

Dzieciństwo (nie) na sprzedaż

O seksualizacji
w mediach społecznościowych

Anna Borkowska

Zespół Programów Informacyjno-Edukacyjnych
NASK



Seksualizacja (APA, 2007)

Wartość osoby jest **oceniana jedynie przez pryzmat atrakcyjności seksualnej**, z pominięciem innych cech;

Osoba jest oceniana według **standardu, który utożsamia wąsko rozumianą atrakcyjność fizyczną z byciem „seksownym”**;

Osoba jest **seksualnie uprzedmiotowiona**, tzn. jest traktowana jedynie jako obiekt seksualny, a nie jak wartościowa i niezależna jednostka;

Seksualność jest **w sposób nieodpowiedni narzucona** danej osobie, np. w sposób niewłaściwy dla jej wieku czy etapu życia.

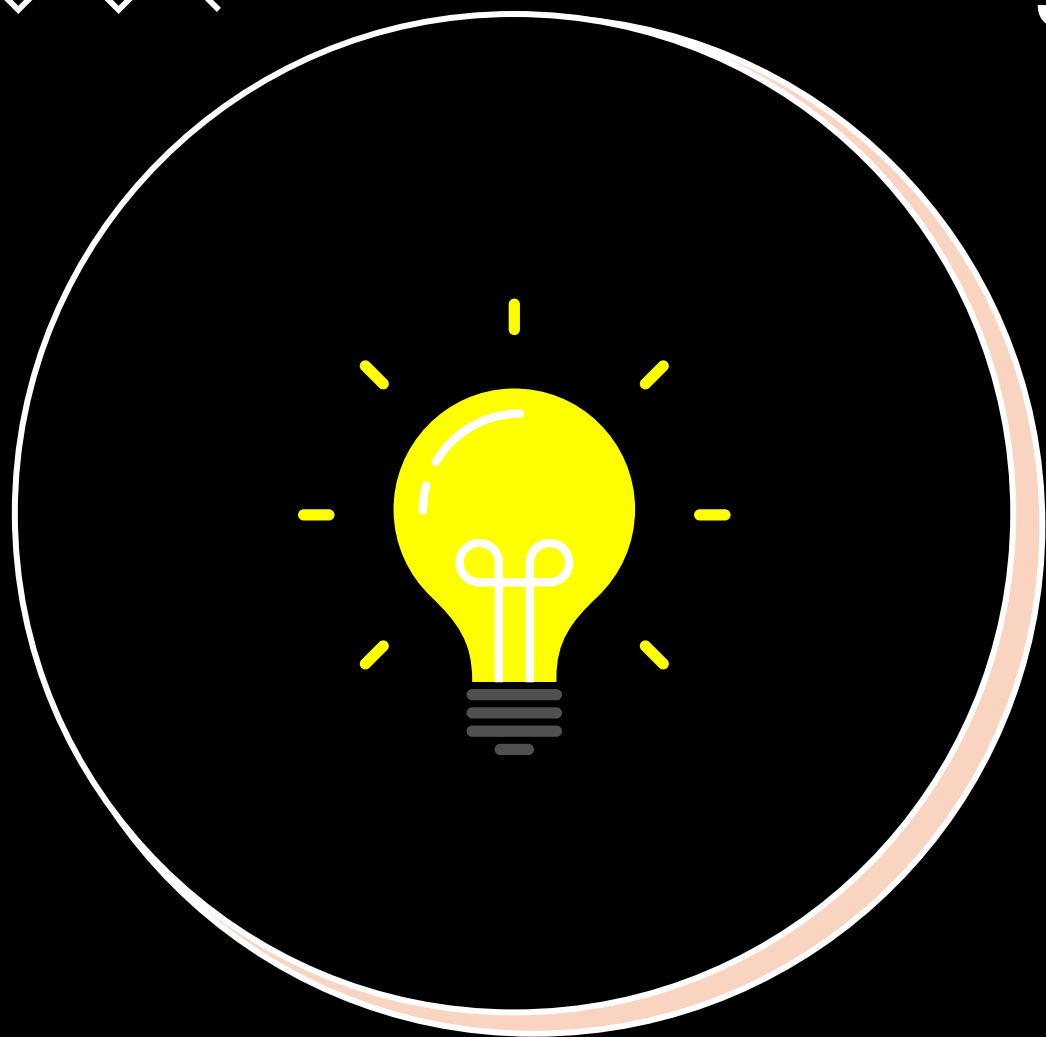
Seksualność

- Seksualność (od łac. *sexus* – płeć) to naturalny i integralny aspekt rozwoju człowieka.
- Związany z jego przynależnością do określonej płci biologicznej, świadomością tej przynależności oraz z rozumieniem ról, jakie z niej wynikają.
- W ujęciu rozwojowym seksualność dzieci dotyczy poznawania ciała, relacji, emocji i granic.





Sprawdźmy się 😊



Która z poniższych sytuacji jest przykładem seksualizacji?

- A. 4-letni chłopiec pytający, czy dziewczynki też mają „siusiaka”.
- B. 7-letnie dzieci bawiące się w „rodzinę”, naśladowujące dorosłych.
- C. 10-latka nagrywająca w internecie makijażowy tutorial, w którym pokazuje jak się „ładnie pomalować”.
- D. Nastolatek umawiający się na randkę.



Podsumujmy...

- Rozwój psychoseksualny i seksualność są naturalnym procesem rozwoju, którego doświadcza każde dziecko i nastolatek.
- Seksualizacja wprowadza przedwcześnie i w nadmiarze elementy erotyzacji:
 - niedostosowane do wieku dziecka,
 - redukujące dziecko do roli obiektu pożądania,
 - zastępujące rozwój autonomicznej i zdrowej seksualności presją zewnętrznych oczekiwań kulturowych.

