jest ważny (67%) lub bardzo ważny (11%). Mimo to, opinie osób trzecich dotyczące naszej aparycji postrzegano przeważnie, jako mało istotne (85%). Zdaniem Buss znaczenie urody u

płci przeciwnej, jako pożądaney cechy wzrasta od ostatnich kilkadziesiąt lat [7]. Z kolei Bieńko podkreśla, iż zmiany wyglądu na skutek postępującego procesu starzenia postrzega się jako utratę urody i poddaje społecznej stygmatyzacji. Obsesja na punkcie pięknego wyglądu powoduje, że ludność dąży do odwrócenia procesu starzenia się, a medialne epatowanie pięknem cenzuruje starość [8]. Ikoną współczesnej kultury konsumpcyjnej stała się lalka Barbie, której nienaturalne kształty są nierealnym do osiągnięcia wzorem kobiecości [9]. Według Jakubowskiej ciało jest przedmiotem kontroli społecznej i podporządkowane jest obowiązującym powszechnie normom [10].

Zdaniem 56% ankietowanych dobry wygląd rzutuje pozytywnie na pozycję społeczną, 84% prestiż i karierę zawodową oraz 82% życie towarzyskie. Potwierdzeniem tego są badania Zebrowitz i wsp., którzy dowodzą, że atrakcyjny wygląd zarówno u mężczyzn, jak i kobiet koreluje dodatnio z wartością wskaźnika IQ. Tym samym potwierdzając, że osoby atrakcyjne mają wyższe wykształcenie oraz dochody od osób o przeciętnej urodzie [11]. Zdaniem Rychlik wygląd w ogromnym stopniu decyduje o powodzeniu w życiu osobistym. Ponadto osoby fizycznie atrakcyjne są lepiej postrzegane przez pracodawców i mają większe powodzenie u płci przeciwnej [12]. Panuje przekonanie, że atrakcyjni ludzie posiadają w związku z pięknym wyglądem wiele pozytywnych cech, jak kompetencje interpersonalne oraz zawodowe czy przystosowanie społeczne. Zjawisko to nosi nazwę *efektu aureoli* [13]. "Nie trzeba dziś nikogo przekonywać, że racjonalna pielęgnacja zdrowia i urody ma istotny wpływ na samopoczucie człowieka, że odgrywa ważną rolę w kształtowaniu jego postawy wobec otaczającego świata. (...) Człowiek zadowolony ze swojego wyglądu zewnętrznego staje się aktywniejszy w życiu osobistym, rodzinnym i zawodowym" [14]. W analizie Centrum Badania Opinii Społecznej *Polak zadbany - troska o sylwetkę i własne ciało* blisko połowa respondentów (45%) sądzi, iż wygląd ma duże znaczenie w osiągnięciu życiowego sukcesu. Człowiek zadbany dużo bardziej pozytywnie usposabia do siebie otoczenie, jest lepiej postrzegany i łatwiej mu realizować cele, niż osobie mało atrakcyjnej. Najczęściej wskazywanym motywem troski o sylwetkę jest własne samopoczucie, chęć podobań się, wyraz osobowości, podążanie za modą, obawia odrzucenia, chęć bycia lubianym i wzbudzanie aprobaty [15].

Niemalże dla wszystkich (92%) ankietowanych zdrowie jest znacznie ważniejsze niżeli idealny wygląd. Dobrą kondycję zdrowotną celem pięknego wizerunku poświęcić by mogła tylko niewielka, gdyż 8% grupa. Zdaniem Gawande oraz Noszczyk pomimo toczącej się walki o piękny wygląd, to jednak zdrowie jest dużo ważniejsze i wymieniane, jako najwyższa życiowa wartość [16, 17]. Także Czapiński i Panek podkreślają, iż Polacy na

pierwszym miejscu wskazują na zdrowie w hierarchii wartości [18]. Mimo to, „(...) pozytywny obraz ciała wiąże się z wyższą samooceną, poczuciem atrakcyjności, większą pewnością siebie oraz z poczuciem szczęścia osobistego” [19].

Podsumowanie i wnioski

Piękno w dzisiejszych czasach to dominujący kanon, spełniający ważną rolę w ludzkim życiu. Znajdujemy się w momencie, gdzie naturalna uroda zaczyna ustępować miejsca sztucznej. „(...) zmienia się postrzeganie własnego ciała. Staje się ono projektem, materiałem, który można w miarę potrzeb przerabiać, modyfikować. (...) powraca model ciała-maszyny, które należy nieustannie serwisować, poddawać przeglądowi medycznemu, poprawiać i ulepszać” [4], by sprostać normom kulturowego piękna. Ciało i wygląd odgrywają coraz większą rolę w życiu jednostek i całych społeczeństw.

