

Copyright © 2010 by the American Psychological Association

Raport został opublikowany po raz pierwszy w 2007 roku i ponownie w 2008 roku.

Niniejsze wydanie zostało uaktualnione.

Raport jest dostępny w Internecie na:

[www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf](http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf)

Materiał został oryginalnie opublikowany po angielsku jako *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. Przetłumaczone i powielone za zgodą APA. Amerykańskie Towarzystwo Psychologiczne nie ponosi odpowiedzialności za dokładność tłumaczenia. Tłumaczenie nie może być powielane ani rozpowszechniane bez pisemnej zgody APA. Wykorzystanie informacji pochodzących od APA nie oznacza poparcia ze strony APA.

Copyright © 2013 Stowarzyszenie **Twoja Sprawa**

Tłumaczenie: Ewa Konofol

Konsultacja naukowa: dr n. med. Leszek Putyński, Instytut Psychologii, Uniwersytet Łódzki

Redaktor prowadząca: Ewa Rżysko

Redakcja i korekta: Sylwia Romańczak, Magdalena Horodeńska-Ostaszewska

Projekt graficzny i skład: M-13 STUDIO

Współpraca: Anna Bućkowska

### **Grupa robocza APA zajmująca się zjawiskiem seksualizacji dziewcząt:**

Eileen L. Zurbriggen, PhD (przewodnicząca)

Rebecca L. Collins, PhD

Sharon Lamb, EdD

Tomi-Ann Roberts, PhD

Deborah L. Tolman, EdD

L. Monique Ward, PhD

Jeanne Blake (przedstawiciel społeczny)

# R A P O R T



Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego  
(American Psychological Association)

**na temat seksualizacji dziewcząt**



## SPIS TREŚCI

Przedmowa	11
Wprowadzenie	12
Definicja	12
Zakres raportu	13
Charakterystyka zjawiska seksualizacji dziewcząt	15
Wymiar społeczno-kulturowy	15
Wymiar interpersonalny	22
Wymiar intrapsychiczny	24
Podsumowanie	25
Konsekwencje seksualizacji dziewcząt	26
Mechanizmy działania seksualizacji	26
Procesy rozwojowe powiązane z seksualizacją dziewcząt	27
Wpływ seksualizacji na zdrowie i samopoczucie dziewcząt	28
Wpływ seksualizacji na innych	33
Wpływ seksualizacji na społeczeństwo	34
Konsekwencje seksualizacji dziewcząt – podsumowanie	37
Możliwości i sposoby przeciwdziałania wpływom seksualizacji	38
Podejście 1: Działanie przez szkoły i edukację formalną	38
Podejście 2: Działanie przez rodzinę	40
Podejście 3: Praca z dziewczętami i grupami dziewcząt – sprzeciw wobec zjawiska seksualizacji	41
Podsumowanie możliwości i sposobów przeciwdziałania wpływom seksualizacji	43
Zalecenia	43
Bibliografia	46
Dodatek	61

## PRZEDMOWA

W lutym 2005 r. Amerykańskie Towarzystwo Psychologiczne (American Psychological Association – APA)<sup>1</sup> powołało grupę roboczą<sup>2</sup>, zajmującą się zjawiskiem seksualizacji dziewcząt. Powierzono jej następujące zadania:

*Dokonanie przeglądu i podsumowanie najlepszych teorii psychologicznych, badań oraz doświadczeń klinicznych, które podejmują kwestię seksualizacji dziewcząt przez media i inne przekazy kulturowe, włączając w to częstotliwość występowania takich przekazów i ich wpływ na dziewczęta, a także uwzględniając rolę oraz wpływ rasy/pochodzenia i statusu ekonomicznego. Grupa sporządzi raport, który będzie zawierał zalecenia co do badań, praktyki, edukacji i szkoleń, polityki oraz podnoszenia świadomości społecznej.*

APA od dawna jest zaangażowane w problem wpływu treści przekazywanych przez media na dzieci. W 1994 r. APA przyjęło rezolucję w sprawie polityki dotyczącej przemocy w mass mediach, który to dokument aktualizował i rozwijał wcześniejszą rezolucję w kwestii przemocy pokazywanej w telewizji. W 2004 r. grupa robocza APA, zajmująca się zagadnieniem reklamy oraz jej wpływem na dzieci, stworzyła raport, który dotyczy szeroko pojętych tematów związanych z reklamą skierowaną do dzieci. Raport ten uwzględniał zalecenia, aby ograniczyć reklamy kierowane głównie do młodszych dzieci oraz aby reklamy zawierały odpowiednie do wieku zastrzeżenia producenta. Raport zawierał także wskazówki dotyczące badań, psychologii stosowanej, praktyk w biznesie, edukacji medialnej, reklamy oraz szkół. Seksualizacja dziewcząt w reklamie nie wchodziła w zakres tego raportu. W 2005 r. APA przyjęło rezolucję w kwestii polityki dotyczącej przemocy w grach komputerowych i mediach interaktywnych, która potwierdzała negatywny wpływ narażenia dzieci i młodzieży na kontakt z obrazami przemocy w mediach interaktywnych oraz nawoływała do zmniejszenia w nich poziomu przemocy. Wymienione rezolucje i raporty mówią o tym, jak przemoc w mediach i reklamie wpływa na dzieci oraz młodzież, nie podejmując jednak problemu seksualizacji.

Do pracy w grupie zadaniowej zajmującej się seksualizacją dziewcząt APA wyznaczyło sześciu psychologów oraz jednego przedstawiciela społecznego<sup>3</sup>: Eileen L. Zurbriggen PhD (przewodnicząca), Rebeckę L. Collins PhD, Sharon Lamb EdD, Tomi Ann Roberts PhD, Deborah L. Tolman EdD, L. Monique Ward PhD i Jeanne Blake (przedstawiciel społeczny) oraz Blake Works, Inc. Jessica Henderson Daniel PhD była osobą do kontaktów z Radą Dyrektorów. Janet Shibley Hyde PhD i Louise B. Silverstein PhD były osobami do kontaktów z Komisją do spraw Kobiet w Psychologii.

Członkowie grupy pragną wyrazić wdzięczność następującym osobom za uważne przejrzenie i komentarze do wcześniejszych wersji tego raportu: Denise Alston PhD, Toniemu Antonucciemu PhD, Themie Bryant-Davis PhD, Bonicie Cade PhD, Joan Chrysler PhD, Ellen Cole PhD, Lillian Comas-Diaz PhD, Deborah Cox PhD, Jessice Henderson Daniel PhD, Melissie Farley PhD, Barbarze Fiese PhD, Jennifer Gibson PhD, Mary Gregerson PhD, Janet Shibley Hyde PhD, Lisie Jaycox PhD, Joe Kelly, Susan Linn EdD, Jeanne Marecek PhD, Susan Newcomer PhD, Jaquelyn Resnick PhD, Glendzie Russell PhD, Julii da Silva, Louise Silverstein PhD, Catherine Steiner-Adair EdD, Lisie Thomas PhD i Maryanne Watson PhD.

Grupa robocza wyraża także uznanie dla Gwendolyn Puryear Keita PhD (dyrektor wykonawczy Public Interest Directorate) za jej przewodnictwo i wsparcie. W skład zespołu APA, który współpracował z grupą roboczą i wspierał ją w stworzeniu tego raportu wchodzi: Leslie A. Cameron, Gabriel H. J. Twose i Tanya L. Burwell. Gabriele McCormick pomagała w przygotowaniu szkicu raportu. Użyteczne komentarze uzyskaliśmy także od stażystki Biura Programów dla Kobiet (Women's Programs Office) Ashley Byrd oraz Alexis Hicks, uczennicy szkoły średniej, uczestniczającej w wymianie międzyszkolnej.

1 Grupę bezpośrednio ustanowiła Rada Reprezentantów APA, na zlecenie Komisji do spraw Kobiet w Psychologii (Committee on Women in Psychology – CWP) oraz za aprobatą Rady do spraw Rozwoju Psychologii w Interesie Publicznym (Board for the Advancement of Psychology in the Public Interest – BAPPI) oraz Rady Dyrektorów.

2 Task Force – grupa robocza, zajmująca się badaniem konkretnego problemu (przyj. tłum.)

3 Członek grupy, który nie jest związany zawodowo z tematyką raportu. W związku z tym jego opinia odzwierciedla w pewien sposób opinię społeczeństwa, które nie posiada specjalistycznej wiedzy w danym temacie.

## WPROWADZENIE

### Raport na temat seksualizacji dziewcząt

W kulturze amerykańskiej istnieje wiele przykładów seksualizacji dziewcząt i dziewczęcości. Producenci zabawek wytwarzają lalki, które są ubrane w czarne skórzane minispódniczki, boa z piór i wysokie kozaki, a następnie sprzedają je 8- i 12-letnim dziewczynkom (La Ferla, 2003). Sklepy odzieżowe sprzedają stringi dla 7–10-letnich dziewczynek (R. Brooks, 2006; Cook i Kaiser, 2004), niektóre z napisami takimi jak „eye candy” („słodziotka”) lub „wink wink” („puszczam oczko”) (Cook i Kaiser, 2004; Haynes, 2005; Levy, 2005a; Merskin, 2004); stringi produkowane dla kobiet i starszych nastolatek są ozdobione postaciami z bajek takich jak Dr. Seuss czy The Muppet Show (Levy, 2005a; Pollett i Hurwitz, 2004). W świecie dziecięcych konkursów piękności 5-letnie dziewczynki mają nakładki na zęby, poprawiające ich wygląd, przedłużane włosy, makijaż i są zachęcane do „flirtowania” na scenie i trzepotania długimi, sztucznymi rękami (Cookson, 2001). W czasie największej oglądalności dziewczęta mogą zobaczyć w telewizji pokazy mody, w których modelki ucharacteryzowane tak, by przypominały małe dziewczynki, noszą seksowną bieliznę (np. transmisja CBS z Victoria’s Secret Fashion Show, 6 grudnia 2005). Dziennikarze, organizacje zajmujące się prawami dzieci, rodzice i psychologowie są zaniepokojeni, ponieważ niebezpieczne dla dziewcząt zjawisko seksualizacji stanowi powszechny i narastający problem (Bloom, 2004; „Buying Into Sexy”, 2005; Dalton, 2005; Lamb i Brown, 2006; Levin, 2005; Levy, 2005a; Linn, 2004; Pollett i Hurwitz, 2004; Schor, 2004).

Grupa robocza ds. seksualizacji dziewcząt jest odpowiedzialną za przejawy publicznego zaniepokojenia tą kwestią. W poniższym raporcie przedstawiamy teorie psychologiczne, badania i doświadczenia kliniczne, odnoszące się do seksualizacji dziewcząt. W raporcie (a) definiujemy seksualizację; (b) badamy rozpowszechnienie zjawiska i podajemy przykłady jego przejawów w społeczeństwie oraz instytucjach kulturalnych, a także jego wpływ na jednostkę oraz relacje interpersonalne; (c) podsumowujemy dowody na to, że seksualizacja ma negatywne konsekwencje dla dziewcząt i reszty społeczeństwa oraz (d) opisujemy pozytywne rozwiązania, które mogą pomóc przeciwdziałać wpływom seksualizacji.

## Definicja

Istnieje kilka składników seksualizacji, niebędących częścią zdrowej seksualności. Zdrowa seksualność jest ważnym składnikiem zarówno zdrowia fizycznego, jak i psychicznego, sprzyja bliskości, budowaniu więzi międzyludzkich, odczuwaniu przyjemności przez oboje partnerów, a także pociąga za sobą obopólny szacunek dla akceptujących się nawzajem partnerów (Satcher, 2001; Sexuality Information and Education Council of the United States [SIECUS], 2004). W przeciwieństwie do tego procesu, seksualizacja ma miejsce wtedy, gdy:

- wartość osoby wynika tylko z jej atrakcyjności seksualnej

lub zachowania, do tego stopnia, że wyklucza inne cechy;

- osoba jest dopasowywana do normy, według której atrakcyjność fizyczna (wąsko zdefiniowana) oznacza bycie seksownym;
- osoba jest uprzedmiotowiona pod względem seksualnym, czyli staje się dla innych raczej przedmiotem seksualnego wykorzystania niż osobą zdolną do podejmowania niezależnych działań i decyzji;
- seksualność jest narzucona osobie w niewłaściwy sposób.

Każdy z tych czterech elementów jest przejawem seksualizacji, ale nie muszą one występować jednocześnie. Wiele kwestii omawianych w tym raporcie jest charakterystycznych dla trzeciego elementu definicji, tj. seksualnego uprzedmiotowienia. Ostatni czwarty składnik (niewłaściwe narzucenie seksualności) odnosi się w szczególności do dzieci. Wszyscy (dziewczęta, chłopcy, mężczyźni, kobiety) mogą być przedmiotem seksualizacji. Jednak w przypadku dzieci, najczęściej jest im narzucana dorosła seksualność. Z drugiej strony, wpływające z wewnętrznych potrzeb dzieci odkrywanie seksualności nie jest seksualizacją według naszej definicji. Nie jest nią też stosowne do wieku przekazywanie informacji na temat seksualności.

Seksualizację dziewcząt postrzegamy jako zjawisko, które może mieć różne nasilenie. Jego łagodnym przejawem jest ocenianie pod względem seksualnym (np. patrzenie na kogoś pod kątem seksualnym), a skrajnym – na przykład handel ludźmi w celach seksualnych lub wykorzystywanie seksualne. Podajemy kilka przykładów seksualizacji dziewcząt, celem wyjaśnienia naszej definicji:

- Wyobraź sobie 5-latkę, spacerującą po deptaku, w krótkiej koszulce z napisem „Flirt”.
- Zastanów się nad poradami, jakie magazyny dają dziewczynkom, będącym jeszcze przed okresem dojrzewania, na temat tego, jak wyglądać seksownie i zdobyć chłopaka, zrzucając 5 kilogramów oraz prostując włosy.
- Wyobraź sobie, że trener lub lokalny dziennikarz podkreśla seksapil dziewcząt z drużyny piłki nożnej, aby wzbudzić zainteresowanie widzów.
- Pomyśl o reklamach, które przedstawiają kobietę jako małą dziewczynkę z kucykami i falbankami, w dorosłych pozach seksualnych.

Powyższe przykłady obrazują różne aspekty naszej definicji seksualizacji. Pierwszy przypadek dotyczy narzucenia dzieciom seksualności dorosłych. Drugi przypomina o tym, że w naszym społeczeństwie charakterystyczny, praktycznie nieosiągalny wygląd fizyczny oznacza dla kobiet i dziewcząt

„bycie seksowną”. Na przykładzie trzecim widzimy, że seksualność jest oceniana wyżej niż inne, bardziej istotne cechy, takie jak zdolności sportowe dziewcząt. Co więcej, dziewczęta są uprzedmiotowione pod względem seksualnym. Czwarty przykład pokazuje, że dorosłe modelki są seksualnie uprzedmiotowione i zostaje zatarta różnica pomiędzy dorosłymi a dziećmi, przez co dziewczęcość zostaje poddana seksualizacji.

Seksualizacja może stanowić szczególny problem, gdy dotyczy młodych ludzi. Rozwijanie poczucia, że jest się jednostką seksualną, to ważne zadanie okresu młodości (Adelson, 1980; Arnett, 2000; W. A. Collins i Sroufe, 1999), ale seksualizacja może je utrudnić. Tolman (2002) dowodzi, że współczesne otoczenie zachęca nastoletnie dziewczęta do tego, by wyglądały seksownie, chociaż nie wiedzą, co znaczy być istotą seksualną, odczuwać pożądanie seksualne oraz podejmować racjonalne i odpowiedzialne decyzje, dotyczące czerpania przyjemności i ponoszenia ryzyka w związku z intymnymi relacjami, decyzje, które uwzględniają ich własne pragnienia. Młodsze dziewczęta epatujące dorosłą seksualnością mogą wydawać się pociągające w sensie seksualnym, co z kolei może sugerować, że są otwarte na propozycje seksualne i nadawać im status obiektów seksualnych, które można wykorzystać. Tak samo kobiety często uważane są za seksowne tylko wtedy, gdy wyglądają młodo, co zamazuje granicę między osobami dojrzałymi i nie-dojrzałymi pod względem seksualnym (Cook i Kaiser, 2004).

## Zakres raportu

Proponujemy wyróżnienie trzech powiązanych ze sobą wymiarów, w których odbywa się seksualizacja dziewcząt:

- **Wymiar społeczny** – tzn. normy kulturowe<sup>4</sup>, oczekiwania oraz wartości przekazywane różnymi drogami, także poprzez media. Kultura może być przepełniona zseksualizowanymi obrazami kobiet i dziewcząt, sugerując, że seksualizacja jest zjawiskiem dobrym i normalnym.
- **Wymiar interpersonalny** – rodzina, rówieśnicy oraz inne osoby mogą zachęcać dziewczęta do bycia obiektami seksualnymi i jako takie je traktować.
- **Samoseksualizacja** (ang. *Self-sexualization*) – dziewczęta mogą traktować się i odczuwać, że są obiektami seksualnymi (Fredrickson i Roberts, 1997; McKinley i Hyde, 1996). Jeżeli dziewczęta nauczą się, że społeczeństwo i osoby, których opinia liczy się dla nich najbardziej (np. rówieśnicy), uznają i nagradzają zseksualizowane zachowanie i wygląd, to prawdopodobnie te normy zinternalizują, co będzie przejawem ich samoseksualizacji.

W każdym z tych trzech wymiarów dokonujemy przeglądu badań, które dostarczają dowodów na rozpowszechnienie zjawiska seksualizacji dziewcząt i kobiet. W ramach przeglądu interesują nas także badania łączące seksualizację z różnymi

negatywnymi konsekwencjami, spośród których można wymienić szkody, jakie osoby zseksualizowane wyrządzają samym sobie, szkodliwy wpływ na ich relacje interpersonalne oraz na społeczeństwo. Na przykład istnieją dowody na to, że seksualizacja przyczynia się do osłabienia procesu poznawczego u kobiet uczących się w college'u (18–20 lat – przyp. tłum.), a podobne badania sugerują, że oglądanie materiałów, w których kobiety są ukazane jako obiekty seksualne, może przyczynić się u dziewcząt w wieku ponadgimnazjalnym oraz młodych kobiet do niezadowolenia z własnego ciała, zaburzeń odżywiania, niskiej samooceny, zachowań depresyjnych, a nawet do problemów ze zdrowiem fizycznym. Seksualizacja dziewcząt może nie tylko odzwierciedlać postawy seksistowskie, tolerowanie przez społeczeństwo przemocy seksualnej oraz wykorzystywania dziewcząt i kobiet, ale może także przyczynić się do powstawania tych zjawisk.

Wiele spośród omówionych w tym raporcie badań dotyczy raczej seksualizacji kobiet (studentek college'u i starszych) niż dziewcząt<sup>5</sup>. Jest to spowodowane między innymi małą liczbą badań dotyczących seksualizacji dziewcząt – badań, które są pilnie potrzebne. Niemniej jednak zarówno badania nad rozpowszechnieniem, jak i nad efektami seksualizacji kobiet są z kilku powodów bardzo istotne dla zrozumienia zjawiska seksualizacji dziewcząt.

Po pierwsze, istnieje argument ewolucyjny, który skupia się na tym, jak ważne jest modelowanie jako proces rozwojowy (Bandura, 1986, 1994). Dziewczęta rozwijają swoją tożsamość jako nastolatki i kobiety oraz uczą się społecznie akceptowanych sposobów angażowania się w intymne związki, wzorując się na zachowaniach starszych dziewcząt i młodych kobiet, które obserwują (Bussey i Bandura, 1984, 1992; Lips, 1989), a także naśladując kobiety przedstawiane w mediach (Huston i Wright, 1998). Równocześnie rodzice oraz inne osoby dorosłe mogą świadomie lub nieświadomie przekazywać dziewczętom swoje oczekiwania: że powinny one być ucieleśnieniem wyglądu, postaw i zachowań zseksualizowanych dorosłych kobiet (zamiast tego rodzice mogą oczywiście zachęcać dziewczęta do odrzucania tych zseksualizowanych wzorców). Jak pokazuje niniejszy raport, nie ma wątpliwości, że dziewczęta (i chłopcy) dorastają w środowisku kulturowym nasyconym seksualizującymi komunikatami. Z tego względu badania nad seksualizacją kobiet są bardzo istotne dla kwestii seksualizacji dziewcząt.

Po drugie, istnieje argument metodologiczny. Wiele prac nt. wpływu mediów bada, w jaki sposób dostęp studentów college'u do mediów wiąże się z ich postawami i zachowaniami. Prace te nie dotyczą jedynie stanu aktualnego. Większość badań została przeprowadzona zgodnie z założeniem teorii kulturywacji (Gerbner, Gross, Morgan i Signorielli, 1994), według której wystawianie widzów na długotrwałe działanie tych samych bodźców prowadzi do przyjęcia przez nich określonego sposobu patrzenia na świat, zbieżnego z oglądanymi obrazami.

4 Pomimo że w Stanach Zjednoczonych istnieje wiele grup socjokulturowych, większość osób, zwłaszcza młodych, jest w znacznym stopniu nastawionych na to, co często nazywane jest „dominującą” kulturą amerykańską (biali, pochodzący z klasy średniej lub wyższej, młodzi lub w wieku średnim, heteroseksualni). Jednym z uderzających wymiarów tej kultury jest popkultura (kultura popularna). Na potrzeby tego raportu, słowa kultura i kulturowy odnoszą się do tej właśnie kultury dominującej.

5 Przedziały wiekowe dzieciństwa, okresu dorastania i wczesnej dorosłości różnią się w różnych badaniach, wspomnianych w niniejszym raporcie. *Teen*, mimo że nie jest terminem naukowym, używany jest przez osoby pracujące w reklamie oraz sprzedawców i w tym kontekście termin ten jest omawiany w raporcie.



Choć założenie to jest weryfikowane poprzez pokazanie, że aktualny poziom narażenia na bodźce jest związany z aktualnymi postawami osób badanych, to jest przyjmowane wyłącznie dla wygody. Zasadnicze założenie tej teorii jest takie, że do postaw tych doprowadziła ekspozycja na podobne obrazy i przekazy, na którą jesteśmy narażeni przez całe życie. Stąd też musimy wywnioskować, że to, co młode kobiety myślą o sobie i jak się czują w obecnej chwili, zostało ukształtowane przez sposób, w jaki były traktowane i przez to, na co były narażone, będąc dziewczynkami. Wiedząc, co młodzi ludzie sądzą na temat zjawiska seksualizacji i jak na nie reagują, łatwiej nam będzie zrozumieć sposób myślenia i reakcję dziewcząt na ten problem.