Seksualizacja dzieci jako zjawisko systemowej i kulturowej presji

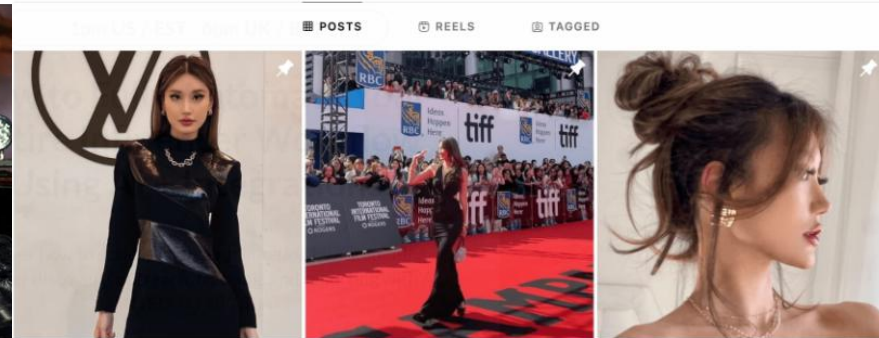
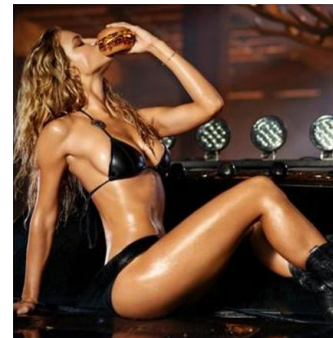
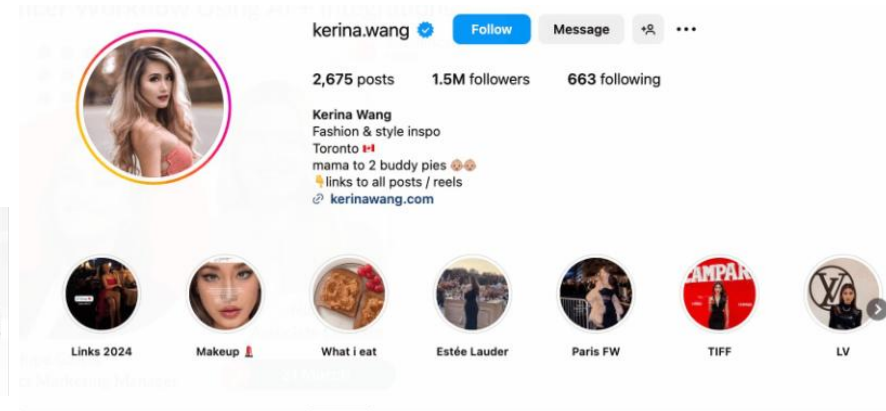
- **Seksualizacja pośrednia**

Zachodzi, gdy dzieci, choć same nie są przedstawiane w sposób seksualny, mają stały kontakt z przekazami kultury popularnej i reklamą nasyconą seksualnością, tworzoną z myślą o dorosłych odbiorcach.

Pod wpływem tych przekazów przyswajają nieświadomie wzorce zachowań i wizerunki, które mogą wpływać na ich postrzeganie ciała, relacji i tożsamości w sposób nieadekwatny do wieku.

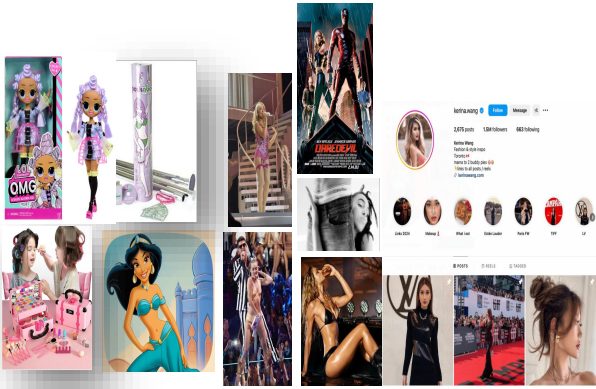
Seksualizacja dzieci jako zjawisko systemowej i kulturowej presji