1. Badani wyrazili zadowolenie ze swojego wyglądu nawet pomimo małych mankamentów, które ewentualnie chcieliby zmienić.
2. Niewielu badanych przykładało uwagę do opinii otoczenia dotyczących ich wyglądu. Ich zdaniem uroda wpływa na jakość życia, w tym zwłaszcza pozycję społeczną, karierę zawodową i życie towarzyskie.
3. Zdecydowana większość respondentów deklaruje, że zdrowie jest dla nich wartością nadrzędną. Tylko co dziesiąta ankietowana osoba byłaby w stanie poświęcić swoje zdrowie dla wymarzonego wyglądu.

References

- [1] Strzelecki W, Cybulski M, Strzelecka M, Dolczewska-Samela A. Zmiana wizerunku medialnego kobiety a zaburzenia odżywiania we współczesnym świecie. *Nowiny Lekarskie*. 2007; 76(2): 173-181.
- [2] Featherstone M. The body in consumer culture. W: Featherstone M, Hepworth M, Turner B, (red.). *The body, social process and cultural theory*. Londyn: Sage Publications; 1991: 197–208.
- [3] Sankowski A. *Pytania do chirurga plastycznego*. Warszawa: Hachette Livre Polska; 2006.
- [4] Wieczorkowska M. Medykalizacja wyglądu – nowy wymiar zdrowego ciała. *Acta Universitatis Lodzensis Folia Sociologica*. 2015; 55: 93-109.
- [5] Zarek A. Porównanie subiektywnej oceny ciała mężczyzn i kobiet w wieku 19–25 lat. *Roczniki Pomorskiej Akademii Medycznej w Szczecinie*. 2007; 53(3): 26-33.
- [6] Pankowski K. *Jak Cię widzą, tak Cię piszą – Polacy o znaczeniu wyglądu w życiu*. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej; 2009.

- [7] Buss DM. Ewolucja pożądania. Gdańsk: Wyd. GWP; 2003.
- [8] Bieńko M. Piękno starzejącego się ciała: oczywisty czy pozorny wymiar wartości społecznych? *Acta Universitatis Lodziensis Folia Sociologica*. 2015; 55: 23-36.
- [9] Łaciak B. Socjalizacja do troski o urodę. W: Szczepański MS, Pawlicka B, Śliz A, Zarębska-Mazan A, (red.). *Ciało spieniężone? Szkice antropologiczne i socjologiczne*. Tychy-Opole: Śląskie Wyd. Nauk; 2008: 15–27.
- [10] Jakubowska H. *Socjologia ciała*. Poznań: Wyd. Naukowe UAM; 2009.
- [11] Zebrowitz LA, Hall JA, Murphy NA, Rhodes G. Looking Smart and Looping Good: Facial Cuest to Intelligence and their Origins. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2002; 28(2): 238-249.
- [12] Rychlik T. Atrakcyjny wygląd, kulturystyka i fitness. Osiągnij wymarzoną sylwetkę w naturalny sposób w ciągu 6 tygodni. Gliwice: Wyd. „Złote Myśli”; 2006.
- [13] Cash T, Fleming E. Body image and social ralations. W: Cash T, Pruzinsky T, (red.). *Body image. A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: The Guilford Press; 2002: 277–286.
- [14] Jaroszewska B. *Zdrowie i uroda*. Warszawa: Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych; 1991: 3.
- [15] Pankowski K. *Polak zadbany- troska o sylwetkę i własne ciało*. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej; 2009.
- [16] Gawande A. *Lepiej. Zapiski chirurga o efektywności medycyny*. Kraków: Wyd. Znak; 2011.
- [17] Noszczyk M. *Kosmetologia pielęgnacyjna i lekarska*. Warszawa: Wyd. Lekarskie PZWL; 2010.
- [18] Czapiński J, Panek T. *Diagnoza Społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków*. Warszawa: Rada Monitoringu społecznego; 2013.
- [19] Zarek A. Obraz ciała w ujęciu procesu lub obiektu a satysfakcja z własnego ciała. *Roczniki Pomorskiej Akademii Medycznej w Szczecinie*. 2009; 55(1): 100–106.