Duża część tego raportu skupia się na mediach, głównie dlatego, że ich kulturowy wkład w proces seksualizacji został najszerzej zbadany. Co więcej, dzieci i młodzież poświęcają mediom rozrywkowym więcej czasu niż jakiegokolwiek innej aktywności poza szkołą i snem (D. Roberts, Foehr i Rideout, 2005). Uznajemy, że istnieją także inne istotne źródła uczenia się przez jednostkę norm, zachowań i wartości takie jak: kościół, szkoła, rówieśnicy, rodzeństwo, rodzice oraz inni dorośli pojawiający się w ich życiu. Tam, gdzie istnieją badania dotyczące tych źródeł, dokonamy ich przeglądu. Przyznajemy także, że media nie są jedynie środkami tworzenia lub wzmacniania wartości kulturowych. Są też systemem przekazującym istniejące już wartości kulturowe, któremu sprzyja kultura konsumpcyjna. Nie zakładamy także, że dziewczęta są „pustymi naczyniami”, w które wlewane są informacje podawane przez media, ale że nastolatki aktywnie uczestniczą w doborze i interpretowaniu tej wiedzy, robiąc to coraz bardziej niezależnie w miarę jak przechodzą z okresu dzieciństwa do późnego okresu młodzieńczego (Rubin, 2001; Steele, 1999).

Podkreślamy, jak istotne jest docenienie procesów rozwojowych i ogromnych różnic pomiędzy dziewczętami w czasie ich rozwoju, w związku z czym należy się spodziewać, że efekty seksualizacji będą się różniły w zależności od wieku dziewcząt. To, co jest nieodpowiednie dla 6-latki, może być zatem właściwe dla licealistki. Perspektywa i doświadczenia dziewczynki, stopień jej rozwoju poznawczego, intelektualnego, społecznego, a nawet fizycznego, mogą sprawić, że seksualizujące czynniki w jej otoczeniu będą miały na nią nieco inny wpływ niż na nastolatkę.

Równie istotne są różnice etniczne i kulturowe. Dziewczęta z rodzin imigrantów oraz dziewczęta i kobiety o innym kolorze skóry niż biały doznały w historii wielu cierpień z powodu stereotypów, które skupiają się na ich seksualności i ciele (Hill Collins, 2004). Co więcej, seksualność kobiet (np. postawy, wierzenia, zachowania) może znacznie się różnić w zależności od ich pochodzenia etnicznego (Greene, 2000; Hurtado, 2003). Powszechnie występują negatywne stereotypy dotyczące seksualności biednych kobiet (Limbetri i Bullock, 2005). Socjalizacja seksualna ma głównie wymiar heteroseksualny i heteronormatywny (Holland, Ramazanoglu, Sharpe i Thomson, 2004; Phillips, 2000; Tolman, 2006). Dlatego w niniejszym raporcie tam, gdzie dostępne są dane, zajmujemy się tym, jak różne mogą być skutki zjawiska seksualizacji oraz stopień jego rozpowszechnienia wśród dziewcząt pochodzących z różnych grup etnicznych, socjoekonomicznych, religijnych, z różnych środowisk rodzinnych oraz wśród dziewcząt o różnych orien-

tacjach seksualnych.

Istotne jest zwrócenie uwagi na to, czym nie zajmuje się ten raport. Nie dokonuje on przeglądu badań dotyczących powszechności i efektów wywoływanych przez materiały seksualnie sugestywne lub jednoznacznie seksualne per se. Zajmujemy się takimi materiałami na tyle, na ile odpowiadają uprzednio opisanej definicji seksualizacji. Raport jedynie krótko omawia ekstremalne formy seksualizacji (np. prostytucję, pornografię, handel w celach seksualnych lub wykorzystywanie seksualne dzieci). Zgadza się, że zjawisko seksualizacji i zainteresowanie nim nie jest i nie może być ograniczone do terytorium USA, częściowo dlatego, że kultura amerykańska jest eksportowana na cały świat. Jednakże na potrzeby tego raportu skupiliśmy się na Stanach Zjednoczonych. Rozszerzenie badań na zakres międzynarodowy jest ważnym celem na przyszłość.

Pozostała część raportu podzielona jest na cztery części. W części pierwszej przedstawiamy charakterystykę zjawiska seksualizacji dziewcząt i kobiet w trzech wymiarach: w społeczeństwie i kulturze amerykańskiej, w relacjach między dziewczętami oraz w przypadku samoseksualizacji. Druga część opisuje potencjalne mechanizmy seksualizacji oraz jej znane i prawdopodobne skutki, które mają wpływ na dziewczęta, na inne osoby, z którymi łączą je relacje (chłopców, mężczyzn, dorosłe kobiety) oraz na amerykańskie instytucje społeczne. W części trzeciej nakreślamy pozytywne alternatywy dla seksualizacji dziewcząt oraz opisujemy metody złagodzenia skutków seksualizacji, jeśli to zjawisko już wystąpi. W części ostatniej podajemy zalecenia co do podjęcia działań, zaczynając od zachęcania do prowadzenia badań w celu pogłębienia wiedzy w konkretnym obszarze seksualizacji dziewcząt oraz w celu poszerzenia wiedzy ogólnej o rozpowszechnieniu i efektach seksualizacji.

## CHARAKTERYSTYKA ZJAWISKA SEKSUALIZACJI DZIEWCZĄT

### Wymiar społeczno-kulturowy

#### Media

W dzisiejszych czasach, w związku z istnieniem różnorodnych mediów, prawie zawsze i wszędzie można mieć dostęp do najnowszych wiadomości czy najbardziej popularnej piosenki, można też jednak zostać zasypany przez niepożądane informacje i materiały. Treści przekazywane przez media odpowiadają na potrzeby kultury i są jej odzwierciedleniem, ale także wnoszą do niej swój wkład. Obraz kobiet i dziewcząt jest zseksualizowany przez kulturę amerykańską, zwłaszcza w głównych mediach. Takie sposoby przedstawiania kobiet i dziewcząt można zauważyć w każdym niemal medium, w tym w programach telewizyjnych emitowanych w godzinach najwyższej oglądalności (np. Grauerholz i King, 1997; L. M. Ward, 1995), reklamach telewizyjnych (np. Lin, 1997), teledyskach (np. Gow, 1996; R. C. Vincent, 1989) oraz czasopiśmie (np. Krassas, Blauwkamp i Wesselink, 2001, 2003; Plous i Neptune, 1997).

Dziewczęta są głównymi odbiorcami mediów, na co dzień przyjmują przekazywane przez nie treści i angażują się w nie. Według firmy badawczej Nielsen Media Research (1998), przeciętne dziecko czy nastolatek ogląda telewizję przez 3 godziny dziennie, czas ten jest dłuższy w przypadku młodych osób pochodzenia latynoskiego i czarnoskórych. Podsumowując wszystkie media, dziecko korzysta z nich przez 6 godzin i 32 minuty dziennie. Kaiser Family Foundation (2003) podała, że 68% dzieci ma telewizor w swoim pokoju, 51% dziewcząt gra w interaktywne gry na komputerze i za pomocą konsoli do gier oraz że dziewczęta, tak jak i chłopcy, spędzają przed komputerem około godziny dziennie, odwiedzając strony internetowe, słuchając muzyki, rozmawiając na czacie, grając w gry i wysyłając wiadomości do przyjaciół (D. Roberts i in., 2005). Częste korzystanie z mediów przez młode osoby potencjalnie naraża je na kontakt z obrazami, które seksualizują kobiety i dziewczęta, a także uczy dziewczęta, że kobiety są obiektem seksualnym.

#### Telewizja

Świat przedstawiony młodemu widzowi determinowany jest głównie męskim sposobem percepcji seksualności, zwłaszcza w programach skierowanych do młodych. Jest to świat, w którym postacie żeńskie znacznie częściej niż męskie bywają atrakcyjne i prowokacyjnie ubrane (Eaton, 1997). Wszechobecne są komentarze i uwagi o podtekście seksualnym (L. M. Ward, 2003), a badania pokazały, że niewspółmiernie częściej uprzedmiotawiane są w nich kobiety. Dla przykładu, analizując programy popularne wśród dzieci i młodzieży emitowane w czasie najwyższej oglądalności, L. M. Ward (1995) odkryła, że 11,5% słownych przekazów seksualnych

miało zakodowane komentarze uprzedmiotawiające pod względem seksualnym, z czego prawie wszystkie dotyczyły kobiet. Podobnie Lampman i in. (2002), badając komentarze o podtekście seksualnym wypowiediane w komediach emitowanych w czasie najwyższej oglądalności, odkryli, że 23% zakodowanych zachowań seksualnych stanowiły lubieżne spojrzenia, puszczanie oczka, wpatrywanie się lub gwizdanie na kobiety. Co więcej, 16,5% z zauważonych uwag o podtekście seksualnym dotyczyło części ciała lub nagości. Większość tych komentarzy (85%) pochodziła od mężczyzn.

W analizie przejawów molestowania seksualnego, występującego w programach emitowanych w czasie najwyższej oglądalności, Grauerholz i King (1997) stwierdzają podobny nacisk na uwłaczanie kobietom poprzez robienie aluzji do ich seksualności i braku inteligencji oraz poprzez uprzedmiotowienie ich ciała. W 84% z 81 analizowanych odcinków wystąpił przynajmniej jeden przypadek molestowania seksualnego, przy czym na jeden program przypadało ich średnio 3,4. Najczęstsze były seksistowskie komentarze (33,3% przypadków), w których używano bardzo różnorodnych słów na określenie kobiet (np. *broad, bimbo, dumb ass chick, toots, fox, babe, blondie*, co można przetłumaczyć na polski jako: babsztyl, słodka idiotka, głupia dupa, lalunia, lisiczka, blondyna). Kolejnym najczęściej występującym przypadkiem były seksualne komentarze (32%). Skupiały się one na ciałach lub częściach ciał kobiet, zwłaszcza na piersiach, które określane były jako *jugs, boobs, knockers, hooters, cookware czy canned goods* (cycki, cyce, balony, zderzaki, bufory, pomarańczki). Trzecią z kolei najczęściej występującą kategorią była mowa ciała (13%) i chodziło zazwyczaj o mężczyzn i nastolatków patrzących lubieżnie na kobiety i dziewczęta. W sumie autorzy podali, że molestowanie w około 78% dotyczyło poniżającego mówienia o kobietach i seksualizacji ich ciała.

W nowszych badaniach nad kwestią molestowania seksualnego w komediach, których akcja bazuje na sytuacjach mających miejsce w pracy, Montemurro (2003) dokonała dalszych wyróżnień, rozróżniając dyskryminację płciową (wyrażaną przez żarty, spojrzenia, odzywki) od molestowania seksualnego *qui pro quo* (dotyk, preferowanie określonych osób, randki) (*Molestowanie seksualne „Quid pro quo” jest terminem prawnym w prawie federalnym USA i polega na przyznaniu lub nieprzyznaniu określonych świadczeń pracowniczych w zależności od akceptacji przez pracownika molestowania seksualnego – przyp. tłum.*). Analizując 56 odcinków pochodzących z różnych seriali, odkryła, że na jeden odcinek przypada średnio 3,3 przypadku dyskryminacji płciowej i 0,5 przypadku molestowania seksualnego. Przeważały żarty, dotyczące kobiecej seksualności lub ciała oraz komentarze mówiące o kobietach jako o obiektach seksualnych. W 74% analizowanych odcinków wystąpił przynajmniej jeden przypadek dyskryminacji płciowej w formie żartów, z czego większości z nich towarzyszyły śmiechy widowni.



## Teledyski

Analiza treści teledysków wskazuje, że między 44% a 81% teledysków zawiera obrazy o treści seksualnej (Gow, 1990; Greeson i Williams, 1986; Pardun i McKee, 1995; Sherman i Dominick, 1986). W dużej części są to obrazy uprzedmiotawiające seksualnie kobiety. W teledyskach kobiety są znacznie częściej niż mężczyźni ukazywane w skąpych i prowokujących strojach (np. Andsager i Roe, 1999; Seidman, 1992), są uprzedmiotowione (Sommers-Flanagan, Sommers-Flanagan i Davis, 1993) i zazwyczaj stanowią „elementy dekoracyjne”, nie grają na żadnym instrumencie, tylko tańczą i pozują (np: Arnett, 2002; Gow, 1996). Kobiety są często prezentowane tak, by wyeksponować ich ciało lub jego części, cechy twarzy czy gotowość seksualną. R. C. Vincent, Davis oraz Borusowski (1987) odkryli, że 57% teledysków przedstawia kobietę wyłącznie jako ozdobny obiekt seksualny. W 182 teledyskach przeanalizowanych przez Seidmana (1992) 37% kobiet i tylko 4,2% mężczyzn nosiło wyzywające stroje. L. M. Ward i Rivadeneyra (2002) w nieco nowszej analizie najpopularniejszych teledysków w Black Entertainment Television odnaleźli obrazy seksualne w 84% nagrań. Dwa najczęstsze typy zachowań seksualnych, jakie w nich występowały, to erotyczny taniec kobiet oraz traktowanie ich jako przedmioty seksualne. 71% kobiet w teledyskach nosiło prowokujące lub nieco prowokujące stroje, lub w ogóle nie miało ubrań, natomiast jeśli chodzi o mężczyzn, przypadki takie stanowiły 35%.

W przeciwieństwie do publicznego postrzegania tej kwestii, zjawisko to nie ogranicza się jedynie do teledysków do muzyki pop i hip-hop. W jednej z analiz teledysków country uznano, że 42% artystek nosi kuszące stroje (Andsager i Roe, 1999). Analizując 40 teledysków MTV, Sommers-Flanagan i in. (1993) odnaleźli przejawy uprzedmiotawiania w 44,4% 30-sekundowych fragmentów. Skomentowali to następująco: *biorąc pod uwagę (...) częstotliwość uprzedmiotawiania w tych teledyskach, w jasny sposób widać, że w przekazie teledysku brak koncepcji człowieka jako osoby zaangażowanej w złożoną relację z innym człowiekiem* (Sommers-Flanagan i in., 1993, s. 752).

Teledyski przekazują informacje o kobiecej seksualności nie tylko za pomocą obrazów i wątków poszczególnych klipów, ale także poprzez zmianę wizerunku samych artystów. W swej analizie teledysków z ostatnich 20 lat badacze zajmujący się komunikacją – Andsager i Roe (2003) zauważyli, że jednym z wyróżniających się sposobów, w jaki wykorzystuje się seks, jest metamorfoza. Pokazali, że młodzi artyści w chwili, gdy przekraczają próg między nastoletnią gwiazdą a dorosłym muzykiem, wykorzystują swą seksualność, by stworzyć bardziej dorosłą i „ostrzejszą” wersję siebie. Według badaczy, przykładem tego są Christina Aguilera, Faith Hill i Britney Spears, która pokazała swój „dorosły” wizerunek, występując w skąpym stroju na rozdaniu nagród MTV w 2001 roku. Autorzy stwierdzili, że takie zachowania często prowokują dyskusje o artystce, skupiające się nie na jej talencie czy muzyce, ale raczej na jej ciele i seksualności. Tego typu transformacje podkreślają to, że bycie obiektem seksualnym jest sposobem na bycie postrzeganym jako osoba dojrzała i odnosząca sukces w przemyśle muzycznym.

## Teksty piosenek

Mimo że badania dostarczyły dowodów na seksualizację kobiet w teledyskach, seksualizujące teksty samych piosenek nie zostały opisane tak dokładnie. Odniesienia do związków, romansów i zachowań seksualnych są czymś normalnym w tekstach i teledyskach pop (Christenson i Roberts, 1998). Jedna z wyczerpujących analiz treści o charakterze seksualnym, występujących w przekazach medialnych, które docierają do nastolatków, pokazała, że treści te częściej pojawiały się w wybieranej przez nastolatków muzyce niż w wybieranych przez nich programach telewizyjnych, filmach czy prasie (Pardun, L'Engle i Brown, 2005). Mimo to nie ma żadnych aktualnych badań, które pokazywałyby, jak często treści seksualne przyjmowane przez młodzież uprzedmiotawiają dziewczęta i kobiety. Oczywiście jest, że teksty niektórych popularnych piosenek seksualizują kobiety lub/i odnoszą się do nich w sposób poniżający. Oto kilka przykładów:

- *Więc zrób mi loda, dziwko, nie ruszam się dla raka/ruszam się dla kasy i półnagich tancerek (So blow me bitch I don't rock for cancer/I rock for the cash and the topless dancers, Kid Rock, f\*ck off, 1998)*
- *Nie chcesz, żeby twoja dziewczyna była tak gorąca, jak ja? (Don'tcha wish your girlfriend was hot like me?, Pussycat Dolls, 2005)*
- *Tak właśnie lubisz się piep\*\*ć...ostry seks sprawia ból, w ogrodzie, cały brudny (That's the way you like to f\*\*\*... rough sex make it hurt, in the garden all in the dirt, Ludacris, 2000)*
- *Mówię tej dziwce cały czas, dziwko, wskakuj do mojego auta (I tell the hos all the time, Bitch get in my car, 50 Cent, 2005)*
- *Dziwko, zakręć tyłkiem (Ho shake your ass, Ying Yang Twins, 2003)*

Część ostatnich badań na temat wpływu słuchania muzyki pop na zachowania seksualne (Martino i in., 2006) polegała na sklasyfikowaniu zawartości 164 piosenek 16 artystów popularnych wśród młodzieży. W sumie w 15% piosenek występował tekst poniżający pod względem seksualnym. Większość z nich to piosenki artystów rap i R&B. Aż 70% piosenek indywidualnych wykonawców zawierało tego typu treści.

## Filmy

Nastolatki stanowią dużą część publiczności kinowej (Strasburger, 1995), a w sporej części filmów o tematyce seksualnej pojawiają się wątki skierowane zwłaszcza do nastolatków i młodszych dorosłych (np. *Szkoła uwodzenia, American Pie*). Również dzieci oglądają filmy: 13% z nich na co dzień chodzi do kina, a 39% ogląda filmy na wideo lub DVD (D. Roberts i in., 2005). Mimo to zebrano niewiele danych empirycznych, dotyczących treści filmów fabularnych czy rozpowszechniania obrazów seksualizujących dziewczęta i kobiety. Zbadano natomiast kwestię niesymetrycznego występowania nagoci. W filmach z ograniczeniem wiekowym z lat 80. nagie kobiety przedstawiano cztery razy częściej niż nagich mężczyzn (B. S. Greenberg i in., 1993).

Innym godnym uwagi faktem jest to, że postacie kobiece praktycznie nie występują w najbardziej dochodowych filmach (Bazzini, McIntosh, Smith, Cook i Harris, 1997) i w filmach bez ograniczeń wiekowych (Kelly i Smith, 2006). Kelly i Smith ocenili 101 najbardziej dochodowych filmów bez ograniczeń wiekowych z lat 1990–2004. Spośród ponad 4000 bohaterów tych filmów 75% stanowili mężczyźni. Stanowili oni również 83% bohaterów zbiorowych, 83% narratorów i 72% bohaterów, którzy się wypowiadali. Co więcej, w badanym okresie (między rokiem 1990 a 2004) nie nastąpiły zmiany w ukazywaniu kobiet. Ten istotny brak postaci kobiecych i dziewcząt w filmach familijnych odzwierciedla straconą szansę przedstawienia szerokiego spektrum niezseksualizowanych ról dziewcząt i kobiet.

## Kreskówki i animacje

Dużą część programów dla dzieci stanowią kreskówki. Mimo że obecność seksualizacji w bajkach dla dzieci i animacjach dla nastolatków (np. anime) nie została zbadana, istnieje niepotwierdzony naukowo dowód na to, że kreskówki mogą zawierać obrazy seksualizujące dziewczęta i kobiety. Kilku autorów (Lamb i Brown, 2006; Levin, 2005) wyraziło zaniepokojenie z powodu treści seksualnych obecnych w niektórych z ostatnich filmów i programów telewizyjnych dla dzieci (np. seksowne stroje, które nie pasują do bohaterów w filmie *Ella Enchanted* (*Ella Zaklęta*), parodia striptizera w *Shreku 2*). Inni zauważyli, że dzisiejsze bohaterki filmów Disneya (Mała Syrenka, Pocahontas) mają większe dekolty, bardziej skąpe stroje i są bardziej „sexy” niż dawniej (Królowna Śnieżka, Kopciuszek) (Lacroix, 2004).

Bohaterkami bajek są także popularne ostatnio seksownie ubrane lalki Bratz (omówione w części dotyczącej produktów, str. 23-24). Sprzedaż wiązana tych produktów może zwiększyć atrakcyjność kreskówek i ich potencjalny wpływ na dziewczynki. Badania pokazują, że za wyjątkiem kilku godnych uwagi przykładów (*Dora poznaje świat*), dziewczynki przedstawione w bajkach interesują się chłopcami, przejmują się wyglądem i są domatorkami (Thompson i Zerbinos, 1997), co sugeruje nadmierne postrzeganie siebie jako obiekt romantyczny, nawet jeśli dziewczęta niekoniecznie postrzegają siebie jako obiekty seksualne.

## Czasopisma

Liczba czasopism w USA skierowanych do młodzieży drastycznie wzrosła od pięciu w 1990 roku do dziewiętnastu w roku 2000 i większość nastolatków czytuje je regularnie („Teen Market Profile”, 2005). Przykładowo, w jednym z badań (D. Roberts i in., 2005) 47% dzieci i młodzieży w wieku od 8 do 18 lat odpowiedziało, że dzień wcześniej przez co najmniej 5 minut czytało czasopismo, a 22% z nich poświęciło na to co najmniej 20 minut. Średnio czytają oni czasopisma przez 14 minut dziennie.

Wiele badań analizujących seksualne treści w czasopismach skupia się na czasopismach dla kobiet i nastolatek (np. Carpenter, 1998; Durham, 1998; Garner, Sterk i Adams, 1998; McMahon, 1990). Jednym z głównych tematów dotyczących seksualności poruszanych w badaniach oraz w treści czaso-

pism jest to, że bycie obiektem pożądania, a przez to zwracanie uwagi mężczyzn, jest i powinno być głównym celem kobiet. Dziewczęta i młode kobiety są nieustannie zachęcane do tego, aby wyglądały i ubierały się w sposób, który uczyni je seksownymi w oczach mężczyzn. Zjawisko to nazwano „costuming for seduction” – „ubieranie dla uwodzenia” (M. Duffy i Gotcher, 1996). Dziewczęta namawia się także do używania pewnych produktów, aby były bardziej pociągające dla mężczyzn.

Badania dowodzą, że tematem wielu artykułów, tekstów, haseł z okładek, reklam oraz zdjęć jest przyciąganie uwagi chłopców przez „gorący” i seksowny wygląd. W formie porad dotyczących fryzur, kosmetyków, ubrań, diet i ćwiczeń ponawia się próby stworzenia z czytelniczek obiektów męskiego pożądania (McMahon, 1990).