- Seksualizacja pośrednia

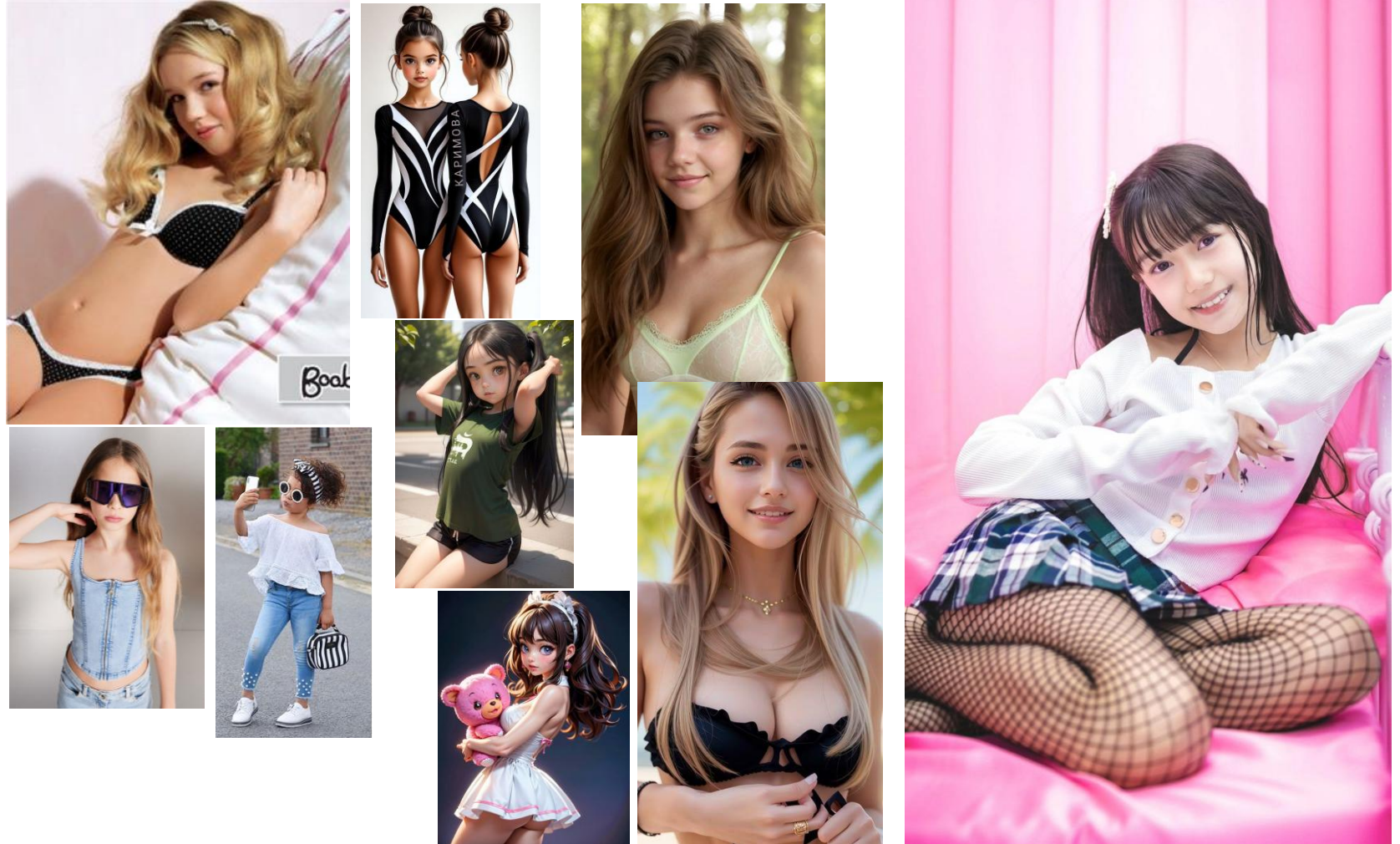


Seksualizacja dzieci jako zjawisko systemowej i kulturowej presji

- Seksualizacja pośrednia

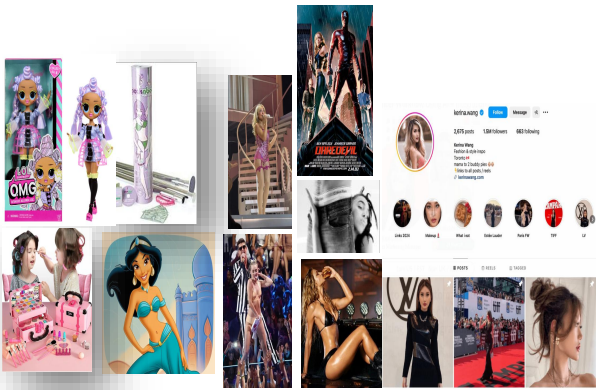


- Seksualizacja bezpośrednia



Seksualizacja dzieci jako zjawisko systemowej i kulturowej presji

- Seksualizacja pośrednia



• Seksualizacja bezpośrednia



madisoneighteen_ Madison

Obserwuj

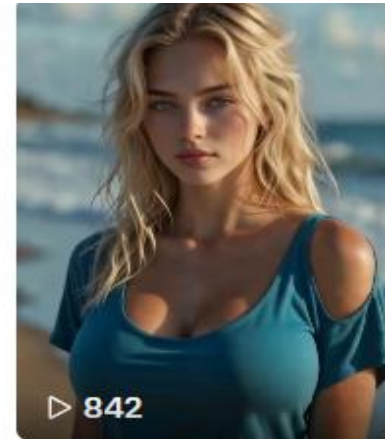
Wiadomość



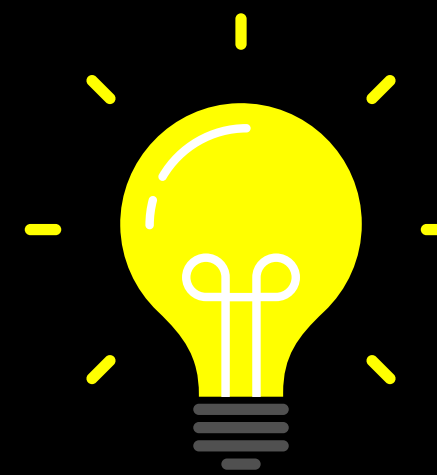
0 Obserwowani 1551 Obserwujący 11.3K Polubienia

Brak biografii.

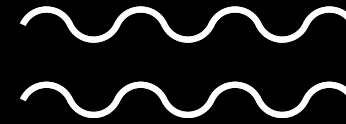
facebook.com/Ai.Eighteen



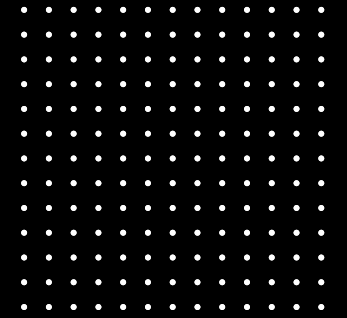
Sprawdźmy się 😊



Kto ma dziś największy wpływ na obraz ciała dzieci i ich samoocenę?