Prawie wszystko, do czego zachęcane są dziewczęta i kobiety w ramach rozwoju osobistego jest nastawione na przyciągnięcie uwagi mężczyzn. Nawet artykuły mówiące o tym, jak utrzymać formę, publikowane w magazynie dla nastolatków „Seventeen” i w niewydawanym już „YM” (Durham, 1998) bardziej skupiały się na potrzebie zwiększania poprzez sport swojej atrakcyjności fizycznej niż na poprawie samopoczucia i stanu zdrowia.

Podobne wyniki dały badania Garnera i in. (1998), które analizowały porady dotyczące seksu, przedstawiane w pięciu magazynach skierowanych do dziewcząt, nastolatek i młodych kobiet: „YM”, „Teen”, „Seventeen”, „Glamour” i „Made-moiselle”. Treści przekazywane w tych pismach skłaniały młode kobiety do myślenia o sobie jako o obiektach seksualnych, których życie jest niepełne bez kontaktów seksualnych z mężczyznami. Czytelniczki otrzymywały porady na temat tego, jak wyglądać i jak się ubierać, aby wzbudzić zainteresowanie mężczyzn. Sugerowano im też, jakie cechy pociągają mężczyzn najbardziej (tj. niewinność), a jakie najmniej i czego należy unikać (narzucanie się i przebojowość, matkowanie, zbyt wysokie wymagania, zbyt wczesny nacisk na składanie poważnych deklaracji).

W taki właśnie sposób wiele najpopularniejszych magazynów dla nastolatek i młodych kobiet silnie podkreśla, jak istotna dla kobiet jest relacja heteroseksualna oraz potrzeba dostosowania się do sztywnych norm atrakcyjności fizycznej, poprzez konsumpcję takich produktów jak kosmetyki i modne ubrania (Durham, 1998).

H. Duffy i Gotcher (1996) wyciągają następujące wnioski z analizy „YM”:

*Świat „YM” jest miejscem, gdzie młoda kobieta (...) musi konsumować i upiększać się, by dojść do prawie nieosiągalnego ideału piękna. To miejsce, gdzie seksualność jest zarówno celem, jak i środkiem, gdzie pogoń za mężczyznami jest niemalże jedynym dążeniem w życiu. W rzeczywistości bycie pociągającą dla mężczyzn jest jedynym przedstawionym celem – jest niekwestionowanym „dobrem”.* (M. Duffy i Gotcher, 1996, s. 43).

### Media sportowe

Wiele badań pokazuje, że pomimo boomu na lekkoatletykę wśród kobiet po uchwaleniu przepisu Title IX<sup>6</sup> oraz pomimo rozwoju profesjonalnych drużyn kobiet (np. Amateur Athletic Foundation of Los Angeles<sup>7</sup>, 2001; M. C. Duncan, Messner i Williams, 1991; Kane, 1996; Messner, Duncan i Jensen, 1993; Pedersen i Whisenant, 2003; J. Vincent, Imwold, Johnson i Massey, 2003), media transmitują bardzo niewiele sportów kobiecych w porównaniu z dużą liczbą transmisji konkurencji męskich.

Z braku większej liczby badań, wydarzenia sportowe, które są pokazywane, muszą wystarczyć do przedstawienia szerszej pojmowanego sportu kobiet. Tak więc głównym problemem jest fakt, że transmisje są zazwyczaj wybiórcze (Kane, 1996), a komentarz często uprzedmiotawia seksualnie sportsmenki i fanki na widowni (Messner, Duncan, i Cooky, 2003; Schultz, 2005).

Badacze już od ponad dekady prezentują dowody na odmienne i seksistowskie traktowanie zawodniczek (np. Kane i Greendorfer, 1994; Messner i in., 1993, 2003), jednak obecnie tendencja do seksualizowania sportsmenek wzrasta w związku z częstszym ukazywaniem ich w mediach. Sportowcy, którzy występują w reklamach i są twarzą marki, rzadko są przedstawiani wyłącznie jako obiekty seksualne. Natomiast jeśli chodzi o zawodniczki, już kilka z nich zostało przedstawionych nago lub w prowokujących pozach w czasopiśmie o zasięgu krajowym. Dla przykładu, we wrześniowym numerze „Playboya” z 2004 roku wystąpiło osiem zawodniczek, pływaczka Amanda Beard wystąpiła w numerze „Sports Illustrated”<sup>8</sup> poświęconym kostiumom kąpielowym, a piłkarka Brandi Chastain w „Gear Magazine”<sup>9</sup> w 1999 r.

Kilka badań nakierowanych na media sportowe i programy poświęcone sportowi udokumentowało częstotliwość, z jaką dokonuje się seksualizacji sportsmenek. Fink i Kensicki (2002) zajęli się sposobem przedstawiania zawodniczek w „Sports Illustrated” (SI) i „Sports Illustrated for Women” (SIW) pomiędzy 1997 a 1999 rokiem. Ustalili, że w ciągu tych trzech lat sportsmenki były przedstawione zaledwie na 10% zdjęć w SI, z czego 5% stanowiły zdjęcia „pornograficzne/seksualnie sugestywne”, przedstawiające kobiety ubrane w prowokacyjny sposób lub sfotografowane tak, by skupić uwagę jedynie na atrybutach seksualnych (zdjęcia przedstawiające biust). Tylko 2% zdjęć mężczyzn wliczało się do tej kategorii. 66% zdjęć mężczyzn i tylko 34% zdjęć kobiet przedstawiało ich czynne zaangażowanie w sport. Sposób, w jaki przedstawiano kobiety w SIW był tylko trochę lepszy: 65% zdjęć kobiet w tym czasopiśmie ukazywało ich aktywne zaangażowanie w sport, a 2% stanowiły zdjęcia pornograficzne.

Badanie Shugarta (2003) dotyczące sposobu przedstawiania w prasie i telewizji kobiecej drużyny piłki nożnej Stanów Zjednoczonych w 1999 roku, dostarcza kolejnych materiałów do stworzenia szablonów seksualizacji sportsmenek. Shugart udowodnił, że medialny obraz drużyny był zseksualizowany na trzy sposoby:

- **Subtelna seksualizacja** miała miejsce poprzez bierne uprzedmiotowienie – np. zdjęcia, które skupiały się bardziej na twarzach kobiet niż na ich aktywności sportowej.
- **Mniej subtelna seksualizacja** przejawiała się w uwagach komentatorów – np. kiedy Brandi Chastain zdjęła koszulkę po zdobyciu zwycięskiego gola w Pucharze Świata. Mimo że piłkarze w takiej sytuacji zachowują się identycznie, w wypadku Chastain komentatorzy sportowi nazwali to striptizem i uznano ją za właścicielkę „biustu, o którym mówi się najczęściej w kraju” (Shugart, 2003, s. 12–13). W kilku mediach mówiono o drużynie „booters with ho-ters” – „piłkarki z cystickami” (Shugart, 2003, s. 13).
- **Czujna heteroseksualność** była w ewidentny sposób widoczna w komentarzach, które wysuwały na pierwszy plan kobiecość sportsmenek i ich życie rodzinne, aby podkreślić, że nie są one lesbijkami (bez względu na ich rzeczywistą orientację seksualną). Ta forma seksualizacji odsuwa na margines sprawność fizyczną sportsmenek: „Siła kobiet została przeddefiniowana na męską przyjemność” (Shugart, 2003, s. 27). Ocena ta rozbrzmiała w pracy Hill Collins (2004), która analizując sposoby przedstawiania kilku afroamerykańskich sportsmenek udowodniła, że ukazanie ich przez różne media w pasywnych, seksownych pozach, łagodziło ich zaciekle i agresywne zachowania na boisku.

### Gry komputerowe

Ogromna większość dzieci gra w gry komputerowe: dotyczy to 87% młodszych dzieci i 70% nastolatków (Paik, 2001). W zależności od płci istnieje różnica, jeśli chodzi o długotrwałe granie w gry komputerowe: przez ponad godzinę dziennie gra 41% chłopców i tylko 18% dziewcząt (D. Roberts i in., 2005). Dziewczęta natomiast spędzają około 40 minut dziennie grając w gry online lub w gry na komputerach domowych (D. Roberts i in., 2005). Treści gier stworzonych dla wyspecjalizowanych platform oraz dla komputerów osobistych są wysoce zseksualizowane i występuje w nich niewiele silnych kobiecych bohaterów (Dietz, 1998). W ostatnich badaniach Haninger i Thompson (2004) wybrali i zbadali 80 spośród 396 wydanych w 2001 roku gier oznaczonych „Teen”<sup>10</sup>. W 27% z nich zaobserwowali tematy seksualne. W grach tych postacie kobiece były częściej niż męskie pokazywane częściowo nago, częściej też zachowywały się w sposób wyzywający.

6 Przepis zapewniający m. in. równy dostęp do sportu dla kobiet i równe finansowanie go przez państwo (przyp. tłum.).

7 Organizacja pozarządowa zajmująca się promowaniem sportu wśród młodzieży (przyp. tłum.).

8 Czasopismo o tematyce sportowej, wydawane w USA od 1954 roku (przyp. tłum.).

9 Anglojęzyczny ilustrowany magazyn dla mężczyzn podobny np. do „Men’s Health” (przyp. tłum.).

10 Zgodnie z Entertainment Software Rating Board (amerykańsko-kanadyjska organizacja, której zadaniem jest ocenianie zawartości i wyznaczanie granic wiekowych dla wydawanych w USA gier komputerowych i wideo – przyp. tłum.) (b.d.), gry oznaczone jako „t” albo „Teen” zawierają treści przeznaczone dla trzynastoletków i starszych dzieci. Tytuły sklasyfikowane w tej kategorii mogą zawierać przemoc, treści seksualnie sugestywne, prymitywny humor, niewielką ilość krwi, symulowany hazard i/lub rzadkie użycie dosadnego języka.



Gdy autorzy badań rozszerzyli definicję „motywu seksualnego” tak, by obejmowała ona również takie elementy jak głęboki dekolt, duży biust czy prowokujący strój, procent przedstawionych w ten sposób postaci kobiecych wzrósł do 46.

Beasley i Standley (2002) przebadali 64 gry pod względem motywów seksualizujących. Gry te rzadko przedstawiały kobiety (stanowiły 14% wszystkich bohaterów). Stroje kobiece częściej odkrywały ciało niż stroje męskie. Dill, Gentile, Richter i Dill (2005) zauważyli, że w 20 najlepiej sprzedających się grach w 1999 roku jedynie postaci kobiece były przedstawione w sposób wysoce zseksualizowany.

## Internet

Dziewczęta często korzystają z Internetu i wykorzystują go do różnych celów (D. Roberts i in., 2005). Badania przeprowadzone w ostatnich latach pokazały, że dziewczęta korzystają z Internetu tyle samo, co chłopcy (Lenhart, Lewis i Rainie, 2001; D. Roberts i in., 2005), przy czym wśród dzieci we wczesnym wieku szkolnym korzysta z niego więcej dziewcząt niż chłopców (Lenhart, Madden i Hitlin, 2005). Duża popularność takich stron jak MySpace czy blogów skłania młodych, w tym dziewczęta, do pisania o sobie w Internecie. Ostatnio uwaga opinii publicznej skierowana została na zseksualizowany sposób, w jaki niektóre dziewczęta przedstawiają siebie w sieci oraz na nierozłącznie związane z tym niebezpieczeństwa (Kornblum, 2005), mimo że nie istnieją aktualnie badania oceniające sposób, w jaki dziewczęta się opisują i jak bardzo jest to niebezpieczne. Niektóre dziewczęta pozują do zdjęć w prowokujących strojach i publikują informacje o swojej otwartości seksualnej.

Globalne rozpowszechnianie się różnego typu stron internetowych, które mogą być interesujące dla dziewcząt, utrudnia ocenę seksualizacji dziewcząt i kobiet. Lambiase (2003) przebadła zjawisko seksualizacji na jednym, specyficznym rodzaju stron internetowych, które są skierowane do dziewcząt oraz nastolatków i przyciągają ich uwagę: chodzi o oficjalne i nieoficjalne strony gwiazd (zarówno kobiet, jak i mężczyzn). Autorka odkryła, że znane kobiety są dużo częściej niż mężczyźni przedstawiane poprzez zseksualizowane obrazy, bez względu na to, czy strona jest oficjalna, czy stworzona przez fanów. Zauważyła też, że piosenkarki były częściej seksualizowane niż inne gwiazdy.

Pornografia jest łatwo dostępna w sieci (Griffiths, 2000), jedno ze źródeł szacuje, że 12% stron internetowych to strony pornograficzne i że 25% zapytań wpisywanych w wyszukiwarkę dotyczy pornografii (English, 2005). Brakuje bardziej szczegółowych danych dotyczących narażenia dzieci i młodzieży na materiały seksualnie uprzedmiotawiające, które są zamieszczane w sieci. Niemniej jednak, w jednym z badań Kaiser Family Foundation<sup>11</sup> (2001) odkryto, że 70% nastolatków między 15. a 17. rokiem życia napotkało przypadkowo pornografię w Internecie, a 23% stwierdziło, że zdarza się to „dość często” lub „bardzo często”.

## Reklama

Seksualizacja kobiet jest szczególnie widoczna w świecie reklamy. Lin (1997) pokazała na przykład, że w reklamach emitowanych w czasie największej oglądalności kobiety częściej niż mężczyźni były pokazywane rozebrane, ukazywane jako bardziej seksowne i przedstawiane jako obiekty seksualne (9,2% mężczyzn i 20,8% kobiet). Podobne wnioski pojawiły się w analizie reklam emitowanych w MTV (Signorielli, McLeod i Healy, 1994), w programach hiszpańskojęzycznych (Fullerton i Kendrick, 2000) i w takich krajach jak Turcja czy Japonia (Akima, 2003; Uray i Burnaz, 2003). Okazało się, że reklamy piwa są szczególnie bogatym źródłem obrazów seksualizujących młode kobiety. Z 72 reklam piwa oraz innych produktów wybranych losowo spośród emitowanych w czasie najwyższej oglądalności na kanałach sportowych i rozrywkowych, 75% reklam piwa i 50% innych reklam oznaczono jako seksistowskie i ukazujące kobiety w bardzo ograniczonych i uprzedmiotawiających rolach (Rouner, Slater i Domenech-Rodriguez, 2003).

Także reklamy umieszczane w prasie seksualizują kobiety. Po pierwsze, badania pokazują, że kobiety są w nich często przedstawione jako obiekty seksualne (np. Baker, 2005; Lindner, 2004; W. J. Rudman i Verdi, 1993). W jednej z analiz badających wizerunki kobiet, które pojawiły się w magazynach „Time” i „Vogue” od 1955 do 2002 roku, Lindner (2004) podała, że średnio 40% reklam przedstawia kobiety jako elementy „dekoracyjne”. Kobiety prezentuje się w reklamach jako „ozdobnik” (np. stojące w kuszącej pozie obok samochodu, by wyglądał lepiej) głównie po to, by na nie patrzeć. Traktuje się je raczej jako dodatek do produktu niż jako osobę, będącą jego aktywnym konsumentem lub użytkownikiem.

Różnice w tych schematach zależą od grupy docelowej magazynu i są największe w czasopiśmie skierowanych do mężczyzn. Na przykład według Baker (2005) można by uznać, że 68,2% kobiet pojawiających się w magazynach dla czarnoskórych mężczyzn oraz 53,3% w tych skierowanych do białych, pełni rolę „dekoracji”. Sytuacja taka miała miejsce w przypadku 22% i 15,8% magazynów kobiecych skierowanych odpowiednio do kobiet czarnoskórych i białych. Reichert i Carpenter (2004) podają podobnie, że podczas gdy mniej więcej połowa kobiet przedstawionych w reklamach w magazynach kobiecych (np. „Redbook”) wydanych w 2003 roku była przedstawiona w wyzywających strojach, częściowo ubrana lub naga, prawie 4 na 5 kobiet (78%) było przedstawionych w taki sam sposób w magazynach skierowanych do mężczyzn (np. „Esquire”). Analiza zdjęć z dwóch popularnych męskich magazynów: „Maxim” i „Stuff” pokazała, że 80,5% kobiet było w nich przedstawionych jako obiekty seksualne (Krassa i in., 2003).

Reklamy prasowe seksualizują kobiety w inny sposób. Badania wskazują, że takie uprzedmiotowienie seksualne dotyczy dużo częściej kobiet niż mężczyzn występujących w reklamach zamieszczanych w prasie (Plous i Neptune, 1997; Reichert, 2003; Soley i Kurzbard, 1986). Dla przykładu, Reichert, Lambiase, Morgan, Carstarphen i Zavoina (1999) zauważyli, że kobiety trzy razy częściej niż mężczyźni występują w reklamach ubrane w prowokujące stroje. Analizując reklamy

<sup>11</sup> Organizacja non-profit zajmująca się różnymi aspektami opieki zdrowotnej (przyp. tłum.).

w magazynach dotyczących mody i fitnessu z 1992 roku. W. J. Rudman i Verdi (1993) odkryli, że modelki częściej niż modele były przedstawiane w uległych pozycjach, podczas wykorzystywania seksualnego lub w scenach przemocy. Około 80% przykładowych reklam przedstawiało modelki w pozach wykorzystywania seksualnego. W połowie przebadanych reklam wybór kadru czy umiejscowienie loga firmy sprawiały, że niektóre części ciała modelek były usunięte lub zaciemnione. Miało to miejsce tylko w wypadku 17% mężczyzn przedstawionych w reklamach.

Badania dowodzą, że takie schematy stają się coraz częstsze. Sullivan i O'Connor (1988) odnotowali, że od 1970 roku liczba przypadków prezentowania kobiet w rolach czysto „dekoracyjnych” wzrosła o 60%. Busby i Leichty (1993) przeprowadzili analizę 1871 reklam z 1959, 1969, 1979 i 1989 roku pod kątem częstotliwości pojawiania się kobiet w rolach „dodatkwów” do reklamowanego produktu i odnotowali wzrost występowania takich wizerunków – od 54% w 1959 r. do 73% w 1989 r. Kang (1997) zauważyła, że w reklamach pokazuje się więcej kobiecego ciała – od 25% w reklamach z 1979 r. do 32% w 1991 r. Porównując elementy seksualne w reklamach pochodzących z sześciu magazynów wydanych w ciągu 20 lat, Reichert i Carpenter (2004) zaobserwowali, że przez ten czas stroje kobiece i męskie stawały się coraz bardziej wyzywające, a ukazywanie kontaktu fizycznego między kobietą a mężczyzną – coraz bardziej bezpośrednie. W reklamach z 1983 r. 28% kobiet było ukazanych w seksownych, skąpych strojach lub nago. Liczba ta wzrosła do 49% w 2003 r. Tylko jedno badanie nie odnotowało różnicy w przedmiotowości czy pokazywaniu ciała kobiet między 1955 a 2002 rokiem (Lindner, 2004). Ogólnie rzecz biorąc, badania pokazują wzrost koncentracji uwagi magazynów na ciele kobiety jako obiekcie seksualnym, którego oglądanie stanowi dla innych przyjemność.

Niektórzy badacze zwrócili uwagę na fakt, że schematy te różnią się w zależności od tego, jaki kolor skóry mają kobiety przedstawiane w magazynach i do kogo pisma są skierowane. Baker (2005) w swojej analizie reklam prezentowanych w ośmiu czasopiśmie skierowanych do czarnych i białych kobiet oraz mężczyzn pokazała, że białe kobiety przedstawiane w kobiecych magazynach znacznie częściej niż czarnoskóre były pokazywane z zasłoniętą twarzą (kładąc w ten sposób nacisk na ciało i atuty fizyczne). Białe kobiety były także częściej niż czarne przedstawiane jako elementy „ozdobne” w męskich magazynach. Podobne wnioski przedstawili Sanchez-Hucles, Hudgins i Gamble (2005) w swoim porównaniu wizerunków kobiet w reklamach emitowanych w głównych mediach, skierowanych do publiczności czarnoskórej oraz hiszpańskojęzycznej. W badaniu tym uznano, że w 42% reklam w „Cosmopolitan” ciało ukazane jest w sposób seksualnie sugestywny. Sytuacja taka miała miejsce w 13% reklam w „Ebony”<sup>12</sup>, 32% w „Essence”<sup>13</sup>, 0% w „Filipinas”<sup>14</sup> i 21% w „La-

tin Girl”. Wydaje się, że schematy te wraz z upływem czasu pozostają niezmiennie.

Plous i Neptune (1997) przebadali reklamy ubrań pochodzące z sześciu magazynów przeznaczonych dla białych („Cosmopolitan”, „Glamour”) i czarnoskórych kobiet („Ebony”, „Essence”) oraz dla białych mężczyzn („Esquire”, „GQ”), publikowane w ciągu 10 lat. Odkryli, że przez 10 lat znacznie zwiększyła się liczba przypadków ukazywania ciała białych kobiet – od około 34% w latach 1985–1986 do prawie 50% w latach 1993–1994. Liczba reklam prezentujących dekolt białych kobiet prawie podwoiła się, z 22,8% w latach 1986–1986 do 42,8% w latach 1993–1994. Zwiększyła się również liczba wizerunków ukazujących biust czarnoskórych kobiet: z 30% w reklamach w latach 1986–1988 do ponad 40% w latach 1993–1994. Jeśli ująć przedstawienie biustu wraz z innymi typami ekspozycji ciała, procent reklam zawierających takie elementy wzrósł w latach 1993–1994 do 52,9% dla kobiet czarnoskórych i do 61,6% dla białych.

Badania wskazują, że w reklamach jest dziś więcej seksu niż kiedykolwiek wcześniej (Lin, 1998; Reichert i in., 1999). Istnieją jednak przesłanki, że nie jest to coś, czego chcą odbiorcy. Ankieta pisma „Adweek”<sup>15</sup> z 1999 r. pokazała, że według 70% respondentów w reklamach jest zbyt dużo obrazów seksualnych (Dolliver, 1999). Ponadto według badań tego typu kampanie marketingowe nie są tak skuteczne, jak myślą twórcy reklam. Analizy przedstawień seksu w reklamie przeprowadzane są od lat 60. XX wieku i wynika z nich ogólny wniosek, że zdolność przetwarzania informacji oraz uwaga odbiorcy reklam skupia się na materiale seksualnym, w tym na nagości, zachowaniach seksualnych oraz na seksualnej treści reklamy (Lang, Wise, Lee i Cai, 2003). Najnowsze dowody pokazują jednak, że przyciągnięcie uwagi nie zawsze przekłada się na sprzedaż produktu. W eksperymentalnym badaniu przeprowadzonym na grupie 366 osób w wieku 18–54 lat Bushman (2005) pokazał, że uczestnicy, którzy obejrżeli reklamy zawierające treści seksualne, rzadziej zapamiętywali reklamowane marki i byli mniej zainteresowani ich kupnem niż uczestnicy, którym zaprezentowano reklamy niezawierające takich treści.

Przywołane badania pokazują, że zarówno młode, jak i dorosłe kobiety są stale i coraz częściej przedstawiane w reklamach w sposób zseksualizowany. Tworzy się w ten sposób środowisko, w którym bycie kobietą oznacza niemal to samo, co bycie obiektem seksualnym. Mimo że twórcy reklam zazwyczaj dokładają starań, by nie dokonać bezpośredniej seksualizacji obrazu młodych dziewcząt, kilka technik czyni to w sposób pośredni:

■ **Istnieją dowody empiryczne, że dzieci, zwłaszcza dziewczynki, są czasami przedstawiane jako obiekty seksualne lub jako odpowiedniki „dorosłych wersji”.** O’Donohue, Gold i McKay (1997) w swojej analizie obrazów dzieci pojawiających się w reklamach publikowanych w pięciu popularnych magazynach (np. „Ladies Home Journal”, „Newsweek”) w okresie ponad 40 lat, znaleźli 38 reklam (1,5%), ukazujących dzieci w sposób seksualny. Co więcej, 85% tych reklam skupiało się na dziewczętach, a ukazanie ich w sposób zseksualizowany znacznie wzrastało wraz z upływem czasu. W reklamach tych dziewczynki często

12 Miesięcznik wydawany w USA, redagowany przez Afroamerykanów i dla nich przeznaczony (przyp. tłum.).

13 Miesięcznik przeznaczony dla Afroamerykanek między 18. a 49. rokiem życia (przyp. tłum.).

14 Miesięcznik przeznaczony dla społeczności filipińskiej w USA, wydawany do 2010 r. (przyp. tłum.).

15 Tygodnik amerykański (przyp. tłum.).

pojawiają się razem z zseksualizowanymi kobietami, prezentowane są w odpowiednio dobranych ubraniach i kuszających pozach.

- Obrazy w reklamach przedstawiają zarówno kobiety upodobnione do dziewczynek, jak i odwrotnie (Cook i Kaiser, 2004), w ten sposób różnica między dziewczynką a kobietą może zostać zatarta.** W takim schemacie dziewczynki są wystylizowane na dorosłe, a dorosłe kobiety ucharakteryzowane na dziewczęta. Merskin (2004) pisze, że reklamy są pełne zdjęć, na których kobiety są tak ubrane, by wyglądać jak małe dziewczynki, a młode dziewczyny tak, by wyglądać jak dorosłe kobiety. Dowodem na to jest np. wydanie w 2001 r. nowych magazynów „CosmoGirl” i „ElleGirl” oraz „Teen Vogue” w 2003 r. Pisma te „zmniejszają” seksualizujące przekazy swoich pierwotnych wydań dla dorosłych kobiet: „jak zadowolić twojego mężczyznę” zmienia się na „jak zadowolić twojego partnera na bal maturalny”. „Udziecinnianie” z kolei polega na tworzeniu seksualnych wizerunków dorosłych kobiet, w których są przedstawione jako dziewczynki (Kilbourne, 1999), często w strojach uczennic, liżące lizaki lub lody na patyku albo noszące powiększone wersje ubrań dziecięcych, takie jak sukienki i koszulki jak dla lalek, podkolanówki i buty Mary Jane<sup>16</sup>, wszystkie sprzedawane jako ubrania dla kobiet. Trend ten skłonił niektórych krytyków do mówienia o „pedofilskiej modzie” (Menkes, 1994). Innym przykładem jest ostatni telewizyjny pokaz mody z aranżacjami bożonarodzeniowymi (Victoria’s Secret Fashion Show, emitowany w CBS w grudniu 2005 r.), podczas którego modelki ubrane jak małe dziewczynki w „lalkowate”, skąpe koszulki nocne, otoczone zabawkami, ciągnęły za sobą pluszowe zwierzątka.

- Pojedyncze reklamy prezentują młodociane lub „ledwie wyglądające na 18 lat., nastoletnie gwiazdy w bardzo seksualny sposób.** Podaje się, że te reklamy, pojawiające się w ciągu ostatnich 25 lat – kontrowersyjne i odnoszące sukces zarazem – były dyskutowane i czasami zdejmowane z anteny z powodu prezentowania zseksualizowanego obrazu młodych dziewcząt. Przykładem mogą być reklama jeansów Calvina Kleina z Brooke Shields, a ostatnio katalog ubrań Abercrombie & Fitch, reklamy bielizny dziecięcej Calvina Kleina, reklamy butów Skechers z Christiną Aguilera i hamburgerów Carl’s Jr. z Paris Hilton. Tego typu reklamy często wykorzystują gwiazdy popularne wśród dzieci i młodzieży oraz ukazują je w seksualnych pozach. W niektórych z nich wyraźnie podkreślana jest niewinność jako coś seksownego, jak np. w jednej z reklam „naughty and nice” („niegrzeczna i miła”) firmy Skechers, która przedstawiała Christinę Aguilera ubraną w strój uczennicy, z przepiętą bluzką, z kucykami i liżącą lizaka. Merskin (2004) podsumowała, że: **przekaz twórców reklam i mass mediów dla dziewcząt (jako przyszłych kobiet) jest taki, że powinny być one zawsze dostępne pod względem seksualnym, zawsze myśleć o seksie, powinny być gotowe na seksualną dominację, a nawet agresję i że będzie się na nie patrzyło jak na obiekty seksualne** (Merskin, 2004, s. 120).

## Produkty

Produkty przeznaczone dla dzieci i młodzieży to ogromny biznes. Zyski z samej tylko sprzedaży zabawek wyniosły w 2005 roku ponad 21 mld dolarów (Ackman, 2006). Produkty te są jednym ze źródeł socjalizacji na poziomie społecznym i mogą kształtować rozwój dziecka na różne sposoby. Teoretycy modelu kulturowego (Bachen i Illouz, 1996; Duveen i Lloyd, 1990) dowodzą, że sprzedawcy prezentują młodym ludziom schematy pewnych sytuacji życiowych. Młodzi nie znają ich zbyt dobrze, przez co owe schematy stają się dla nich modelami kulturowymi.

Choć przeprowadzono niewiele systematycznych badań dotyczących częstotliwości występowania oraz wpływu na psychikę produktów, które seksualizują dziewczęta i kobiety, kolejne rozdziały na temat lalek, ubrań i kosmetyków podają przykłady produktów, które są skierowane do dziewcząt i prezentują obrazy osób seksownych i zseksualizowanych.

## Lalki

Zabawa lalkami jest popularna wśród dzieci, zwłaszcza wśród dziewcząt (Sutton-Smith, 1986), dlatego też promowanie zseksualizowanych lalek powinno wzbudzać niepokój. Jedną z serii zabawek, popularnych już wśród 4-latek, są lalki Bratz, które przedstawiają wielonarodowościową grupę nastolatek, interesujących się modą, muzyką, chłopcami i wyglądem (patrz: [www.bratz.com](http://www.bratz.com)). W reklamach ubrane są w stroje bikini, siedzą w jacuzzi, stoją beczynnymi i mieszają drinki, podczas gdy „chłopaki” grają na gitarze i trzymają deski do surfingu, gotowi do działania (Brown i Lamb, 2005; Lamb i Brown, 2006). Ponadto lalki Bratz noszą seksowne ubrania: minispódniczki, kabaretki czy boa z piór. Lalki te być może nie seksualizują dziewcząt w większym stopniu niż teledyski MTV, niepokoi jednak fakt, że lalki zaprojektowane specjalnie dla 4–8-latek są kojarzone z uprzedmiotowioną dorosłą seksualnością. Ta uprzedmiotowiona seksualność, stojąca w opozycji do zdrowej seksualności, której rozwój jest normalną częścią okresu dorastania, ogranicza nastolatki, a nawet bardziej dziewczynki, które są grupą docelową dla producentów tych lalek.

Wraz z sukcesem lalek Bratz, inni producenci podążyli za tym wzorem. Mattel stworzyła „My Scene Barbie” i została natychmiast posądzona przez Hasbro o skopiowanie serii (DeSmedt, 2006). Niskie, grube, aseksualne i aż proszące się o przytulenie lalki-trolle, które sprzedały się w milionach egzemplarzy w latach 60., odtworzono jako Trollz (à la Bratz), grupę hip-hopowych nastolatek, którzy są „BFFL” (z ang. „Najlepsi Przyjaciele na całe Życie”; zobacz: [www.trollz.com](http://www.trollz.com)) (Sheff, 2005). Sapphire, Amethyst, Onyx, Ruby i Topaz – lalki o pełnych ustach, z ogromnymi fryzurami, w minispódniczkach i z gołymi brzuchami, są sprzedawane dziewczynkom mającym zaledwie 4–8 lat (Sheff, 2005). Ostatnio firma Hasbro była gotowa do wypuszczenia serii lalek dla 4–8-latek, wzorowanych na członkiniach grupy muzycznej Pussycat Dolls (była grupa burleskowa, znana ze skąpych strojów i bardzo zseksualizowanych tekstów). Protest zorganizowany przez obywateli przekonał firmę do wycofania serii (Goldiner, 2006). Bardzo popularne lalki American Girl, znane ze względu na to, że przedstawiają dziewczęta różnego pochodzenia, nie

16 Buty damskie przypominające pantofelki dla dziewczynek (przyp. tłum.).



zostały jeszcze całkowicie zseksualizowane, jednak ostatnia współpraca American Girl z firmą Bath&Body Works (T. Turner, 2005) może prowadzić do powiązań produktów obu firm, co nakłoni dziewczęta do rozwijania przedwczesnej świadomości swego ciała, związanej z wąsko pojętą atrakcyjnością seksualną.

### Ubrania

Dziewczęta mają niewielką kontrolę nad tym, jak przedstawia się ich wizerunek w mediach. Mogą jednak w większym stopniu kontrolować swoją tożsamość poprzez dobór stroju (Cook i Kaiser, 2004). Labre i Walsh-Childers (2003) argumentują, że magazyny dla nastolatków łączą w jedną kategorię modę i piękno oraz zachęcają dziewczęta do wyrażania siebie poprzez wybór ubrań. Rzeczywiście, jak pokazali Lamb i Brown (2006), producenci sprzedają dziewczętom wyjątkową osobowość poprzez stroje, pokazując często, że jednego dnia dziewczynka może być zbuntowaną nastolatką – „punkiem”, a drugiego – wyglądać niewinnie.

Biorąc pod uwagę, że dziewczęta mogą rozwijać swoją osobowość częściowo poprzez kwestie ubioru, niepokojące jest, że coraz młodsze dziewczęta są zachęcane do mierzenia i noszenia strojów zaprojektowanych tak, aby podkreślać kobiecą seksualność. Noszenie takich ubrań może sprawić, że dziewczętom będzie trudno odnaleźć swoją wartość inaczej niż przez eksponowanie swojej seksualności. Seksualizacja dziewcząt w reklamach odzieży pojawiła się przynajmniej 25 lat temu, w reklamach podobnych do tej, w której dziewczynka w jeansach odrzuca na bok swoją szmacianą lalkę, a hasło brzmi: „13 zmienia się w 18” (1981). Podobnym przykładem jest kontrowersyjna reklama Calvina Kleina, w której 15-letnia Brooke Shields mówi: „Nie ma nic, co oddziela mnie od moich Calvinów” (Cook i Kaiser, 2004).

Produkcja seksownych strojów w rozmiarach dla dzieci i nastolatków wydaje się stosunkowo nowym zjawiskiem. Pollett i Hurwitz (2004) zauważyli, że stringi wzorowane na stroju striptizerek są obecnie oferowane w sklepach dla dzieci i nastolatków, często z motywami atrakcyjnymi zwłaszcza dla dzieci. Sklepy takie jak Limited Too, których klientem docelowym jest tzw. „tween population” (według definicji sklepów – dzieci i młodzież od 7 do kilkunastu lat) sprzedają seksowną bieliznę, np. podkoszulki na ramiączkach czy koronkowe majtki – produkty, które kiedyś sprzedawane były tylko dorosłym (Lamb i Brown, 2006). W ostatniej analizie treści przekazywanych przez stroje Halloween Nelson (2000) odkrył, że stroje dla chłopców są bardziej różnorodne niż stroje dla dziewczynek i że te ostatnie prawie zawsze podkreślały atrakcyjność fizyczną (np. piękne królowe i księżniczki). Wiele damskich strojów „czarnych charakterów” uwydatniało erotyzm (np. „seksowna diablica” czy bohaterka z „Bewitched”<sup>17</sup>).

### Kosmetyki

Przemysł kosmetyczny także zauważył korzyści płynące z kierowania swych produktów do coraz młodszych dziewcząt.

Sklepy z zabawkami sprzedają zestawy perfum i kosmetyków dla dziewczynek („dla dzieci powyżej 8 lat, idealne na przyjęcia spa, nocki u koleżanek i deszczowe dni”). Body Shop sprzedaje błyszczki dla nastolatek i owocowe błyszczki dla młodszych dziewczynek. W Clare’s, sklepie z dodatkami, znajdującym się w tysiącach marketów, sprzedaje się błyszczki i perfumy dla dziewczynek. Barbie ma swoje perfumy o nazwach „Free Spirit”, „Summer Fun” i „Super Model”.

Francuskie perfumierie wprowadziły specjalne zapachy dla małych dziewczynek (np. „smellies”). Villeneuve i de Grandi (1996) zauważyli, że *całe gamy produktów wiodących marek skierowane są do dziewcząt, np. Fleur d’interdit Givenchy czy Tendre Passion Diora, które są delikatniejszymi i tańszymi wersjami Interdit i Poison, przypominającymi „dorosłe” perfumy*. Specjaliści od marketingu Yves Rocher piszą na swoich perfumach Blackberry Cream: *Małe dziewczynki uwielbiają pachnieć tak jak ich mamy*. Wydawcy czasopism dla nastolatek takich jak „CosmoGirl” reklamują wśród swych docelowych czytelniczek (nastolatki i młodsze) kosmetyki, perfumy i produkty higieny osobistej oraz modę. Wydaje się, że to zachęcanie odnosi skutki. Ankiety dotyczące sprzedaży pokazują, że przeciętna 12–19-latką 5 razy w tygodniu używa perfum (Chaplin, 1999). Mimo że nie ma nic złego w tym, że dziewczynki chcą ładnie pachnieć i dobrze wyglądać, reklamy kobiecych perfum bardzo silnie promują uwodzenie i wykorzystywanie seksapilu z pomocą zapachu. Kosmetyki i perfumy często specyficznie kojarzą się z pragnieniem bycia atrakcyjną seksualnie, które wydaje się w niewłaściwy sposób zaszczepiane młodym dziewczętom.

## Podsumowanie społeczno-kulturowego wymiaru seksualizacji

Przedstawione w tej części badania pokazują, że kobiety i dziewczęta częściej niż mężczyźni i chłopcy są uprzedmiotawiane i seksualizowane w różnego typu mediach (w tym w telewizji, magazynach, mediach sportowych i teledyskach), w reklamie i w produktach kierowanych do dzieci. Mimo że duża część tych analiz była bardziej skupiona na dorosłych kobietach i dziewczętach z college’ów niż na dziewczynkach czy nastolatkach, sposób, w jaki przedstawia się dorosłe kobiety daje dziewczynkom wzorce, które mogą wykorzystywać do kształtowania własnych zachowań, tożsamości i sposobów patrzenia na siebie. Bezpośredni wpływ na dziewczęta ma ich obraz przedstawiany w mediach, a medialne wizerunki kobiet mogą wpływać na nie pośrednio.

## Wymiar interpersonalny

Źródłem przekazów społecznych mających wpływ na seksualizację dziewcząt są nie tylko media i towary, ale także relacje interpersonalne dziewcząt (np. z rodzicami, nauczycielami, rówieśnikami) (Brown i Gilligan, 1992). Życie rodziców, nauczycieli oraz rówieśników wpisane jest w kontekst seksualizujących społeczeństwo wizerunków, które mogą na nich wpływać. A zatem mogą oni przyczynić się do seksualizacji dziewcząt, otwarcie lub delikatnie wyrażając aprobatę dla tych przekazów kulturowych. Najbardziej niszczącą formą seksualizacji są molestowanie i wykorzystywanie seksualne

<sup>17</sup> Bohaterka amerykańskiej komedii z lat 60-70., czarownica, która poślubiła śmiertelnika i chce wieść życie typowej żony (przyp. tłum.).

dziewcząt oraz napaści na tle seksualnym, których sprawcami są rodzice, nauczyciele lub inne osoby (np. inni członkowie rodziny, trenerzy czy osoby obce).

Badania sugerują, że sposób myślenia rodziców o innych w kontekście płci ma znaczący wpływ na to, w jaki sposób dziecko postrzega samego siebie, swoją płęć oraz na jego zachowania w stosunku do innych, związane z różnicami płciowymi (Tenenbaum i Leaper, 2002). Podejście ojca odgrywa szczególną rolę w przypisywaniu dzieciom zajęć typowych dla danej płci oraz w przystosowaniu do tego dzieci (McHale, Crouter i Tucker, 1999). Badania te skupiały się raczej na schematach płciowych niż na seksualizacji. Mimo to wskazały, że jeśli w schematach rodziców istnieją zseksualizowane wyobrażenia na temat dziewcząt, dzieci przejmą ten sposób myślenia. Wytwarzanie takich wyobrażeń u rodziców jest prawdopodobne, gdyż dominująca kultura przedstawia kobietę jako istotę heteroseksualną i zseksualizowaną (Bartky, 1990; Brown, 2003).

Jako że obecną normą seksownego wyglądu dziewcząt jest szczupła sylwetka, badania nad „ideałem szczupłości” są istotne jeśli chodzi o zjawisko seksualizacji dziewcząt. Istnieją dowody na to, że zarówno rodzice, rówieśnicy, jak i media popierają dziewczęcą „kulturę diety” (Levine, Smolak i Hayden, 1994; Nichter, 2000). Kilka badań (głównie z udziałem białych) pokazało, że relacje matka – córka wpływają na to, jak dziewczynka odbiera przekaz kulturowy dotyczący szczupłości (Ogle i Damhorst, 2004) i że starania matek o bycie szczupłymi oraz krytykowanie wagi córek mają związek z zaburzeniami odżywiania ich córek (Hill, Weaver i Blundell, 1990; Levine, Smolak, Moody, Shuman i Hessen, 1994).

Ostatnio Nichter (2000) w swoim 3-letnim, jakościowym i przekrojowym badaniu 13–15-latków zauważył, że białe matki prowadziły zazwyczaj „rozmowy o kilogramach”, które dotyczyły ich samych i córek. Nichter doszedł do wniosku, że *wydaje się, iż wokół dziewcząt panuje atmosfera nadmiernej troski o wygląd, a częstym tematem rozmów jest to, czy czują się grube* (Nichter, 2000, s. 120). Ojcowie rzadziej przekazywali swoje spostrzeżenia, ale jeśli już to robili, były to formy krytyki, *oceniające spojrzenia, docinki, upokarzające uwagi i uszczypliwe komentarze w stylu: Kiedy zaczęły ci rosnąć cycki?* (Nichter, 2000, s. 140). Ten ostatni komentarz sugeruje, że uwagi dotyczące ciała i „rozmowy o wadze”, przynajmniej te, które prowadzą ojcowie, odnoszą się w szczególny sposób do seksualności i że komentarze nt. ciała dziewczynki są często połączone z komentarzem na temat jej seksualności lub odbierane jako takie. Co więcej, takie zachęcanie dziewcząt do zwracania uwagi bardziej na ciało niż na uczucia uczy je traktowania ciała jako przedmiotu oraz czynienia go pożądanym dla innych. W miarę jak dziewczynka dojrzewa, koncentrowanie uwagi na ciele zostaje zseksualizowane (Lamb, 2002, 2006; Tolman, 2002).

Nichter (2000) zauważył także, że inny schemat występuje u dziewcząt pochodzenia afroamerykańskiego, które otrzymują od rodziców dużo więcej pozytywnych komunikatów odnośnie swego wyglądu i stylu. Dziewczęta te powiedziały również, że podziwiają swoje matki za to, że stanowią dla nich wzorzec tego, jak osiągnąć sukces w nieprzyjaznym świecie. Mimo że dziewczęta pochodzenia afroamerykańskiego odchudzały się tak samo często jak te pochodzenia europejsko-amerykańskiego<sup>18</sup>, te pierwsze przyznały, że są bardziej zadowolone ze swojego ciała, mają większe poczucie własnej wartości i mniej martwią się o wagę. Wydaje się zatem, że obie te grupy internalizują zarówno pozytywne, jak i negatywne komunikaty otrzymywane od rodziców.

Rodzice również mogą w bardzo konkretny i bezpośredni sposób przyczynić się do seksualizacji swych córek, na przykład zapisując 5-letnią córkę na konkurs piękności, w którym, wraz z innymi kandydatkami, będzie się zachowywała w sposób związany z „byciem seksowną”: będzie nosić mocny makijaż, podkreślający pełne usta, długie rzęsy, zaróżowione policzki, wysokie obcasy a także wydekoltowane sukienki by naśladować dorosłe kobiety. Mimo że stosunkowo niewiele dziewczynek bierze udział w takich konkursach, stały się one interesującym tematem dla wiadomości, filmów dokumentalnych i reklam, zwłaszcza jeśli chodzi o kwestię tego, czy ta przedwczesna seksualizacja nie stanowi problemu dla niektórych dziewcząt. W ten sposób uczestnictwo w takich konkursach kilku dziewczynek może w rzeczywistości przyczynić się do seksualizacji wielu z nich.

Niektórzy rodzice pozwolili swoim córkom na operacje plastyczne, by dziewczęta stały się bardziej seksowne i atrakcyjne. W 2005 r. wykonano ponad 77 tys. inwazyjnych zabiegów chirurgicznych na dziewczętach 18-letnich i młodszych, co stanowi 15% wzrost w stosunku do roku 2000 (American Society of Plastic Surgeons, 2006a). Nieletni nie mogą poddać się takiej operacji bez zgody rodziców, którzy zazwyczaj również ją finansują. Jako że operacje te są drogie (i zazwyczaj nie pokrywa ich ubezpieczenie zdrowotne), mają do nich dostęp tylko nastolatki z wyższej klasy średniej i z bogatych rodzin.