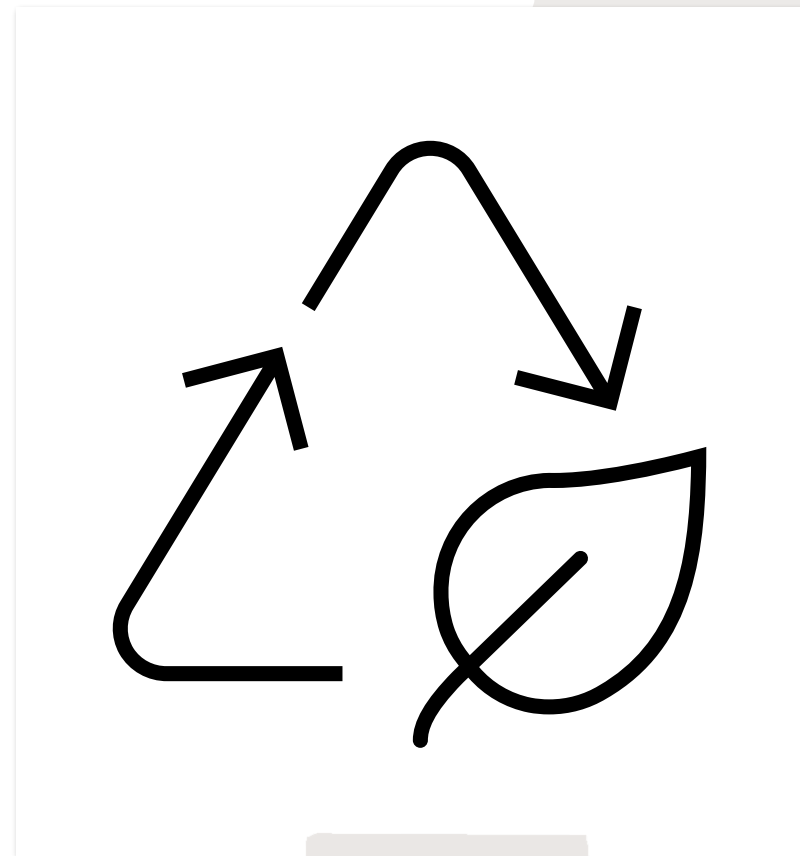


- A. Influencerzy
- B. Media społecznościowe
- C. Reklama
- D. Popkultura (muzyka, filmy, gry itp.)
- E. Rówieśnicy



Cyfrowe dzieciństwo: ekosystem wpływu

- **Nieustanna ekspozycja**
– treści seksualizujące obecne w tle codzienności online.
- **Kultura lajków**
– wartość mierzona reakcją i zasięgiem.
- **Dyktatura filtrów**
– retusz i cyfrowa modyfikacja jako nowa norma.
- **Algorytmiczna pułapka**
– promocja atrakcyjności fizycznej kosztem osobowości.
- **Scena cyfrowego osądu**
– dyktatura platform wizualnych.
- **Wizerunek jako towar**
– komercjalizacja dziecięcej obecności w sieci.
- **Przedwczesny wyścig z ideałem**
– wąsko rozumiana „atrakcyjność” staje się oczekiwaniem w coraz młodszym wieku.



Mechanizm seksualizacji: cena systemowej presji

Dziecko uczy się, że:

- Ciało jest oceniane
- Wygląd daje uwagę
- Seksualizowany wizerunek przynosi popularność



To prowadzi do:

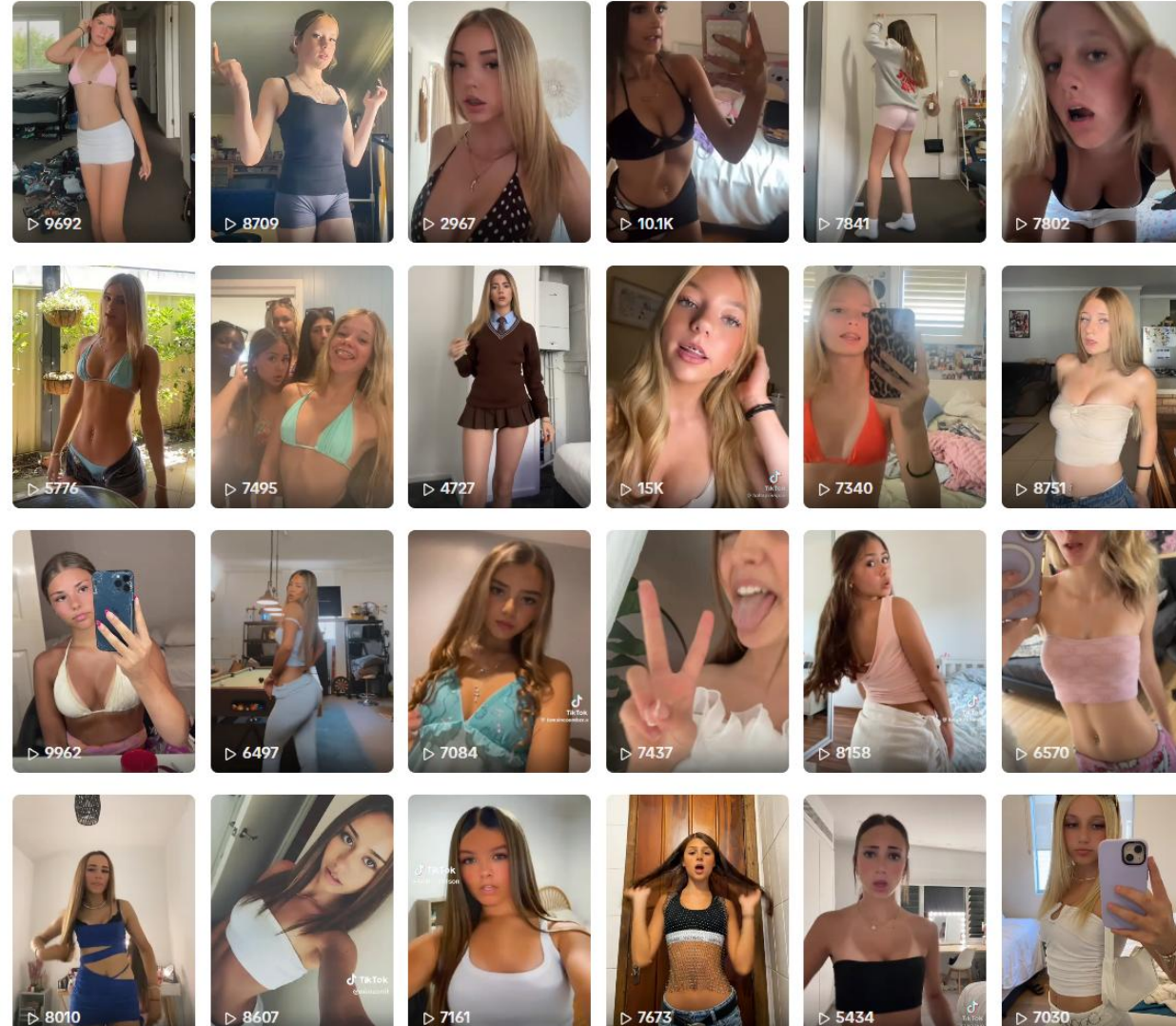
- Obniżonej samooceny
- Uprzedmiotowienia
- Presji wyglądu ponad kompetencje
- Zakłócenia rozwoju psychoseksualnego i internalizacji adekwatnych ról płciowych
- Podatności na nadużycia online – offline