Do seksualizacji dziewcząt mogą przyczynić się także nauczyciele. W trakcie badań etnograficznych w przedszkolach (w USA dzieci przebywają w przedszkolach do 5. roku życia – przyp. tłum.) Martin (1998) odkryła, że dziewczynki są częściej niż chłopcy zachęcane przez nauczycieli do zabawy w przebieranki i że są w tych zabawach namawiane do odgrywania ról zseksualizowanych dorosłych kobiet. Często przejawiało się to przez przeglądanie się w lustrze, udawanie chodzenia na wysokich obcasach oraz bycie „wampem”. Nauczyciele mogą także przekazywać dziewczynkom komunikaty promujące ideał szczupłego ciała. Jedno z badań pokazało, że nauczyciele negatywnie podchodzą do dziewcząt, które nie odpowiadają wzorcowi szczupłości (Villimez, Eisenberg i Carroll, 1986). W badaniu tym nauczyciele oceniali dzieci od przedszkola aż do 4 klasy (9–10 lat – przyp. tłum.). Ociężałość i masywna budowa ciała były skorelowane z negatywnym ocenianiem przez nauczycieli umiejętności dziewcząt, natomiast z pozytywną oceną umiejętności chłopców. Mimo że koncepcja idealnej, szczupłej sylwetki nie jest tym samym co seksualizacja, to często się z nią łączy. W innym badaniu

18 Amerykanie, których przodkowie (nawet bardzo dalecy) wywodzili się z Europy (przyp. tłum.).

(Rolón-Dow, 2004) nauczyciele gimnazjalni skupiali się w opisach uczennic latynoamerykańskich (Portorykanek) wyłącznie na ich wyglądzie i seksualności. Zauważono, że „hiperseksualność” dziewcząt była postrzegana jako coś, co nie pasowało do dobrych wyników w nauce.

Także rówieśnicy uczestniczą w procesie seksualizacji dziewcząt. Praca Thorne'a (1993), w której bada dzieci na placu zabaw, pokazała, że chłopcy przypisują dziewczynom cechy seksualne całkiem niezależnie od ich sposobu zachowania. Nichter (2000) i Eder (1995) spostrzegli, że dziewczęta pilnują się wzajemnie, by dostosowywać się do wzorca szczupłości i seksowności, a Brown (2003) odkrył, że nastolatki mszczą się na dziewczętach, które uznają za zagrożenie, seksualizując je w negatywny sposób (np. nazywając je „zdzirami”). Kilku autorów (Levy, 2005b; P. Paul, 2005; Pollet i Hurwitz, 2004) udowodniło, że w dzisiejszych czasach dla dziewcząt popularność oznacza bycie seksownym i że uznają one seksowne zachowanie w stosunku do chłopców za drogę do uzyskania władzy. Rzeczywiście, wcześniejsze badania pokazały, że popularność dziewcząt wynika po części z ich atrakcyjności fizycznej i przedwczesnego rozwoju społecznego w kwestii zainteresowania chłopcami (Adler, Kless i Adler, 1992). Badanie etnograficzne Mertena (2004) zachowań gimnazjalistek (głównie białych) z przedmieść Chicago potwierdza to spostrzeżenie. Zauważył on, że aby zyskać popularność, dziewczęta musiały zbudować swą kobiecość, koncentrując się na atrakcyjności fizycznej o oraz uwzględniając „męski punkt widzenia” (Merten, 2004, s. 364).

Molestowanie seksualne, którego sprawcami są chłopcy i mężczyźni, jest częścią życia szkolnego i zawodowego. W badaniu „Hostile Hallway” („Wrogie Korytarze”, 2001) przeprowadzonym przez American Association of University Women (Amerykańskie Towarzystwo Kobiet na Uniwersytetach) okazało się, że 63% dziewcząt potwierdza, iż były molestowane seksualnie „często” lub „czasem”. Najczęstszą formą molestowania były żarty o podtekście seksualnym, komentarze, gesty czy spojrzenia. Następne w kolejności było dotykanie, łapanie, szczypanie i przeczesywanie włosów w sposób seksualny. Spośród molestowanych dziewcząt 90% było molestowanych przez ucznia, 45% przez byłego ucznia i 6% przez nauczyciela.

Rówieśnicy wywierają bezpośredni wpływ na dziewczęta w procesie seksualizacji, gdyż wygłaszają oni w szkole komentarze i oceny o podtekście seksualnym. Jedno z ostatnich badań dotyczyło doświadczenia przez młodszych nastolatków (do 13. roku życia – przyp. tłum.) molestowania seksualnego ze strony rówieśników (Lindberg, Grabe i Hyde, 2007). Już 10–12-latkowie, którzy nie skończyli jeszcze piątej klasy, mówili o częstym doświadczaniu istotnych przejawów molestowania seksualnego w szkole. Dotyczyło ono zarówno chłopców, jak i dziewczynek, ale rodzaj tych doświadczeń i ich skutki były różne. W okresie dojrzewania płciowego przypadków molestowania dziewcząt ze strony rówieśników może być więcej. Dokładniej, dziewczęta częściej narażone są na dokuczliwe komentarze, w miarę jak ich ciało się rozwija. To z kolei prowadzi u nich do większego poczucia wstydu z powodu własnego ciała.

Wyjątkowo destrukcyjną formą seksualizacji jest m. in. wykorzystywanie seksualne, prostytuowanie się i handel ludźmi. Szacunki dotyczące wykorzystywania seksualnego dzieci różnią się, po części ze względu na metodologiczne różnice między badaniami (np. sposób definiowania wykorzystywania seksualnego). Niemniej jednak badania przekrojowe i inne reprezentatywne badania na poziomie krajowym ustaliły, że 15–25% kobiet padło ofiarą molestowania seksualnego, podczas gdy procent mężczyzn cierpiących z powodu tego zjawiska był niższy (Elliott, 1997; Molnar, Buka i Kessler, 2001; Tjaden i Thoennes, 1998; Vogeltanz i in., 1999).

Prostytuujące się dziewczęta i kobiety są z definicji seksualizowane i uprzedmiotawiane oraz traktowane jako towar seksualny. W wypadku dziewcząt poniżej 18. roku życia, prostytutka jest prawnie uznawana za molestowanie seksualne. Zamiast tego, często mówi się o niej jako o wykorzystywaniu seksualnym dzieci w celach komercyjnych lub o dziecięcej prostytutce. Większość prostitutek powyżej 18. roku życia zaczęła się prostytuować, gdy była nastolatkami. Boyer, Chapman i Marshall (1993) rozmawiali z 50 kobietami prostytuującymi się w agencjach, na ulicach, w klubach ze striptizem, przez telefon oraz w salonach masażu (domach publicznych) w Seattle w stanie Waszyngton. Wszystkie one zaczęły się prostytuować między 12. a 14. rokiem życia. Z badania Nadona, Koveroli i Schludermanna (1998) wynika, że 89% ich respondentek zaczęło prostytuować się przed 16. rokiem życia. Trudno dokładnie podać liczbę dziewcząt aktualnie prostytuujących się, jednakże badanie Estes i Weina (2001) przeprowadzone z wykorzystaniem kilku metod oszacowało, że rocznie 244–325 tys. amerykańskich dzieci i nastolatków jest narażonych na bycie ofiarą wykorzystywania seksualnego w celach komercyjnych. Molestowanie seksualne dziewcząt naraża je na ryzyko prostytutki (Nadon i in., 1998; Silbert i Pines, 1981, 1982).

## ■ Wymiar intrapsychiczny

Zarówno wielu rodziców, jak i specjalistów od marketingu chętnie dowiodłoby, że dziewczynki *chcą* mieć ubrania i dodatki, dzięki którym będą „sexy” oraz że trudno przekonać nastolatki i młodsze dziewczynki do dokonywania mniej zseksualizowanych wyborów. Jako że dziewczęta aktywnie uczestniczą w kulturze konsumpcyjnej (często kupują produkty i stroje mające sprawić, że będą wyglądać pociągająco i seksownie) i decydują o tym, kim będą i jak będą się zachowywały (często wzorując swoją osobowość na seksownych gwiazdach, licznie obecnych w ich otoczeniu kulturowym), w efekcie same się seksualizują.

Dziewczęta, baczne obserwatorki procesów społecznych, sądzą, że uzyskają więcej korzyści społecznych (np. zdobędą popularność), jeśli włączą się w proces seksualizacji. Boją się, że jeżeli tego nie zrobią, zostaną odrzucone (Brown i Gilligan, 1992; Nichter, 2000; Tolman, 2002).

Skupienie uwagi na atrakcyjności fizycznej nie jest niczym nowym. Ponad 30 lat temu Unger (1979) dowodził, że piękno fizyczne może przekładać się na siłę dziewcząt. Niemniej jednak definicja atrakcyjności zmienia się w zależności od kultury. Podczas gdy dawniej przywiązanie do domu mogło

być w kulturze synonimem atrakcyjności kobiet, dzisiaj atrakcyjność równa się byciu seksownym (Wolf, 1991). Ponadto istnieją dowody na to, dziewczęta nie zawsze odnosiły sukces towarzyski dzięki wyglądowi. Brumberg (1997) przebadał pamiętniki amerykańskich dziewcząt z ostatnich 100 lat, by dowiedzieć się jak spostrzegały proces samodoskonalenia się. Wpisy z początku XX wieku dotyczyły głównie zdobywania wiedzy oraz kształtowania dobrych manier. W pamiętnikach z ostatnich 20 lat dziewczęta skupiały się w większości na zmienianiu własnego ciała i dbaniu o atrakcyjność fizyczną.

Seksualizacja dziewcząt dokonuje się, kiedy myślą one o sobie głównie lub wyłącznie za pomocą pojęć związanych z seksualnością, gdy próbują być seksowne, aby wpisać się w wąskie standardy atrakcyjności fizycznej oraz gdy traktują siebie przedmiotowo. Badania psychologiczne zdefiniowały samoprzedmiotowienie (Fredrickson i Roberts, 1997; McKinley i Hyde, 1996) jako kluczowy proces, w wyniku którego dziewczęta uczą się myśleć i traktować swoje ciało jako przedmiot pożądania innych osób. W procesie tym dziewczęta internalizują perspektywę, z jakiej obserwator patrzy na ich fizyczność i uczą się traktować siebie jako przedmioty, które się ogląda i ocenia za ich wygląd. Mimo że przedstawianie siebie wyłącznie jako obiektu seksualnego, na który się patrzy, jest czasem postrzegane przez dziewczęta i kobiety jako sprawowanie kontroli nad swoją seksualnością (np. na niektórych portalach społecznościowych), taki sposób prezentowania siebie może być uważany za formę samoprzedmiotowienia.

Istnieją liczne dowody na to, że zjawisko samoprzedmiotowienia jest powszechne wśród kobiet i dziewcząt. I tak na przykład Slater i Tiggemann (2002) spostrzegli, że już 12-latkę bardziej skupiały się na wyglądzie niż na możliwościach swojego ciała. Ponadto wiele badań pokazało, że dziewczęta i kobiety częściej niż mężczyźni i chłopcy dokonują samoprzedmiotowienia (np. Fredrickson, Roberts, Noll, Quinn i Twenge, 1998; Strelan i Hargreaves, 2005).

Większość badań skupiała się na dziewczynkach pochodzenia europejsko-amerykańskiego, ale według jednego z nich, dotyczącego 14–16-latek, większość dziewcząt, niezależnie od pochodzenia, przyczyniała się do uprzedmiotowienia siebie (McConnell, 2001), to znaczy internalizowało standardy wyglądu obserwatora i angażowało się w działania mające na celu zwiększenie atrakcyjności seksualnej. Ponadto białe dziewczęta spędzały tyle samo czasu na poprawianiu wyglądu, co Afroamerykanki, choć te drugie poświęcały więcej czasu pielęgnacji włosów, a białe dziewczęta – makijażowi. Mimo to badania Nichter (2000) sugerują, że w przypadku dziewcząt afroamerykańskich dbanie o wygląd może być raczej tworzeniem indywidualnego stylu, wywodzącego się z pochodzenia etnicznego (tj. takiego, który ma na względzie nie tylko wygląd zewnętrzny, ale też osobowość i postawę), niż przystosowywaniem się do wąskiej wizji „idealnej dziewczyny” przedstawianej przez media. Mogą zatem istnieć różnice etniczne w kwestii znaczenia, jakie przywiązuje się do działań prowadzących do samoprzedmiotowienia.

Do seksualizacji dziewcząt przyczyniają się nie tylko pewne podejmowane przez nie decyzje (np. wybór ubrań, fryzury, makijażu), ale także ich przedwczesne zachowania seksual-

ne. Biorąc pod uwagę wysoko zseksualizowane środowisko kulturowe, w jakim obraca się większość dziewcząt, zachowania te mogą być po prostu wynikiem modelowania (uczenia się na podstawie obserwacji zachowań innych ludzi – przyp. tłum). Jednak należy zauważyć, że zseksualizowane zachowanie dzieci (np. częste zabawy seksualne, stała i czasem publiczna masturbacja, nieodpowiednie otwieranie się na innych w sprawach seksu) jest jednym z powszechnych następstw wykorzystywania seksualnego dzieci (Friedrich i in., 2001; Kendall-Tackett, Williams i Finkelhor, 1993; Letourneau, Schoenwald i Sheidow, 2004). W takim przypadku dziewczynki same się seksualizują poprzez swoje postępowanie (tj. przedstawiają się jako seksualne obiekty do użytku innych lub ich zachowanie ma niestosowny do wieku seksualny podtekst). Mimo to byłoby nadużyciem twierdzić, że dziewczęta dobrowolnie wybierają takie zachowania. Wybory, jakich dokonują dziewczęta, są raczej skutkiem szkód, jakie wiktyimizacja ofiar wykorzystywania seksualnego wywarła na funkcje umysłowe i procesy poznawcze odpowiedzialne za zdrowe podejmowanie decyzji dotyczących seksu. Szkody te prowadzą do przedwczesnych lub niestosownych zachowań seksualnych (Zurbriggen i Freyd, 2004).

Dane te potwierdzają tezę, że dziewczęta czasami same biorą udział i przyczyniają się do swojej seksualizacji, jednakże środowisko kulturowe (a dla niektórych także doświadczenie bycia w dzieciństwie ofiarą wykorzystywania seksualnego) wspiera i ułatwia ten proces. Zatem decyzje dziewcząt są także zależne od wpływu relacji interpersonalnych z przeszłości i wpływu otaczającej ich kultury. Należy jednak pamiętać, że dziewczęta mają możliwość podejmowania działań i przeciwstawiania się tym wpływom. (Do tej kwestii wrócimy w rozdziale „Możliwości i sposoby przeciwdziałania wpływom seksualizacji”, str. 38-43).

## ■ Podsumowanie

Wiele badań sugeruje, że kultura dostarcza licznych przekazów, które uprzedmiotawiają i seksualizują dorosłe kobiety i że dzieje się to w środowisku, w którym rozwijają się dziewczęta. Rodzice, szkoła i rówieśnicy przyczyniają się czasem do seksualizacji dziewcząt, które również same przybierają uprzedmiotowioną i zseksualizowaną tożsamość. Potrzebne są dodatkowe badania: (a) skupione bardziej na dziewczętach niż na dorosłych kobietach; (b) analizujące bardziej dogłębnie sposoby, w jakie rodzice, szkoła i rówieśnicy seksualizują dziewczęta; (c) poświęcone samoseksualizacji dziewcząt – temu jak często ma ona miejsce i jakie czynniki ją ułatwiają. W kolejnym rozdziale dokonujemy przeglądu badań i teorii na temat negatywnych skutków seksualizacji kobiet i dziewcząt, skutków, które dotyczą zarówno dziewcząt, jak i innych osób.



## KONSEKWENCJE SEKSUALIZACJI DZIEWCZĄT

W tym rozdziale zaprezentowane zostaną teorie psychologiczne dotyczące mechanizmów, poprzez które ludzie (w tym dziewczęta) mogą zostać dotknięci seksualizacją. Omówione zostaną również niektóre krytyczne momenty na różnych etapach rozwoju dziewcząt, związane z procesem seksualizacji. Następnie przedstawione będą badania dowodzące, że seksualizacja dziewcząt łączy się z wieloma negatywnymi konsekwencjami.

### Mechanizmy działania seksualizacji

W psychologii istnieje kilka teorii, które tłumaczą, jak seksualizacja kobiet i dziewcząt może wpływać na samopoczucie u dziewcząt:

- **Teorie socjalizacji** opisują, jaki udział w procesie seksualizacji ma system kar i nagród stosowany przez osoby, które odgrywają istotną rolę w procesie socjalizacji młodych dziewcząt.
- **Teorie socjokulturowe** wskazują, że w środowisku kulturowym nie zawsze potrzebne są specyficzne wzmocnienia, by uwewnętrznić lub uaktywnić standardy seksualne lub wczesne zachowania seksualne.
- **Teorie poznawcze** podkreślają automatyczny i nieświadomy charakter niektórych schematów i struktur poznawczych, rozwijających się w procesie socjalizacji.
- **Teorie psychoanalityczne** wskazują, że doświadczenia wczesnego dzieciństwa wpływają na rozwój osobowości.
- **Teoria uprzedmiotowienia** łączy wszystkie powyższe podejścia. Według niej bodźce zewnętrzne ulegają internalizacji, co powoduje – jeśli mają one charakter seksualny – samoseksualizację.

### Teorie socjalizacji

Teoria społecznego uczenia się (np. Bussey i Bandura, 1999), teoria rozwoju poznawczego (np. Warin, 2000) oraz teoria schematów płciowych (np. Bem, 1985) proponują, by uczenie się właściwych kulturowo ról, ideologii, praktyk i zachowań płciowych wytłumaczyć wzmocnieniami otrzymywanymi od otoczenia oraz modelowaniem zachowań. Według teorii socjalizacji, dziewczęta uczą się jakich ról kobiecych oczekuje od nich społeczeństwo, i starają się im sprostać, ponieważ przynosi to określone korzyści, a ponadto spełnianie oczekiwań społeczeństwa jest satysfakcjonujące samo w sobie. Co więcej, niedostosowanie się do tych wymagań może spotkać

się z karą, oczernieniem, a nawet przemocą. Teorie socjalizacji pomagają zauważyć, że to, co dziewczęta rozumieją jako właściwą kobiecość, nie jest czymś „naturalnym” czy wrodzonym, ale nabytym poprzez procesy rozwojowe, w których dziewczęta czerpią informacje od realnych lub fikcyjnych dorosłych i rówieśników z ich otoczenia.

### Teorie socjokulturowe

Inne teorie psychologiczne podkreślają rolę kultury lub kontekstu, w jakim dziewczęta się rozwijają, w kreowaniu ich światopoglądu. Według tych teorii, decyzje dotyczące wyglądu i zachowań zależą od wzmocnień otrzymywanych od grup, mających wpływ na socjalizację dziewcząt (rodzina, środowisko lokalne itp.). Jednakże w obrębie danego środowiska kulturowego nie wszystkie wybory mogą być uznawane, dostępne i sankcjonowane. Teoria kulturywacji (Gerbner i in., 1994) wysuwa wniosek, że gdy ludzie są narażeni na treści przekazywane przez media lub inne źródła socjalizacji (np. grupa rówieśnicza, rodzina), stopniowo tworzą sobie lub przyjmują przekonania dotyczące świata zbieżne z obejrzanymi obrazami lub zasłyszczanymi informacjami, treściami. Dwie teorie: teoria porządku dziennego (*agenda-setting*) oraz teoria ramowania (*framing*) (Kosicki, 1993) podkreślają fakt, że środki masowego przekazu skupiają uwagę na pewnych kwestiach czy obszarach, mówiąc tym samym dziewczętom, co jest, a co nie jest ważne. Feministyczne teorie psychodynamiczne (np. Jordan, Kaplan, Miller, Stiver i Surrey, 1991) i teorie konstruktywistyczne (Hare-Mustin i Marecek, 1988) kładą nacisk na przekaz kulturowy, który dotyczy kobiecości, i na sposób, w jaki przekaz ten utrzymuje relacje między mężczyznami a kobietami jako relacje władzy.

### Teorie poznawcze

Psychologowie społeczni pokazali, że wiele postaw i przekonań działa, przynajmniej po części, na poziomie „domniemanym” lub podświadomym (Greenwald i Banaji, 1995) i automatycznym (Bargh i Ferguson, 2000). W licznych badaniach większość białych Amerykanów automatycznie łączy nazwiska lub twarze Afroamerykanów z negatywnymi przymiotnikami (Cunningham, Preacher i Banaji, 2001). Jest tak zarówno w przypadku dzieci, jak i dorosłych (Baron i Banaji, 2006). Automatyczne stereotypy i postawy płciowe obserwowane są zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn (Banaji i Greenwald, 1995; L. Rudman i Kilianski, 2000), a u niektórych osób występują inne typy automatycznych powiązań (np. związek między władzą a seksem; Zurbriggen, 2000). Mimo że te postawy, przekonania i powiązania są automatyczne, mogą ulec zmianie (Dasgupta i Greenwald, 2001). Na przykład jeśli czymś przełożonym jest kobieta, osoba ta ma mniej automatycznych stereotypów płciowych na temat kobiet (Dasgupta i Asgari, 2004). Schematy i przekonania dotyczące uprzed-

miotowania i seksualizacji także mogą działać w sposób „domniemany” i automatyczny.

## Teorie psychoanalityczne

Teorie psychoanalityczne dowodzą, że „rodzicielskie uwodzenie” w formie nadmiernej stymulacji lub przekraczania granic może powodować poczucie winy, wywoływać konflikty oraz symptomy, które wpływają na charakter rozwijającego się dziecka i jego zdolność do budowania relacji w przyszłości (J. Greenberg, 2001; Shengold, 1989). Teoria traumy oraz badania pokazują, że **wczesne zetknięcie się dzieci z materiałami i zachowaniami o charakterze seksualnym lub przemocowym może spowodować, że przez całe życie będą one miały trudności w rozwoju seksualnym oraz w budowaniu bliskich relacji** (Herman, 1992; Scharff i Scharff, 1994). Shengold (1989) argumentował, że mechanizm, który wywołuje takie skutki, jest naturalnym procesem rozwoju. Jeśli dziecko doświadcza nadużyć seksualnych w postaci epatowania materiałami lub zachowaniami seksualnymi, jest to dla niego trudne do udźwignięcia, dziecko jest tym przytłoczone i musi się przed tym bronić. W teoriach psychoanalitycznych sposoby obrony, którymi tłumaczy się samoseksualizację i ryzykowne zachowania seksualne, prowadzące do retraumatyzacji, są nazywane „przeżyciem” (*enactment*) i „powtarzaniem” (*repetition*) (Rachman, Kennedy i Yard, 2005). Mogą one prowadzić do wyboru destruktywnych stylów życia (przyp. red.).

## Teoria uprzedmiotowienia

Teoria uprzedmiotowienia (Fredrickson i Roberts, 1997; McKinley i Hyde, 1996) w sposób najbardziej bezpośredni opisuje proces, w którym dziewczęta internalizują seksualizujące przekazy kulturowe. Teoria ta skupia się zwłaszcza na tym, jak na życie i rozwój dziewcząt wpływa uprzedmiotowienie seksualne kobiecego ciała, które staje się akceptowanym kulturowo „przedmiotem”. Według niej, dziewczęta internalizują i powielają w obrębie swoich autoschematów tę uprzedmiotowioną perspektywę. Proces ten, zwany „samouprzedmiotowieniem”, związany jest z przyjęciem perspektywy osoby trzeciej co do swego „ja” fizycznego i z ciągłym ocenianiem własnego ciała, mającym na celu wpisanie się w kulturowe standardy atrakcyjności. W kulturze, w której kobieta jest „dobrym obiektem”, jeżeli wpasowuje się w dominujący standard kulturowy bycia seksowną, samouprzedmiotowienie prowadzi dziewczęta do oceny i kontroli swego ciała bardziej pod kątem bycia pożądanym przez innych, niż pod kątem własnych pragnień, zdrowia, dobra, osiągnięć.

## ■ Procesy rozwojowe powiązane z seksualizacją dziewcząt

### Rozwój poznawczy

Rozwój poznawczy dzieci wpływa na ich zdolność do krytycznego przetwarzania informacji kulturowych. Według badaczy, bardzo małe dzieci są bardzo podatne na marketing (np. Borzekowski i Robinson, 1999), mają trudności z rozróżnieniem zwykłych i komercyjnych programów w telewizji (At-

kin, 1982) i dopiero około 8. roku życia są w stanie rozpoznać, że reklama ma na celu przekonanie ich do kupienia jakichś produktów (Kunkel i Roberts, 1991). Rozumienie swej seksualności przez dziewczęta jest ograniczone także przez ich rozwój poznawczy. Linn (2005) zadaje retoryczne pytania: *Jak siedmiolatka rozumie plastikową seksualność Britney Spears? Jak dziesięciolatka radzi sobie z presją, by ubierać się i zachowywać w sposób seksualnie prowokacyjny?* (Linn, 2005, s. 115). Dziewczynki są dużo mniej niż dorośli zdolne do rozumienia i radzenia sobie z przekazem kulturowym.

## Kształtowanie osobowości

Formowanie osobowości jest w kulturach zachodnich cechą rozwojową charakterystyczną dla okresu dojrzewania. Badania pokazały, że dbanie o własną tożsamość jest największym problemem nastoletnich dziewcząt (np. Brown, 1991), dla których wpasowanie się w codzienne życie może być walką. Strasburger i Wilson (2002) dowodzą, że nastolatki przed oraz w czasie okresu dojrzewania zachowują się jak aktorzy, eksperymentując z różnymi cechami charakteru swej nowo formującej się tożsamości i wypróbowując różne społeczne „maski”. To może sprawić, że będą bardziej podatne na przekazy społeczne, zwłaszcza wtedy, gdy sprzedawcy kreują taki wizerunek produktu, który sugeruje, że posiadając ten produkt zyskuje się popularność i akceptację społeczną. Zatem na tym etapie rozwoju zseksualizowane przekazy i produkty mogą być częściej akceptowane przez dziewczęta.

## Zmiany w poczuciu własnej wartości

W czasie, gdy dziewczęta rozpoczynają tworzenie tożsamości, częściej mogą cierpieć z powodu spadku poczucia własnej wartości. Badania pokazują spadek poczucia własnej wartości wśród dziewcząt w okresie dojrzewania (np. Harter, 1998; Major, Barr i Zubek, 1999), z czym ściśle łączy się postrzeganie atrakcyjności fizycznej (Polce-Lynch, Myers i Kilmartin, 1998). W szczególności prace Tolman, Impett, Tracy i Michael (2006) pokazały, że w 8 klasie (2 klasa gimnazjum – przyp. tłum.) dziewczęta bardziej uprzedmiotawiające swe ciała mają niższe poczucie wartości. Poczucie własnej wartości tworzy się we wczesnym okresie dojrzewania i jego obniżenie może sprawić, że dziewczęta będą bardziej podatne na przekaz kulturowy, obiecujący im popularność i akceptację społeczną, które mogą zyskać dzięki seksownemu wyglądowi. Z drugiej strony, niskie poczucie własnej wartości może być powiązane ze sposobem, w jaki odpowiedzą na ten przekaz kulturowy.

## ■ Wpływ seksualizacji na zdrowie i samopoczucie dziewcząt

W niniejszym rozdziale opisujemy skutki seksualizacji dziewcząt i kobiet. Liczne dowody wskazują na to, że seksualizacja ma negatywne konsekwencje w wielu dziedzinach, takich jak funkcjonowanie poznawcze, zdrowie psychiczne i fizyczne, seksualność oraz postawy i przekonania. Dokonujemy także krótkiego przeglądu niektórych negatywnych konsekwencji wykorzystywania seksualnego (ekstremalnej formy seksualizacji), zauważając jednak, że wykorzystywanie seksualne



często łączy się z przemocą i niektóre skutki opisane w tym rozdziale nie mogą odnosić się do szerzej pojętej seksualizacji.

### Funkcjonowanie poznawcze i fizyczne

Prawdopodobnie najbardziej podstępną konsekwencją samouprzedmiotowania jest dezintegracja świadomości. Jeśli stale skupiamy uwagę na wyglądzie fizycznym, pozostaje nam mniej zasobów poznawczych, które mogą być wykorzystane w innych formach aktywności umysłowej lub fizycznej. Jedno z badań pokazało to rozbitcie w dość jaskrawym świetle (Fredrickson i in., 1998). Gdy studentki college'u były same w szatni, zostały poproszone o przymierzenie i ocenę stroju kąpielowego lub swetra. W czasie 10 minut, kiedy miały na sobie jedno z tych ubrań, wypełniały test matematyczny. Wyniki pokazały, że rezultaty studentek, które były w kostiumach kąpielowych, były znacznie gorsze od tych, które miały na sobie swetry. W testach mężczyzn nie zanotowano różnic. Innymi słowy myślenie o ciele i porównywanie go do zseksualizowanych ideałów kulturowych zakłócało możliwości umysłowe dziewcząt. Ostatnie badania pokazały, że takie osłabienie ma miejsce wśród młodych Afroamerykanek, Amerykanek pochodzenia latynoamerykańskiego i azjatyckiego (Hebl, King i Lin, 2004) oraz dotyczy, poza matematyką, także innych dziedzin poznawczych, w tym logicznego myślenia i zdolności przestrzennych (Gapinski, Brownell i LaFrance, 2003).

Wnioski z tych badań są uderzające i sugerują, że seksualizacja może mieć wpływ na to, iż dziewczęta w szkole średniej rezygnują z uczenia się matematyki na wyższym poziomie. Z badań wynika także, że w miarę rozwoju w okresie dojrzewania, dziewczęta czują się mniej pewnie w naukach ścisłych niż chłopcy (np. Simpkins, Davis-Kean i Eccles, 2006). Dla przykładu, dziewczęta zaczynają nie doceniać swoich zdolności matematycznych w porównaniu z chłopcami i okazują mniejsze zainteresowanie zajęciami dodatkowymi z matematyki w szkołach średnich (Linver, Davis-Kean i Eccles, 2002). Fredrickson i Roberts (1997) zasygnalizowali, że ten spadek oceny własnych umiejętności i znaczenia, które dziewczęta przypisują matematyce, zaczyna się w okolicach wieku dojrzewania, kiedy ich ciało dorosłeje. Badania pokazały, że organizowanie zajęć z matematyki wyłącznie dla dziewcząt sprawiało, że były one mniej nieśmiałe i znacznie poprawiały swoje wyniki z matematyki (Rutti, 1997). Być może jest tak nie tylko dlatego, że w innym wypadku chłopcy zdominowali by lekcję (jedno z popularnych wyjaśnień powodzenia zajęć z matematyki wyłącznie dla dziewcząt), ale także dlatego, że bez chłopców dziewczęta mogą przestać zajmować się swoim ciałem i myśleć bardziej efektywnie.

Samouprzedmiotowanie ma także negatywny wpływ na aktywność fizyczną. Jedno z badań zajęło się związkiem między samouprzedmiotowaniem a powszechnie obserwowanym zjawiskiem „rzucania jak dziewczyna” (Young, 1980). Rzeczywiście, wydaje się, że dziewczęta rzucają w inny sposób. W porównaniu z chłopcami, mają tendencję do tego, by nie angażować całego ciała w rzut, pozostając stosunkowo nieruchomo, za wyjątkiem rzucającej ręki, która zazwyczaj nie jest całkowicie wyprostowana (Robertson i Halverson, 1984). Fredrickson i Harrison (2005) obserwowały 200 dziewcząt w wieku 10–17 lat pochodzenia anglo- i afroamerykańskie-

go, jak rzucały piłką do softballu z całej siły o ścianę. Badaczki zauważyły, że im bardziej dziewczęta postrzegały swoje ciało jako przedmiot i przejmowały się wyglądem, tym bardziej prawdopodobne było, że osiągną gorsze wyniki w rzucie. Wydaje się, że samouprzedmiotowanie ogranicza formę i efektywność aktywności fizycznej dziewcząt.

Wiele badań pokazuje, że aktywność fizyczna, prowadząca do dobrego nastroju i pewności siebie (Plante, 1993), związana jest z osiągnięciem i utrzymaniem dobrego stanu zdrowia (President's Council on Physical Fitness and Sports, 1997) oraz poprawia zdolności poznawcze (Etnier i in., 1997). Skoro mechanizmy seksualizacji i wynikające z nich samouprzedmiotowanie, które dotyczy wielu dziewcząt, ograniczają ich aktywność fizyczną, dziewczęta i kobiety często cierpią z powodu różnych konsekwencji, jakie wynikają z tego dla ich zdrowia i samopoczucia. Dowling (2000) zasugerowała, że dziewczęta i kobiety aktywne fizycznie oraz pewne siebie potrafią lepiej bronić się przed wykorzystaniem i przemocą fizyczną.

Istnieją prace nt. spadku wydolności poznawczych i fizycznych, który związany jest z samouprzedmiotowaniem dziewcząt. Wskazują one, że działania przyczyniające się do seksualizacji mogą spowodować, iż dziewczęta zostaną zredukowane jedynie do pięknych i atrakcyjnych seksualnie obiektów. Ograniczy to ich możliwości niezależnego myślenia oraz funkcjonowania w rolach społecznych.

### Niezadowolenie z ciała i niepokój o wygląd

Seksualizacja i uprzedmiotowienie sprawiają, że osoba gorzej czuje się we własnym ciele i mniej wierzy w siebie, co prowadzi do bardzo wielu negatywnych konsekwencji w sferze emocjonalnej, takich jak poczucie wstydu, niepokoju i wstrętu do siebie. Dowody na potwierdzenie tej tezy pochodzą z badań nad samouprzedmiotowaniem (przeprowadzonych głównie na studentach college'ów) oraz z badań eksperymentalnych i statystycznych nad wpływem mediów, które promują ściśle określony ideał kobiecej atrakcyjności seksualnej.

Badania oparte na teorii uprzedmiotowienia pokazały, że niemal ciągłe kontrolowanie wyglądu, towarzyszące samouprzedmiotowaniu, prowadzi do wzrostu poczucia wstydu własnego ciała (np. Fredrickson i in., 1998; McKinley, 1998, 1999; Tiggemann i Slater, 2001). Wstyd jest uczuciem pojawiającym się wtedy, gdy ktoś zauważa swoje niedostosowanie do kulturowych standardów zachowań (Lewis, 2000). Osoby, które odczuwają zawstyżenie, uważają się za niedoskonałe i zazwyczaj mają potrzebę ukrycia się lub zniknięcia. Biorąc pod uwagę, że tak niewiele kobiet wpasowuje się w dominujący standard kulturowy atrakcyjności i seksownego wyglądu (Wolf, 1991), nie dziwi fakt, że ciągłe porównywanie przez dziewczynę jej ciała do nieosiągalnego ideału będzie skutkowało poczuciem bezwartościowości i wstydu.

Drugą konsekwencją samouprzedmiotowania na płaszczyźnie emocjonalnej jest niepokój o wygląd, przejawiający się przez kontrolowanie i poprawianie wyglądu. Ekspozycja ciała rodzi zaniepokojenie tym, że nie wiadomo kiedy i w jaki sposób będzie ono oglądane i oceniane. Dziewczęta moda prawdopodobnie przysparza okazji do takich sytuacji: nosze-

nie dopasowanych koszulek, odsłaniających brzuch, bardzo krótkich spódniczek i głębokich dekoltołów wymaga ciągłej kontroli ciała i swego rodzaju czujności, czy wszystko jest na miejscu. Liczne badania rzeczywiście wskazały na większe poczucie niepokoju o wygląd u tych młodych kobiet, które internalizowały seksualizujące spojrzenia jako podstawową opinię na swój temat (np. Tiggemann i Lynch, 2001). Inne badanie pokazało, że **młode kobiety mają ogólnie silniejsze poczucie zaniepokojenia o swój wygląd po obejrzeniu w mediach obrazów wyidealizowanego kobiecego ciała** (Monro i Huon, 2005) **lub jeśli są narażone na seksualizujące słowa, takie jak seksowny czy zgrabny, często pojawiające się na okładkach czasopism** (T-A. Roberts i Gettmann, 2004).

W jednym z badań nastolatek Slater i Tiggemann (2002) zauważyły, że samouprzedmiotowienie jest współzależne zarówno z odczuwaniem wstydu z powodu ciała, jak i z niepokojem o wygląd. Już dla 12–13-latek postrzeganie siebie przez pryzmat obserwatora i podkreślanie cech swego ciała, takich jak „atrakcyjność” i „seksapil”, było powiązane z większym niepokojem o wygląd i poczuciem wstydu.

Seksualizujące traktowanie i samouprzedmiotowienie prowadzą nie tylko do poczucia wstydu i niepokoju, ale mogą wzbudzać także uczucie wstrętu do swej fizyczności. Dziewczeta mogą czuć się brzydkie, grube i „nietykalne”. W badaniu, w którym studentki college’u mierzyły i oceniały kostiumy kąpielowe, bez względu na swój rozmiar, reagowały na to doświadczenie uczuciem „wstrętu, niechęci i odrzy” w porównaniu do tych, które mierzyły swetry (Fredrickson i in., 1998). Badaczki przypuszczały, że samotne przebywanie w szatni i oglądanie swego ciała w lustrze prowadziło do tego, że młode kobiety wyobrażały sobie krytycznych obserwatorów i dlatego czuły nie tylko zawstydzenie, ale i wstręt.

Przekonujące dowody empiryczne uzupełniają badania nad samouprzedmiotowaniem i wskazują, że narażenie na oglądanie medialnych ideałów atrakcyjności seksualnej związane jest z większym niezadowolaniem z własnego ciała wśród dziewcząt i młodych kobiet (patrz: Groesz, Levine i Murnen, 2002; Holmstrom, 2004). Badając te szkodliwe powiązania, przeprowadzono przynajmniej 38 badań eksperymentalnych, 32 ankiety i 2 wywiady, których wyniki można uznać za reprezentatywne również dla większych grup. Dla przykładu Hargreaves i Tiggemann (2004) pokazali młodzieży ze szkół średnich reklamy z „ideałem piękna” lub reklamy, w których nacisk nie był położony na wygląd osób. Wśród dziewcząt, którym przedstawiono pierwszy typ, zanotowano zwiększenie niezadowolnienia z własnego ciała. S. L. Turner, Hamilton, Jacobs, Angood i Dwyer (1997) przebadaly wpływ czasopism o modzie na obraz kobiecego ciała. Młode kobiety, które czytają częściej czasopisma o modzie niż informacyjne, chciały ważyć mniej, były mniej zadowolone ze swego ciała, bardziej sfrustrowane z powodu wagi, bardziej przejęte tym, by być szczupłymi i bardziej bały się przytyć niż ich rówieśniczki czytające czasopisma informacyjne.

Wiele nowych badań było prowadzonych wśród białych Amerykanek. Ponieważ kulturowy ideał kobiecego piękna ma charakter rasowy (tj. wyidealizowana piękna kobieta jest biała), narażenie na kontakt z wyidealizowanymi obrazami może

inaczej wpływać na dziewczęta o innym kolorze skóry. Dowody z badań przeprowadzanych wśród dziewcząt pochodzenia afroamerykańskiego sugerują, że identyfikacja z ideałem piękna może mieć negatywny wpływ na dziewczęta. Jednak dziewczęta pochodzenia afroamerykańskiego, które oglądały zseksualizowane przedstawienia białych kobiet, nie wykazywały negatywnych efektów uprzedmiotowienia, jeśli chodzi o obraz ciała (Frisby, 2004; Makkar i Struble, 1995). Co więcej, jakościowe wywiady z białymi i czarnoskórymi licealistkami (Duke, 2000; Milkie, 1999) sugerują, że czarnoskóre dziewczęta nie interesują się obrazem piękna z popularnych czasopism dla nastolatków, ponieważ jest on sprzeczny z afroamerykańskimi standardami atrakcyjności i uroku osobistego.

Natomiast Frisby (2004) spostrzegła, że będąc pod wpływem wyidealizowanego obrazu modelek afroamerykańskich, kobiety, które miały początkowo niższe poczucie własnej wartości, były później mniej zadowolone ze swojego ciała. Co więcej, Botta (2003) zauważyła, że im bardziej nastolatki (zarówno białe, jak i czarnoskóre) idealizowały obrazy telewizyjne i porównywały do nich siebie i swoje przyjaciółki, tym bardziej chciały być szczupłe i tym bardziej były niezadowolone z własnego ciała. Parmariega, Gustavson i Gustavson (1994) odkryli, że wiele czarnoskórych gwiazd filmowych, muzycznych i ze świata mody jest obecnie tak chudych, jak ich białe koleżanki z tej samej branży. To spostrzeżenie w połączeniu z wcześniejszymi wynikami badań wskazuje na możliwy wzrost niezadowolnienia z własnego ciała wśród dziewcząt afroamerykańskich.

Niezadowolnienie z ciała może skłaniać nastolatki do poddania się operacjom plastycznym, co może je narażać na ryzyko utraty zdrowia i koszty finansowe. Według Amerykańskiego Stowarzyszenia Chirurgów Plastycznych (2006a), między 2000 a 2005 r. nastąpił wzrost o 15% liczby inwazyjnych operacji kosmetycznych wśród nastolatek (poniżej 18. roku życia) oraz wzrost o 7% liczby zabiegów kosmetycznych o minimalnym ryzyku (np. zastrzyki botoksu, peeling chemiczny, depilacja laserowa). Biorąc pod uwagę, że najczęstszymi zabiegami, którym poddają się nastolatki są powiększanie piersi, korekcja nosa i uszu oraz liposukcja („More Teens Opt for Plastic Surgery”, 2000), można z pewnością założyć, że w większości poddają się im dziewczęta, a nie chłopcy. Rzeczywiście, od 2002 do 2003 r. liczba dziewcząt do 18. roku życia, którym wszczepiono implanty piersi prawie się potroiła – z 3872 do 11 326 (Olding i Zuckerman, 2004). W jednym z badań 2/3 16-latek z liceum na przedmieściach odpowiedziało, że zna kogoś, kto poddał się operacji plastycznej (Pearl i Weston, 2003). Wiele spośród tych dziewcząt chciałoby też przejść takie operacje, a wśród najbardziej pożądaných wymieniane były odsysanie tłuszczu z bioder, ud i brzucha oraz powiększenie piersi (Pearl i Weston, 2003). Fakt, że rodzice muszą wyrazić zgodę na taki zabieg, jeśli córka nie ma 18 lat (i często oni go opłacają), pokazuje, że pragnienie i mechanizmy samoseksualizacji dziewcząt istnieją w szerszym kontekście. W tym wypadku, często są one bezpośrednio popierane przez rodziców.

Niezadowolnienie z wyglądu może przyczyniać się nie tylko do używania przez dziewczęta kosmetyków, ale także do poddawania się kosztownym zabiegom u kosmetyczki, takim jak zabiegi na twarz, manicure, pedicure, woskowanie i regulowanie

brwi. Nastolatki (12–19 lat) wydały w 1997 roku ponad 8 mld dolarów na kosmetyki (w tym także perfumy, wizyty w salonach kosmetycznych i fryzjerskich), tym samym jest to kategoria produktów, w której wydały największą kwotę po ubraniach i biżuterii (Parks, 1998). Drogie produkty kosmetyczne są raczej niedostępne dla dziewcząt z rodzin o niskich dochodach. Samoseksualizacja może zatem powiększyć przepaść między dziewczętami z mniej zamożnych rodzin a tymi, które posiadają pieniądze i wydają je na to, by wyglądać seksownie i dzięki temu zyskać popularność w grupie.

### Zdrowie psychiczne

Badania łączą seksualizację z trzema najpopularniejszymi problemami psychicznymi wśród kobiet i dziewcząt. Są to:

- zaburzenia odżywiania,
- niskie poczucie własnej wartości,
- depresja lub nastrój depresyjny.

Wykazano, że częsty kontakt z kulturowymi ideałami piękna za pośrednictwem mediów jest związany z częstszym występowaniem zaburzeń odżywiania, zarówno u poszczególnych osób, jak i w skali całego społeczeństwa. Lucas, Beard, O'Fallon i Kurland (1991) przebadali występowanie anoreksji (anorexia nervosa) wśród dziewcząt w wieku 10–19 lat w ciągu 50 lat i odkryli, że zmieniało się ono równoległe do zmian w modzie i obrazie idealnego ciała. Promowanie szczupłego wzorca poprzedzało okresy, w których wskaźnik występowania anoreksji był wyższy. Jeśli chodzi o kobiety indywidualnie, wyniki szeregu badań wskazują na związki między wpływem wizerunków idealnego kobiecego ciała, a objawami zaburzenia odżywiania. Większe narażenie na wpływ mediów promujących szczupły ideał zostało powiązane z większą częstotliwością stosowania diet, ćwiczeń oraz występowania zespołu zaburzeń odżywiania (Abramson i Valene, 1991; Harrison, 2000; Hofschire i Greenberg, 2001; Stice, Schupak-Neuberg, Shaw i Stein, 1994; Thomsen, Weber i Brown, 2002). Botta (2000) podała, że częstsze oglądanie telewizji związane jest u białych nastolatek z częstszym występowaniem objawów bulimii. Ostatnia metaanaliza związków między wpływem mediów a zachowaniem kobiet i ich przekonaniem powiązanymi z odżywianiem dostarczyła informacji na temat niewielkiego ( $d = 0,29$ ), ale wiarygodnego statystycznie skutku narażenia na wpływ mediów w 8 badaniach eksperymentalnych i 12 korelacyjnych (Grabe, Ward i Hyde, 2008).

Wyjątkowo silny dowód na rolę mediów w kształtowaniu obrazu ciała u dziewcząt można zobaczyć w badaniach przeprowadzonych w innych kulturach – przed pojawieniem się w nich zachodnich mediów i już po tym procesie. Na przykład w badaniu nastolatek pochodzących z zachodnich wysp Fidżi Becker (2004) odkrył, że początki przejmowania się wagą, używanie środków przeczyszczających w celu kontroli wagi oraz umniejszanie wartości ciała łączyły się z wprowadzeniem telewizji. Przedtem tradycyjna kultura Fidżi dowartościowywała krzepką budowę ciała, a pojęcie tożsamości opierała nie na kwestii ciała, ale na rodzinie, wspólnocie i relacjach. Po trzech latach od wprowadzenia telewizji zmieniły się zachowania

dziewcząt związane z jedzeniem i ich podejście do ciała oraz zwiększyła się liczba osób z zaburzeniami odżywiania.