#GRWM

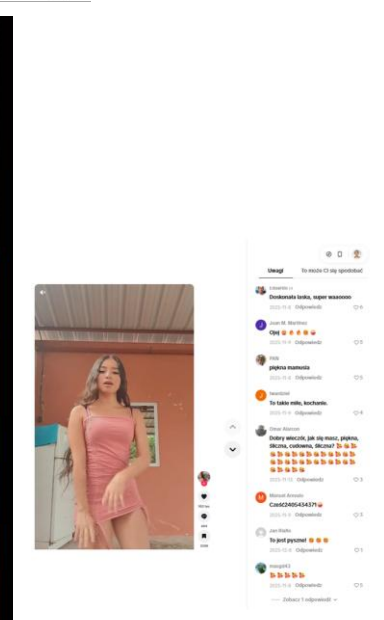
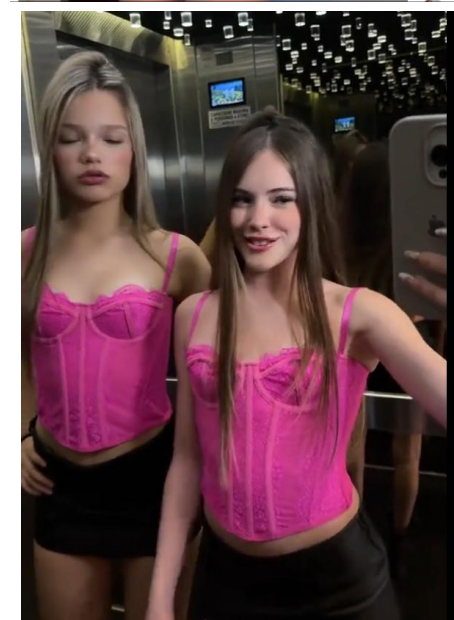
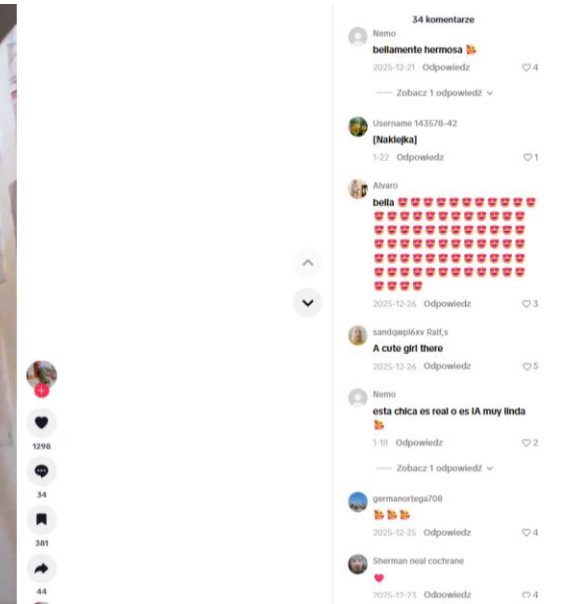
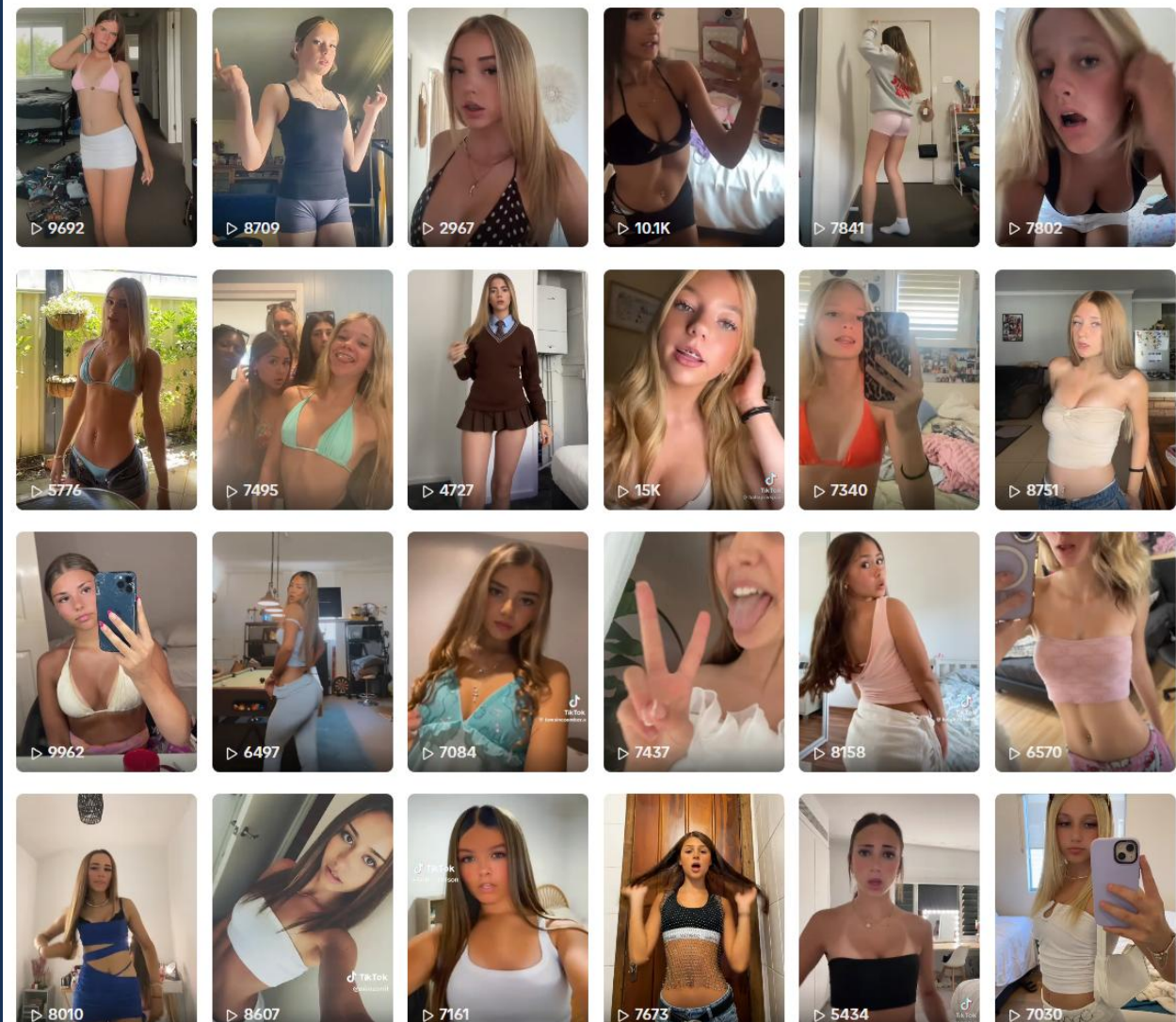
Get Ready
With Me for school



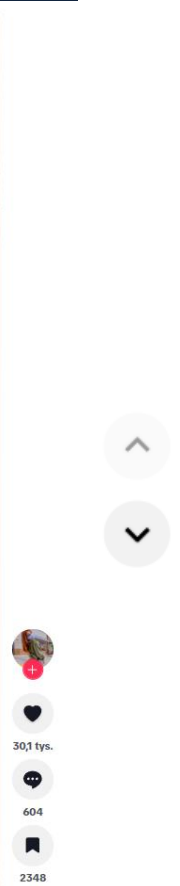
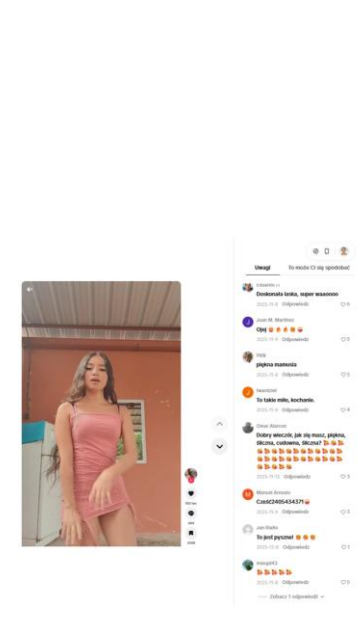
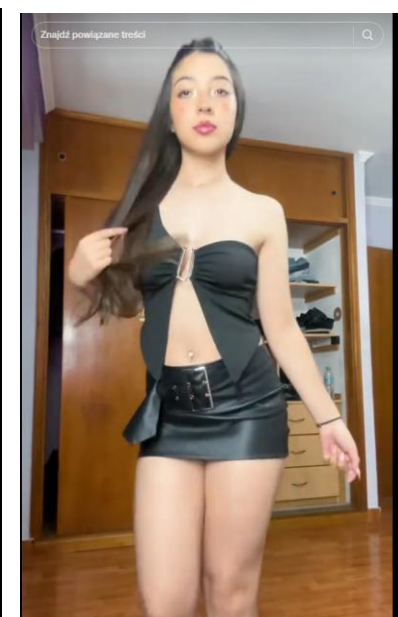
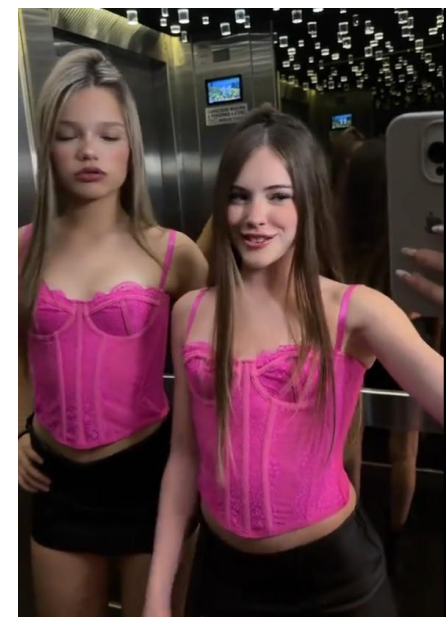
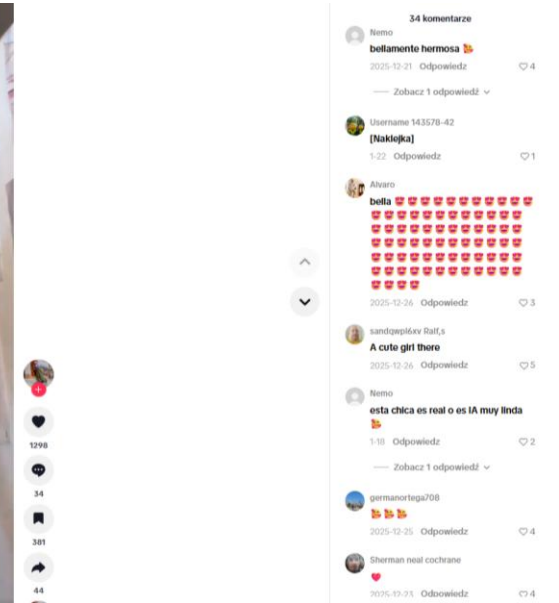
Autoseksualizacja