Badania łączą także narażenie na wpływ zseksualizowanego ideału kobiety z niskim poczuciem własnej wartości, złym nastrojem i objawami depresyjnymi wśród nastolatek i młodych kobiet. Te powiązania zostały przeanalizowane w przynajmniej pięciu badaniach korelacyjnych i w wielu eksperymentach, pokazując związki przyczynowe. Dla przykładu, nastolatki narażone na wpływ reklam, które przedstawiały wyidealizowane kobiety, uzyskały gorsze wyniki w krajowych badaniach dotyczących depresji (Durkin i Paxton, 2002). Podobne były wyniki studentek narażonych na wpływ wyidealizowanych obrazów, zwłaszcza tych dziewcząt, które już były na diecie (Mills, Polivy, Herman i Tiggemann, 2002). Równocześnie częsty kontakt z wizerunkami kobiet w mediach, na przykład w filmach, najpopularniejszych programach telewizyjnych i teledyskach, łączył się z niższym poczuciem własnej wartości wśród młodzieży czarnoskórej i latynoskiej (Rivadeneira, L. M. Ward i Gordon, 2007; L. M. Ward, 2004b).

Badania pokazują także, że samouprzedmiotowienie ma związek z negatywnymi wynikami badań zdrowia psychicznego wśród nastolatek. Na przykład Tolman i in. (2006) zauważyły, że dziewczęta, które we wczesnym wieku młodzieńczym traktują swe ciało w sposób bardziej przedmiotowy, częściej popadają w depresję i mają niższe poczucie własnej wartości. Harrison i Fredrickson (2003) podały, że wśród białych i czarnoskórych nastolatek, nawet jeśli brano pod uwagę rasę, oceny w szkole i BMI<sup>19</sup>, samouprzedmiotowienie było istotnym czynnikiem ryzyka wystąpienia depresji, zaburzeń odżywiania i wstydu ciała.

W jednym z badań ukazującym te tendencje Hawkins, Richards, Granley i Stein (2004) przedstawili studentkom 40 całostronnicowych zdjęć z „Cosmopolitan”, „Vogue” i „Glamour”. Zdjęcia dla grupy eksperymentalnej przedstawiały reklamy z modelkami, w grupie kontrolnej były to reklamy bez modelek. Badania wskazały, że młode kobiety, którym przedstawiono wyidealizowane modelki, wykazały więcej objawów zaburzeń odżywiania niż kobiety z grupy kontrolnej, a także miały gorsze samopoczucie i niższe poczucie własnej wartości.

### Zdrowie fizyczne

Badania sugerują, że poza konsekwencjami, jakie niesie seksualizacja dla zdrowia psychicznego, może ona także mieć negatywny, aczkolwiek niebezpośredni wpływ na zdrowie fizyczne dziewcząt i kobiet. Analizy dowiodły także istnienia ważnego związku między niezadowolaniem z ciała i rozpozuciem palenia wśród nastolatek (np. Stice i Shaw, 2003). Jednym z teoretycznych powodów sięgnięcia po papierosy jest przekonanie dziewcząt, że pozwoli im to kontrolować wagę i w ten sposób osiągnąć standardy wyglądu uznawane za pożądane (Camp, Klesges i Relyea, 1993). Nowsze badanie pokazało, że pośrednio znaczenie w tej kwestii może mieć samouprzedmiotowienie jako cecha seksualizacji. W jednym z badań studentki college'u mające bardziej seksualnie

<sup>19</sup> Body Mass Index – wskaźnik masy ciała (przyp. tłum.).



uprzedmiotowiony wzorzec swego wyglądu (akcentujący np. atrakcyjność seksualną bardziej niż zdrowie i umiejętności) paliły częściej (Harrell, 2002). To sugeruje, że doświadczenia seksualizacji mogą prowadzić do niebezpiecznych i uzależniających zachowań.

## Seksualność

Dobre samopoczucie w sferze seksualnej jest ważnym elementem zdrowego rozwoju i ogólnie pojętego dobrego samopoczucia (Satcher, 2001). Badania wskazują, że u dorosłych zdrowa seksualność wiąże się z większą bliskością (Weekes, 2002), wyższym poczuciem własnej wartości (Hurlbert i Whittaker, 1991), niższym poziomem stresu (Ellison, 2000; Weekes, 2002), osobistym szczęściem (Laumann, Gagnon, Michael i Michaels, 1994) i innymi korzyściami (Planned Parenthood, 2003). Natomiast kolejne dowody sugerują, że seksualizacja dziewcząt ma negatywny wpływ na ich zdolność rozwijania zdrowej seksualności. Samouprzeźmiotowienie bezpośrednio łączy się z gorszym stanem zdrowia seksualnego wśród nastolatki. Impett, Schooler i Tolman (2006) spostrzegli, że stan zdrowia seksualnego dziewcząt białych i latynoskich, mających bardziej uprzedmiotowiony sposób patrzenia na swe ciało, był gorszy, co oceniono, biorąc pod uwagę rzadsze użycie prezerwatyw i mniejszą asertywność w kwestii seksu. Badania pokazały też, że podtrzymywanie seksualnego uprzedmiotowienia kobiet może wpływać na sposób postrzegania funkcji reprodukcyjnej swego ciała. L. M. Ward, Merriwether i Caruthers (2006b) zauważyły, że studentki, które często oglądały teledyski lub czytały magazyny kobiece i przypisywały treściom medialnym większy realizm, czy też silnie identyfikowały się z popularnymi postaciami telewizyjnymi, również częściej akceptowały pojęcia seksualnie uprzedmiotawiające kobiety i inne tradycyjne ideologie płciowe. Akceptacja tych poglądów na temat kobiety i jej ciała łączyła się z bardziej negatywnymi postawami w stosunku do karmienia piersią i fizjologicznych aspektów ciała (np. menstruacja, pocenie się).

Inne dowody wskazują, że częste narażenie na kontakt z wzorunkami ściśle określonego ideału atrakcyjności może wpływać na postrzeganie przez nastolatki ich własnych doświadczeń seksualnych, przyczyniając się prawdopodobnie do nierealnych oczekiwań. Na przykład Baran (1976) zauważył, że licealiści, którzy uważali, że telewizja w odpowiedni sposób przedstawia zachowania seksualne, częściej byli niezadowoleni ze swoich pierwszych stosunków płciowych lub ze swego dzwiewictwa. Podobnie L. M. Ward i Averitt (2005) podały, że częstsze czytanie magazynów dla mężczyzn i silniejsza identyfikacja z popularnymi męskimi postaciami telewizyjnymi łączyły się z oczekiwaniami osób przed inicjacją seksualną (studentek i studentów), że ich pierwszy stosunek będzie doświadczeniem bardziej negatywnym. T-A. Roberts i Gettman (2004) odkryły, że młode kobiety, wystawione na wpływ uprzedmiotawiających słów z okładek czasopism, wyrażały mniejsze zainteresowanie relacjami seksualnymi. Co więcej, Strouse i Buerkel-Rothfuss (1987) spostrzegli, że oglądanie MTV było najważniejszym źródłem informacji, z jakiego studentki czerpały wyobrażenia o seksualności i relacjach miłosnych, co z kolei w przypadku mężczyzn nie miało znaczenia.

Zarówno argumenty teoretyczne, jak i dowody empiryczne pokazują, że poza skutkami seksualizacji dziewcząt występującymi w okresie dojrzewania, ma ona także wpływ na seksualność dorosłych kobiet i przyczynia się do poczucia wstydu z powodu własnego ciała oraz samouprzeźmiotowienia. Seksualizacja i uprzedmiotowienie kobiet może wywoływać u dziewcząt w wieku dojrzewania negatywne odczucia, jeśli chodzi o ich ciało, co ostatecznie może prowadzić do problemów seksualnych w dorosłym życiu (Brotto, Heiman i Tolman, 2009; Graham, Saunders, Milhausen i McBride, 2004; Tolman, Spencer, Rosen-Reynoso i Porche, 2003; Wiederman, 2000). Kobieta, która boi się negatywnego oceniania jej ciała, może bardziej niż na własnych pragnieniach, bezpieczeństwa i przyjemności, skupiać się na tym, jak postrzega ją partner. Krytyczne koncentrowanie się na swym wyglądzie może ograniczać przyjemność płynącą z doświadczeń seksualnych (Wiederman, 2001) i utrudniać kobietom odbywanie bezpiecznego seksu (Wingood i DiClemente, 1992). Z drugiej strony, dla kobiety, którą nauczono dystansować się do swoich uczuć, pragnień i pobudeń seksualnych, przyznanie się do swych emocji oraz poczucia, że ma prawo do satysfakcji seksualnej, może być trudne. Zamiast tego może zgodzić się, by sytuacja rozwinęła się na korzyść partnera i zgodnie z jego wymaganiami.

Dowody empiryczne potwierdzają te kwestie. Badania pokazują, że kobiety bardzo niezadowolone ze swojego ciała mniej angażują się w aktywność seksualną i wyjątkowo boją się sytuacji seksualnych, w których ich ciało może być widoczne. I odwrotnie, kobiety mające bardziej pozytywne odczucia co do swojego ciała czują się bardziej komfortowo ze swymi uczuciami seksualnymi (Ackard, Kearney-Cooke i Peterson, 2000; Faith i Schare, 1993; Trapnell, Meston i Gorzalka, 1997; Wiederman, 2000). Przykładowo kobiety, które przyznają się do większego niezadowolenia z własnego ciała, później zaczynają się masturbować (Wiederman i Pryor, 1997) i mniej chętnie uprawiają seks oralny (Wiederman i Hurst, 1998). Poza tym Schooler, Ward, Merriwether i Caruthers (2005) zauważyły, że zarówno większe skrępowanie swym ciałem, jak i samoświadomość ciała przekładały się na mniejszą asertywność w dziedzinie seksu, mniejsze doświadczenie seksualne i mniejszą skuteczność użycia prezerwatyw oraz wyższy poziom podejmowania ryzyka w sferze seksu. W badaniu, do którego eksperymentalnie wprowadzono element samouprzeźmiotowienia, kobiety wykazały zmniejszone zainteresowanie fizycznym aspektem seksu (T-A. Roberts i Gettman, 2004). Spostrzeżenia te sugerują, że zawstydzenie swoim własnym ciałem może hamować zdolność kobiet do odczuwania, a wręcz akceptowania uczuć i przyjemności związanych z seksem.

Rozwijanie zdrowej seksualności może być wyjątkowym wyzwaniem dla dziewcząt niepełnosprawnych. W przeszłości pracownicy służby zdrowia traktowali osoby niepełnosprawne przedmiotowo, dając do zrozumienia, że osoby te nie są w pełni wartościowymi ludźmi (Leeds Metropolitan University, 2005). Pogląd ten, zwłaszcza w wypadku dziewcząt niepełnosprawnych, może mieć negatywny wpływ na rozwój tożsamości i sprawić, że przekaz kulturowy jeszcze silniej wpłynie na postrzeganie dziewcząt jako obiektów seksualnych. Co więcej, szacuje się, że w zależności od rodzaju

niepełnosprawności i tego, jak zdefiniuje się nadużycia seksualne, 33 - 83% dziewcząt niepełnosprawnych pada ofiarą wykorzystywania (Schaller i Lagergren Frieberg, 1998). W związku z tym, niepełnosprawne kobiety i dziewczęta mają trudności z własnym rozwojem i pojęciem zdrowej seksualności.

### Postawy i przekonania

Główną kwestią poruszaną w niniejszym raporcie jest fakt, że częsty kontakt z obrazami przedstawianymi w mediach, które seksualizują dziewczęta i kobiety, może oddziaływać na tworzenie pojęć kobiecości i seksualności przez dziewczęta, prowadząc je do akceptacji stereotypowych i narzuconych wyobrażeń nt. rolę płciowych i seksualnych (np. tego, że kobiety są przedmiotami seksualnymi). Potwierdzają to wyniki kilku badań. **Dziewczęta i młode kobiety, które częściej mają do czynienia z treściami przekazywanymi przez media, w większym stopniu popierają seksualne stereotypy ukazujące kobietę jako przedmiot seksualny** (L. M. Ward, 2002; L. M. Ward i Rivadeneyra, 1999; Zurbriggen i Morgan, 2006). Badania wskazują na przykład, że częstsze oglądanie programów „randkowych” przez studentki było powiązane z większą akceptacją podwójnych standardów zachowań seksualnych (innych dla mężczyzn, innych dla kobiet) i przekonaniem, że umawianie się na randki jest grą, a kobiety i mężczyźni przeciwnikami (Zurbriggen i Morgan, 2006).

Podobną sytuację zaobserwowano wśród czarnoskórych licealistek – silniejsza identyfikacja z ulubionymi bohaterami telewizyjnymi i muzykami, których twórczość może mieć wpływ na uprzedmiotowienie dziewcząt, łączyła się z większym poparciem dla stereotypów kobiet jako obiektów seksualnych (Gordon, 2004). Badania eksperymentalne analizujące związki między korzystaniem z mediów i akceptacją seksualnego uprzedmiotawiania przez dziewczęta dają podobne wyniki. L. M. Ward (2002) spostrzegła, że młode kobiety narażone na wpływ programów telewizyjnych, emitowanych w czasie największej oglądalności i ukazujących kobiety jako obiekty seksualne, bardziej popierały takie wyobrażenie niż kobiety z grup kontrolnych. Podobnie Johnson, Adams, Ashburn i Reed (1995) podali, że czarnoskóre dziewczęta poddane wpływom zseksualizowanych teledysków z muzyką rap częściej niż inne akceptowały przemoc na randkach. Wydaje się, że narażenie na wpływ głównych mediów (uprzedmiotawiających seksualnie) skłania dziewczęta do uprzedmiotawiania kobiet i patrzenia na inne kobiety jak na obiekty, a nie ludzi.

Fakt, że media uznają wygląd i atrakcyjność fizyczną za główną wartość kobiet, ogranicza sposób postrzegania kobiecości przez młode kobiety. Zurbriggen i Morgan (2006) podały na przykład, że częstsze oglądanie przez młode kobiety programów typu reality show wiąże się z silniejszym przekonaniem o tym, że wygląd jest istotny. Faktycznie, gdy poproszono białe i czarnoskóre licealistki o ocenę poszczególnych cech u kobiet, te z nich, które częściej korzystały z mediów, uznawały seksualność i piękno za bardziej istotne, niż dziewczęta, które korzystały z nich rzadziej (L. M. Ward, 2004a; L. M. Ward, Hansbrough i Walker, 2005). Tan (1979) porównała opinie dziewcząt, które oglądały reklamy z przedstawieniami piękna fizycznego, i dziewcząt, które oglądały neutralne reklamy: według tych z pierwszej grupy atrakcyjność fizyczna była

ważniejsza w kwestiach osobistych oraz była istotniejszym czynnikiem determinującym popularność, niż według dziewcząt z drugiej grupy. Wydaje się, że seksualizacja i uprzedmiotawianie kobiet w mediach uczy dziewczęta, że jako kobiety mają do zaoferowania jedynie swe ciało oraz że cały wysiłek powinny włożyć w troskę o wygląd fizyczny.

### Wpływ wykorzystywania seksualnego

Wiktymizacja ofiar wykorzystywania seksualnego dzieci jest ekstremalną formą seksualizacji, w której zawsze zawiera się zarówno uprzedmiotowienie seksualne, jak i nieodpowiednie do wieku narzucenie seksualności. Przegląd następstw nadużyć seksualnych może zatem być istotny dla zrozumienia skutków seksualizacji. Należy jednak pamiętać, że wykorzystywanie seksualne może także zawierać przemoc, występować równoległe z przemocą lub jej groźbą, zmuszaniem do milczenia, znęcaniem się fizycznym i emocjonalnym albo zaniedbywaniem dzieci. Negatywne skutki wiktymizacji ofiar wykorzystywania seksualnego dzieci nie muszą być jedynie wynikiem seksualizacji, niemniej jednak warto dokonać ich przeglądu.

Wiktymizacja ofiar wykorzystywania seksualnego dzieci wiąże się z wieloma negatywnymi konsekwencjami, zarówno w okresie dziecięcym (Kendall-Tackett i in., 1993), jak i później w dorosłości (Browne i Finkelhor, 1986). Wykorzystywanie seksualne dzieci powiązane jest z częstszym występowaniem przeżyć i zaburzeń dysocjacyjnych (Putnam i Trickett, 1997), depresji (Briere i Conte, 1993; Briere i Runtz, 1988), niepokoju (Briere i Runtz, 1987; Molnar, Buka i Kessler, 2001), zespołu stresu pourazowego (Rodriguez, Van de Kemp i Foy, 1998), wstydzania się własnego ciała (Andrews, 1995), zaburzeń odżywiania (Smolak i Murnen, 2002), osłabienia zdrowia fizycznego (Leserman, 2005) oraz trudności w relacjach interpersonalnych (Colman i Widom, 2004). Gdy wykorzystywanie jest częste, bardziej dotkliwe i długotrwałe, gdy łączy się z przemocą lub gdy dokonuje go bliska osoba, ma ono jeszcze więcej negatywnych skutków (Banyard i Williams, 1996; Kendall-Tackett i in., 1993; Mullen, Martin, Anderson, Romans i Herbison, 1993). Z badań wynika, że reakcje innych (Ullman, 2003) oraz osobiste spostrzeżenia i to, w jaki sposób dziewczęta próbują sobie wyjaśnić przyczyny zaistniałych sytuacji (Haaken i Lamb, 2000; Hoagwood, 1990; Lamb, 1996, 1999) także wpływają na prawdopodobieństwo i intensywność wystąpienia negatywnych skutków.

Wyjątkowo interesujące jest powiązanie między wiktymizacją ofiar wykorzystywania seksualnego dzieci i zseksualizowanym zachowaniem, które jest częstym objawem obserwowanym u dzieci wykorzystywanych seksualnie (np. samoseksualizacja; Friedrich i in., 2001; Kendall-Tackett i in., 1993; Letourneau, Schoenwald i Sheidow, 2004). Dziecko wykorzystywane seksualnie może przyjąć perspektywę sprawcy, ostatecznie uznać, że nadaje się ono tylko do seksu (Herman, 1992; Putnam, 1990). Ograniczone poczucie własnej tożsamości, jakie ma dziecko wykorzystywane seksualnie, i nieszanowanie przez sprawcę ograniczeń fizycznych dziecka mogą skutkować późniejszymi trudnościami w byciu asertywnym, osłabieniem umiejętności samoobrony oraz większym prawdopodobieństwem tego, że dziecko będzie wykorzysty-

wane także w dorosłości (Classen, Palesh i Aggarwal, 2005), włączając w to prostytutkę (Nadon i in., 1998; Silbert i Pines, 1981, 1982). Wiktyimizacja ofiar wykorzystywania seksualnego łączy się także z ryzykownymi zachowaniami seksualnymi w młodości i życiu dorosłym (Quina, Morokoff, Harlow i Zurbriggen, 2004).

## ■ Wpływ seksualizacji na innych

Poza opisanymi powyżej konsekwencjami, jakie seksualizacja niesie ze sobą w przypadku dziewcząt, może ona wpływać także na chłopców, mężczyzn i dorosłe kobiety. W poniższej części przedstawiamy negatywne skutki tego zjawiska wśród wspomnianych grup.

### Chłopcy i mężczyźni

Seksualizacja dziewcząt może mieć negatywny wpływ na chłopców i mężczyzn. Mężczyznom przedstawia się ściśle zdefiniowany ideał kobiecej atrakcyjności seksualnej, co może spowodować, że niektórym z nich trudno będzie znaleźć możliwą do zaakceptowania partnerkę lub w pełni cieszyć się bliskością w związku (Schooler i Ward, 2006). Kilka badań eksperymentalnych pokazało, że narażenie na wpływ pornografii (która uprzedmiotawia seksualnie kobiety; Jensen i Dines, 2004) prowadzi do tego, że mężczyźni oceniają swe partnerki jako mniej atrakcyjne (Weaver, Masland i Zillmann, 1984), są mniej zadowoleni z ich wyglądu, zachowań i stopnia czułości (Zillmann i Bryant, 1988) oraz wykazują większą chęć do uprawiania seksu bez zaangażowania emocjonalnego (Zillmann i Bryant, 1988).

Już obejrzenie jednego odcinka serialu uprzedmiotawiającego kobiety, takiego jak na przykład *Aniołki Charlie'go*, może sprawić, że mężczyźni ocenią „prawdziwe” kobiety jako mniej atrakcyjne fizycznie (Kenrick i Guttieres, 1980). Frable, Johnson i Kellman (1997) zauważyły, że studenci, którzy regularnie oglądają pornografię, opisując pojęcie „kobieta”, częściej używali seksualnych określeń niż ci, którzy oglądali materiały pornograficzne rzadziej. Nie zaobserwowano różnic w sposobie opisywania pojęcia „mężczyzna” przez obie te grupy. Sugeruje to, że pornografia łączy się specyficznie z seksualizacją kobiet, nie wpływa natomiast na uogólnianie pojęć dotyczących obu płci.

Uprzedmiotowienie dziewcząt/kobiet i seks są w przekonaniach mężczyzn nierozłączne (Connell, 1987; Kimmel, 1996; Tolman, 2002). Może to stanowić zagrożenie dla zdolności mężczyzn do tworzenia i utrzymywania intymnych relacji z kobietami (G. Brooks, 1995; Kindlon i Thompson, 1999; Pollack, 1998). Burn i Ward (2005) spostrzegli, że satysfakcja studentów z ich związków miłosnych była negatywnie skorelowana ze stereotypowymi męskimi przekonaniem, także tymi istotnymi dla uprzedmiotowienia kobiet (tj. dominacja – *Ja tu rządzę, władza nad kobietami – Zazwyczaj kontroluję kobiety w moim życiu, playboy – Gdybym mógł, często zmieniałbym partnerki seksualne*). Zależność między uprzedmiotowieniem a zadowoleniem ze związku łatwiej zrozumieć, jeśli weźmie się pod uwagę odczuwanie empatii w stosunku do partnera. Kiedy jedna osoba uprzedmiotawia drugą, empatyczne

podejście do tej osoby jest trudne, a być może nawet niemożliwe (Herman, 1992). Empatia jest istotnym czynnikiem, który wpływa na satysfakcję i stabilność w związku (Davis i Oathout, 1987; Long i Andrews, 1990).