Autoseksualizacja



Autoseksualizacja



Uwagi To może Ci się spodobać

Eduardo CR
Doskonała laska, super waaooooo
2025-11-8 Odpowiedz 6

Juan M. Martínez
Ojej 🍑🍑🍑🍑🍑
2025-11-9 Odpowiedz 5

PAN
piękna mamusia
2025-11-8 Odpowiedz 5

twardziel
To takie miłe, kochanie.
2025-11-9 Odpowiedz 4

Omar Alarcon
Dobry wieczór, jak się masz, piękna, śliczna, cudowna, śliczna? 🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑🍑
2025-11-13 Odpowiedz 3

Manuel Arevalo
Cześć2405434371 🍑
2025-11-9 Odpowiedz 3

Jan Riaño
To jest pyszne! 🍑🍑🍑
2025-12-8 Odpowiedz 1

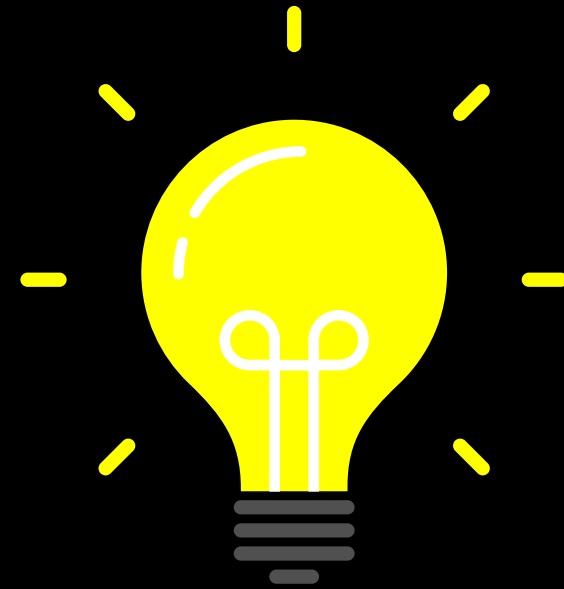
maugd43
🍑🍑🍑🍑🍑
2025-11-8 Odpowiedz 5

— Zobacz 1 odpowiedź ▾

Sprawdźmy się 😊

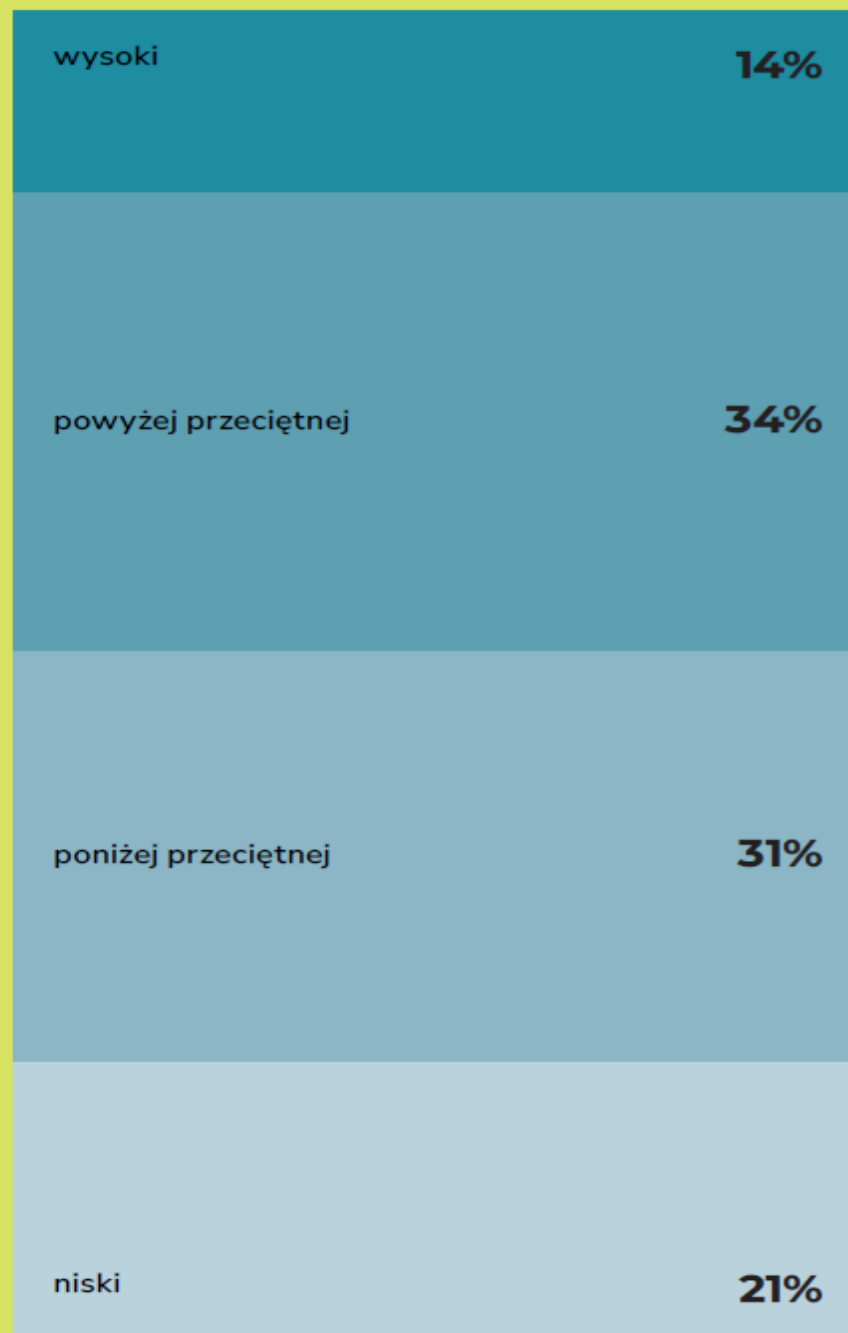
Jaki procent polskich nastolatków (13-16 l.) może przejawiać wysoki poziom samoseksualizacji?

- A. poniżej 5%
- B. 5–10%
- C. 10–20%
- D. 20–40%
- E. ponad 40%



Raport „Nastolatki 3.0” (NASK, 2023)

Poziom samoseksualizacji



**Prawie co siódmy nastolatek
przejawia wysoki poziom
samoseksualizacji**



Dwa światy – jedna pułapka

Wybierz swój strój
do bitwy



A



B

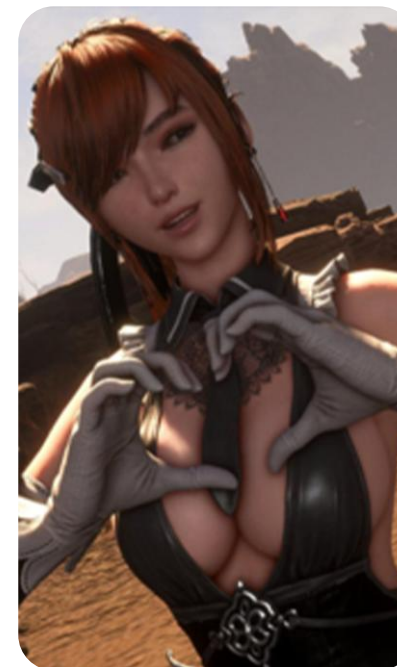
Seksualizacja w grach komputerowych

Ciało pod lupą.

Postacie częściowo lub całkowicie nagie:
43% (kobiety) vs. 4% (mężczyźni)

Wygląd jako nośnik wielu znaczeń.

Jak socjalizują kobiece i męskie postacie w grach



Interaktywność i immersyjność gier jako pas transmisyjny dla stereotypów i seksualizacji

Interaktywność i imersyjny charakter:

- Gry funkcjonują jako ważne środowisko uczenia się norm, ról społecznych i wzorców zachowań.
- W przeciwieństwie do filmu czy telewizji młody odbiorca nie pozostaje biernym obserwatorem – staje się uczestnikiem wydarzeń, podejmuje decyzje, doświadcza ich konsekwencji i współtworzy przebieg narracji.
- Możliwość sprawowania kontroli nad postacią oraz wpływania na rozwój historii wzmacnia identyfikację z bohaterem i pogłębia emocjonalne zaangażowanie. To może potęgować skutki kontaktu z treściami seksualizującymi.



Interaktywność i immersyjność gier jako pas transmisyjny dla stereotypów i seksualizacji

Stereotypizacja:

- Mężczyźni w grach to aktywni sprawcy działań, postacie ubrane stosownie do wyzwań.
- Kobiety często są „obnażone” lub ubrane w stroje przypominające bikini, pełniąc bardziej rolę obiektu wizualnego niż pełnoprawnej bohaterki
- Męscy protagoniści są cenieni za swoje zdolności, takie jak siła fizyczna, szybkość, umiejętność walki czy odwaga.
- Bohaterki definiowane są głównie przez wygląd. Przedstawia się je jako seksowne, uwodzicielskie, niekiedy bezradne i niewinne, zazwyczaj pomijając ich kompetencje na rzecz estetyki.
- Męskie ciała, choć mocno umięśnione, są dostosowane do pełnionych zadań, kobiece prezentują nierealistyczne proporcje nawet w grach dla dzieci.



Czy uczymy dzieci krytycznego myślenia o mediach?

Czy uczymy uczniów rozpoznawać, kiedy treści w mediach przekraczają granice i uprzedmiotawiają ciało?

Czy rozmawiamy z uczniami o presji wyglądu i seksualizacji w social mediach — czy raczej omijamy ten temat?

Czy uczymy dzieci, że wartość człowieka nie zależy od wyglądu? (jakie komunikaty do nich kierujemy, do jakich aktywności angażujemy)

Czy jako dorośli jesteśmy spójni — czy nasze własne komunikaty (także niewerbalne) nie wzmacniają kultury oceniania wyglądu?

Co może
zrobić
szkoła?

Dziękuję za uwagę

Anna Borkowska

anna.borkowska@nask.pl

<https://it-szkola.edu.pl/publikacje>