Jeśli dziewczęta i kobiety postrzegane są wyłącznie jako istoty seksualne, zamiast jako osoby o złożonej osobowości, o wielu zainteresowaniach i talentach, chłopcy i mężczyźni mają trudności w relacjach z nimi na poziomie innym niż seksualny. Takie postrzeganie może drastycznie zmniejszyć ilość sytuacji, w których chłopcy i mężczyźni będą mieli możliwość intelektualnych interakcji z dziewczętami i kobietami, współzawodniczenia z nimi w grach i sporcie, wspólnego tworzenia sztuki, wspólnej pracy (np. wolontariat, działalność społeczna) czy czerpania satysfakcji z ich towarzystwa jako przyjaciół.

### Kobiety

Seksualizacja w środowisku kulturowym kobiet i dziewcząt szkodzi dorosłym kobietom w taki sam sposób, jak dziewczętom – tzn. ma negatywne skutki dla poznawczego funkcjonowania kobiet, zadowolenia z ciała, zdrowia fizycznego i psychicznego, seksualności, postaw i przekonań. Samoseksualizacja i samouprzedmiotawianie dorosłych kobiet, mimo że z wiekiem coraz mniej powszechne (T-A. Roberts, 2004), ma takie same przyczyny i skutki, jak u dziewcząt i młodych kobiet (Prichard i Tiggemann, 2005; Tiggemann i Lynch, 2001). Jednak istnieje przynajmniej jeden obszar, w którym pojawiają się dodatkowe konsekwencje dla dorosłych kobiet, mniej istotne w przypadku dziewcząt – praca i miejsce jej wykonywania.

Mimo że metaanaliza badań eksperymentalnych sugeruje, że korzyści, jakie czerpią w pracy osoby atrakcyjne, są takie same w przypadku kobiet, jak i mężczyzn (Hosoda, Stone-Romero i Coats 2003), to badania te skupiały się bardziej na atrakcyjności niż na seksowności per se. Glick, Larsen, Johnson i Branstiter (2005) przeprowadzili badania, w których zmieniali stopień seksowności kandydatki do pracy, utrzymując jej atrakcyjność fizyczną na stałym poziomie. Odkryli, że gdy seksowna kobieta starała się o posadę menadżerską, oceniano ją jako mniej kompetentną i mniej inteligentną niż kandydatkę ubraną bardziej zachowawczo. Uczestnicy badania wskazali także, że odczuliby niewiele pozytywnych, a więcej negatywnych emocji w stosunku do seksownej kobiety, gdyby została zwolniona. Różnice te nie pojawiały się, kiedy podano, że kandydatka stara się o pracę recepcjonistki. Dane te sugerują, że samoseksualizacja i seksualizacja przez innych może mieć negatywny wpływ na kobiety pragnące rozwijać karierę zawodową.

Środowisko kulturowe seksualizujące dziewczęta może mieć dodatkowy wpływ na dorosłe kobiety. Seksualizacja dziewcząt przyczynia się do idealizacji młodości jako jedynego dobrego i pięknego etapu życia. Jeśli przyjmie się, że modelki reprezentują akceptowane kulturowo standardy ideału kobiecej piękności, okaże się, że idealny wiek to około 17 lat. Już 11- i 12-latki osiągają sukces jako modelki, a wiele najsłynniejszych modelek zyskało międzynarodową sławę przed 16. rokiem życia (Moore, 2003). Z sześciu dziewcząt, które wygrały popularny program „America's Next Top Model” (2006) (jego



uczestniczki muszą mieć ukończone 18 lat, prawdopodobnie ze względów prawnych), najstarsza miała 23 lata, a średni wiek wynosił 20,2. Nie jest więc zaskakujące, że z wiekiem kobiety stają się coraz mniej obecne w kulturze (Arber i Ginn, 1991; Cook i Kaiser, 2004; Wolf, 1991).

W reakcji na ten standard kulturowy wiele kobiet dokłada wszelkich starań, by wyglądać jak najmłodszej. Sprzedaż kosmetyków zapobiegających starzeniu się skóry wzrosła o 10,7% w 2005 roku (do ponad 11 mld dolarów na świecie), co stanowi największy wzrost wśród wszystkich produktów do pielęgnacji skóry (O. Phillips, 2006). Analiza liczby operacji plastycznych (zwłaszcza zabiegów liftingujących i maskujących starzejące się części ciała) dostarcza dalszych dowodów na to, że niektóre kobiety odczuwają silną presję, by wyglądać młodziej. Dane pochodzące od Amerykańskiego Towarzystwa Chirurgów Plastycznych (American Society of Plastic Surgeons) pokazują, że liczba popularnych zabiegów „odświeżających” ciało i utrzymujących jego młody wygląd ciągle wzrasta. Między rokiem 2000 a 2005 roczna liczba zabiegów z botoksu wzrosła z około 750 tys. do prawie 4 milionów, co stanowi wzrost o 388%. W tym samym okresie nastąpił również wzrost o 115% liczby zabiegów usuwania fałd z brzucha (z 62 713 do 134 746 rocznie), 283%-owy wzrost zabiegów liftingu pośladków oraz zawrotny wzrost liczby zabiegów liftingu ramion oraz dolnych części ciała – odpowiednio 3413% i 4101% rocznie (American Society of Plastic Surgeons, 2006c). Wiele z tych zabiegów było typowych dla danego wieku. Mimo że liczba młodszych i starszych kobiet przechodzących korektę nosa i powiększanie piersi jest stosunkowo stała, liczba 35–50-latek poddających się liftingowi piersi, pośladków, usuwaniu fałd z brzucha i liposukcji jest prawie dwa razy większa niż kobiet między 19. a 34. rokiem życia (American Society of Plastic Surgeons, 2006b).

**Nawet po operacji plastycznej dorosła kobieta nie jest w stanie utrzymać wyglądu 17-latki. Ta niemożność dostosowania się do narzuconych kulturowo standardów piękna może prowadzić do odczuwania wstydu z powodu własnego ciała, niższego poczucia własnej wartości i ogólnie gorszego samopoczucia.** Istnieją dowody na to, że obraz idealnego, szczupłego kobiecego ciała przedstawiany w mediach i jego internalizacja negatywnie wpływają na dorosłe kobiety. Dla przykładu, Dittmar i jej współpracownicy (Dittmar i Howard, 2004; Halliwell i Dittmar, 2004) zauważyły w dwóch badaniach, że dorosłe kobiety (np. 20–60 lat), które oglądały reklamy ukazujące szczupłe modelki, wykazywały większe zaniepokojenie wyglądem swojego ciała, niż te, którym przedstawiano reklamy z udziałem kobiet o przeciętnych wymiarach lub takie, w których nie występowały modelki. Najczęściej miało to miejsce wśród kobiet, które silnie internalizowały ideał szczupłości.

Wpływ „białego ideału” prezentowanego w mediach może być destrukcyjny dla kobiet o innym kolorze skóry, które nie mogą się do niego dopasować. Badanie pokazujące negatywne powiązania między teledyskami a poczuciem własnej wartości wśród nastolatek afroamerykańskich (L. M. Ward, 2004b) potwierdza te przypuszczenia. Zatem założenie, że wpływ prezentowanego w mediach ideału młodości będzie tak samo destrukcyjny dla „starszych” (tj. nienastolatek) kobiet różnego pochodzenia, jest jak najbardziej zasadne.

Idealizacja młodości może wpłynąć także na kwestię odniesienia przez kobiety sukcesu w pracy. W sytuacji, gdy kobiety starają się wyglądać jak najmłodszej, aby dopasować się do ideału piękna, ich kompetencje i umiejętności mogą być kwestionowane ze względu na zbyt młody wygląd. Ta podwójna zależność była oczywista w badaniach C. Duncana i Loretto (2004). W ich analizie zarówno kobiety, jak i mężczyźni podali, że doświadczali dyskryminacji ze względu na zbyt młody wiek, jednak kobiety częściej niż mężczyźni wskazywały, że dyskryminacja wiązała się w szczególności z młodym wyglądem (w przeciwieństwie do innych cech powiązanych z młodością, np. doświadczenia).

Ponadto kobiety (ale nie mężczyźni) mówiły o doświadczeniach seksualnej dyskryminacji ze względu na wiek (np. 35-letnia kobieta powiedziała, że mówiono o niej „wysuszona stara panna”). Więcej dowodów na tę korelację dostarczą dane pochodzące od 30-kilkuletnich kobiet i mężczyzn. W grupie tej 25 na 27 mężczyzn, mówiących o dyskryminacji ze względu na wiek, powiedziało, że powodem dyskryminacji był ich młody wiek, a tylko dwóch podało, że miało to miejsce dlatego, że byli za starzy. Natomiast spośród 25 kobiet, 13 było dyskryminowanych ze względu na zbyt młody wiek, a 12 – ponieważ były za stare.

## Wpływ seksualizacji na społeczeństwo

Poza poważnymi konsekwencjami dla dziewcząt wymienionymi wcześniej, zjawisko seksualizacji dziewcząt może mieć wiele negatywnych skutków dla społeczeństwa i jego członków, w tym chłopców, mężczyzn i kobiety co pośrednio wpłynie również na dziewczęta. Może ono wpłynąć także na instytucje, takie jak szkoły i miejsca pracy. Co istotniejsze, wskutek medialnego uprzedmiotowienia i seksualizacji, ogólne postawy i oczekiwania społeczne odnośnie płci i seksualności mogą się zmieniać w niekorzystny sposób. **Jeśli zjawisko seksualizacji dziewcząt będzie nadal trwało albo nasili się, mogą się też utrzymać lub pogłębić pewne poważne problemy społeczne (takie jak przemoc w stosunku do dziewcząt i kobiet, wykorzystywanie seksualne, różne formy pornografii i prostytucji), które w sposób nieproporcjonalny pośrednio i bezpośrednio wpływają na dziewczęta.** Niektóre z tych konsekwencji opisano poniżej.

### Seksizm

Seksualizacja dziewcząt i kobiet może mieć szersze skutki społeczne, takie jak seksizm, uprzedzenia seksualne i seksistowskie postawy. Potwierdzają to dowody pochodzące z kilku rodzajów badań. Jedna grupa badań sprawdzała, czy wpływ zseksualizowanych lub uprzedmiotawiających seksualnie treści w mediach kształtował postawy widzów w stosunku do kobiet w ogóle. Druga grupa stosowała metody eksperymentalne, by zbadać, czy narażenie na takie treści wpływało na postrzeganie kobiet w rzeczywistości. Trzecia grupa badała, czy eksperymentalny kontakt z seksualizującymi przekazami

wpływał na rzeczywiste zachowania w stosunku do kobiet. Mimo że badania te skupiały się na treściach seksualizujących dorosłe kobiety, konsekwencje są widoczne w przypadku widzów z wszystkich grup wiekowych, w tym nastolatków i nastolatek oraz młodych kobiet i mężczyzn. Zakładamy, że osoby mające kontakt z dziewczętami, które zostały zseksualizowane, często wykazują seksistowskie postawy nie tylko w stosunku do dziewcząt, ale i do kobiet.

Jak wynika z pierwszej grupy badań, częsty i regularny kontakt z przekazami obfitującymi w zseksualizowane obrazy (np. teledyski) oraz częste korzystanie ze środków masowego przekazu wiążą się z tym, że mężczyźni i kobiety bardziej akceptują postawy seksualizujące i seksualnie uprzedmiotawiające kobiety (np. Strouse, Goodwin i Roscoe, 1994; L. M. Ward, 2002; L. M. Ward i Friedman, 2006; L. M. Ward i in., 2005). Na przykład L. M. Ward, Merriwether i Caruthers (2006a) zauważyły, że studenci, którzy często czytają czasopisma takie jak „Maxim” i „Sports Illustrated” i którzy uznają, że media w dużym stopniu odzwierciedlają rzeczywistość, a także uważniej oglądają telewizję w celu poznania świata, łatwiej akceptowali tradycyjne maskulinistyczne ideologie, w tym także uprzedmiotowienie seksualne kobiet.

Te wyniki zostały potwierdzone przez prace eksperymentalne, których autorzy doszli do takich samych wniosków. Według kilku badań, mężczyźni i kobiety narażeni na wpływ obrazów seksualnie uprzedmiotawiających kobiety, przedstawianych w głównych mediach (np. filmy oznaczone „R”<sup>20</sup>, reklamy w czasopismach, teledyski) znacznie częściej niż ci, którzy byli w warunkach kontrolnych, akceptują „mity gwałtu” (np. przekonanie, że kobieta zachęca do gwałtu poprzez pewne zachowania), wykorzystywanie seksualne, stereotypowe role seksualne, przemoc oraz przekonanie, że partnerzy w relacji seksualnej są przeciwnikami (np. Kalof, 1999; Milburn, Mather i Conrad, 2000; L. M. Ward, 2002). Przykładowo, biali studenci narażeni na wpływ seksualnie uprzedmiotawiających teledysków częściej popierali pogląd, że partnerzy seksualni są przeciwnikami, niż ci, którzy oglądali teledyski pozbawione seksualnych treści (Kalof, 1999). Narażenie na kontakt z seksistowskimi reklamami w prasie powodowało silniejszą akceptację stereotypów ról płciowych i „mitów gwałtu” wśród studentów (Lanis i Covell, 1995; MacKay i Covell, 1997). Ponadto licealiści mający styczność z teledyskami (L. M. Ward i in., 2005) lub z programami emitowanymi w czasie największej oglądalności (L. M. Ward i Friedman, 2006), które przedstawiały kobiety jako obiekty seksualne, wykazywali większe poparcie dla tych postaw niż ci, którzy nie oglądali tych programów.

Druga grupa badań pokazała, że przedstawienie osobom, które brały udział w eksperymencie, zseksualizowanych lub seksualnie uprzedmiotowionych obrazów kobiet miało wpływ na ich postrzeganie innych kobiet oraz opinie na ich temat. Wyniki tych badań są intrygujące. Hansen i Hansen (1988) podali, że studenci, którzy obejrzeni trzy neutralne teledyski, zauważyli następnie, że ich koleżanka podrywana

jest przez innych mężczyzn w sposób przypominający molestowanie seksualne. Studenci, którzy widzieli seksistowski teledysk, nie uznali natomiast tych zaczepek za nieodpowiednie i byli mniej przychylni kobiecie, która je odrzucała. Gan, Zillmann i Mitrook (1997) zbadali, jak zseksualizowane obrazy czarnoskórych kobiet przedstawiane w teledyskach R&B wpływają na postrzeganie niezseksualizowanych białych i czarnoskórych kobiet przez białych studentów. Podczas gdy nie miało to wpływu na ocenę białych kobiet, spotykane później przez tych samych mężczyzn czarnoskóre kobiety najczęściej były oceniane źle, jako dalekie od „ideału”. Wydaje się, że mężczyźni pod wpływem emanujących seksem teledysków umniejszają zalety czarnoskórych kobiet, a bardziej zauważają ich negatywne cechy.

Zauważono też, że narażenie na treści zseksualizowane wpływa na to, jak faktycznie zachowują się kobiety oraz na to, jak mężczyźni traktują i reagują na kobiety w późniejszych relacjach. Badania te pokazywały zazwyczaj, że po przedstawieniu mężczyznom zseksualizowanych treści, ich zachowanie w stosunku do kobiet jest bardziej zseksualizowane i traktują one kobiety jak obiekty seksualne. Przykładowo studenci, którym w czasie badań eksperymentalnych przedstawiono 16 seksistowskich i uprzedmiotawiających reklam, zadawali następnie bardziej (niż studenci z grupy kontrolnej) seksistowskie pytania kobiecie, która brała z nimi udział w symulowanej rozmowie kwalifikacyjnej. Pamiętali więcej szczegółów jej wyglądu, a mniej informacji o niej, ocenili ją jako bardziej sympatyczną, bardziej pasującą na stanowisko, ale mniej kompetentną (L. Rudman i Borgida, 1995). McKenzie-Mohr i Zanna (1990) odkryli, że mężczyźni postrzegani jako „męscy” po obejrzeniu 15-minutowego filmu pornograficznego byli uważani przez kobietę przeprowadzającą eksperyment za bardziej zmotywowanych seksualnie, stawali bliżej niej i przypominali sobie więcej na temat jej wyglądu niż mężczyźni w innych warunkach.

Używając podobnego paradygmatu, Jansma, Linz, Mulac i Imrich (1997) podali wzorzec, według którego mężczyźni podkreślający różnice płciowe wydają się niżej oceniać kompetencje intelektualne partnerki po obejrzeniu filmu z wyraźnymi treściami seksualnymi, a wyżej po obejrzeniu filmu bez takich wątków. Mężczyźni, którzy tych różnic nie podkreślają, wydają się reagować w odwrotny sposób. Dowiedziono, że narażenie na zseksualizowane obrazy kobiet może prowadzić do powszechnego myślenia, że *kobiety są uwodzyciami i frywolnymi obiektami seksualnymi* (Lavine, Sweeney i Wagner, 1999) oraz może *podsycać ogólną atmosferę niedoceniaenia głosu dziewcząt i kobiet oraz ich wkładu w społeczeństwo* (Merksin, 2004).

## Osiągnięcia i sukcesy dziewcząt w szkole

### Ambicje

Jeśli, jak sugeruje literatura dotycząca samouprzedmiotowienia, zaabsorbowanie dziewcząt swoim wyglądem ogranicza procesy poznawcze, będą one miały mniej czasu i energii na inne zajęcia. Dziewczęta mogą uczyć się uznawać pewne nagrody (męska uwaga) za ważniejsze od innych (osiągnięcia naukowe), ograniczając w ten sposób swe przyszłe możliwości

<sup>20</sup> Osoby poniżej 17. roku życia mogą oglądać filmy oznaczone w ten sposób w towarzystwie dorosłych (przyp. tłum.).

naukowe i zawodowe. Postrzeganie zajęć związanych z naukami ścisłymi, technologią, inżynierią i matematyką (STEM – *science, technology, engineering, math*) jako mniej zgodnych z ich seksowną wizją siebie, może sprawić, że zamiast wybrać pracę chemika, programisty komputerowego czy inżyniera, będą one wolały zostać modelkami, projektantkami mody lub gwiazdami pop, by ucieleśnić zseksualizowany wzorzec co jak wiedzą, jest cenione u kobiet. Jeśli dziewczęta zauważają to, co pokazują badania – że kobiety wykonujące „męskie” zawody nie są (według badań przeprowadzonych w college’u) chętnie wybierane na partnerki (Yoder i Schleicher, 1996) – zauważą też koszty społeczne, jakie poniosą, wykonując zawód, który nie odpowiada seksownemu wizerunkowi. Z drugiej strony, jeśli wybiorą „niekobiecą” ścieżkę kariery, bycie seksowną będzie kosztowne i może sprawić, że będą postrzegane jako mniej kompetentne (Glick i in., 2005).

W dwóch badaniach na temat zagrożenia stereotypami przedstawiono studentkom college’u reklamy telewizyjne, ukazujące silnie stereotypowy obraz kobiet, w którym podkreślano seksualną atrakcyjność młodych kobiet i fizyczne piękno (Davies, Spencer, Quinn i Gerhardstein, 2002; Davies, Spencer i Steele, 2005). Kobiety, które obejrzały reklamy zawierające „seksowny/ładny” przekaz (ich przeciwieństwem były reklamy przedstawiające płęć w sposób neutralny lub burzący stereotypy), były mniej zainteresowane zawodami, w których przydatna jest umiejętność rozumowania matematycznego. Ponadto miały mniejsze aspiracje przywódcze. To sugeruje, że seksualizacja może wpływać na to, iż młode kobiety są mniej nastawione na osiągnięcie sukcesu.

Wcześniejsze badania pokazały różne aspiracje zawodowe nastolatków i nastolatek (np. Corder i Stephan, 1984; Gottfredson, 1981; Grotevant i Thorbecke, 1982) oraz zróżnicowane ambicje (np. Kerr, 1983, 1985) i osiągnięcia uzdolnionych dziewcząt i chłopców, na korzyść tych ostatnich (np. Eccles, 1985; Hollinger i Fleming, 1992). Istnieje ograniczona liczba badań sugerujących, że samouprzedmiotowienie może ograniczać proces poznawczy. Jest zatem kwestią priorytetową prowadzenie dalszych prac na temat tego, czy narażenie na seksualizację i płynące z niej doświadczenia są odpowiedzialne za rodzaj „drenażu mózgu” wśród młodych dziewcząt i kobiet.

### Molestowanie seksualne w szkole

Choć wiele dziewcząt wierzy, że seksowny wygląd zapewni im władzę, w rzeczywistości może być zupełnie odwrotnie. Nie można usprawiedliwiać molestowania seksualnego dziewcząt tym, że noszą one seksowne sukienki. Nie wykazano też, by strój prowokował zjawisko molestowania w szkole. Jednak przekonanie chłopców, że dziewczęta są obiektami seksualnymi może wiązać się ze skłonnością do zaczepek o podtekście seksualnym. W ten sposób seksowny wygląd może mieć negatywny wpływ na dziewczęta. Molestowanie seksualne przez chłopców i mężczyzn jest stałym elementem życia w szkole i w pracy. Rówieśnicy dopuszczają się 79% przypadków molestowania w szkole (American Association of University Women, 2001), którego dużą część stanowią żarty o podtekście seksualnym, lubieżne spojrzenia, dotykanie lub łapanie za biust czy pośladki oraz komentarze na temat wyglądu (np. J. Duffy, Wareham i Walsh, 2004). Konsekwencje

molestowania seksualnego są dalekosiężne, mogą być długotrwałe (J. Duffy i in., 2004) i choć początkowo mają wpływ tylko na psychikę dziewcząt, z czasem wpływają także na ich osiągnięcia na polu naukowym (Houston i Hwang, 1996; Juvonen, Nishina i Graham, 2000). Są one również odczuwane w szkołach i w całym społeczeństwie. Jedno z badań oszacowało koszty ekonomiczne molestowania seksualnego w armii Stanów Zjednoczonych. Obliczono, że w ciągu jednego roku przekroczyły one 250 mld dolarów (Faley, Knapp, Kustis i DuBois, 1999).

Kilka badań wskazuje, że seksualizacja dziewcząt przyczynia się do molestowania seksualnego oraz gwałtów. W ankiecie skierowanej do pracowników i studentów uniwersytetu (O’Hare, O’Donohue, 1998) respondenci, którzy pracują z mężczyznami zachowującymi się w sposób seksistowski, przytoczyli więcej przypadków molestowania ze względu na płęć i molestowania seksualnego oraz gwałtów. Jakościowe badanie Quinn (2002), zajmujące się opisywanym przez dorosłych mężczyzn „oglądaniem dziewczyn” w miejscu pracy (obserwowaniem kobiet i ocenianiem ich pod względem seksualnym), ukazało rolę, jaką w tym rodzaju molestowania odgrywa uprzedmiotawianie i (niski) stopień empatii w stosunku do kobiet, które mężczyźni obserwowali. Angelone, Hirschman, Suniga, Armey i Armelie (2005) zauważyli, że studenci college’u, którzy mieli do czynienia z osobami o seksistowskich poglądach (takimi, których komentarze na temat aktorek były uprzedmiotawiające, a te, które dotyczyły kobiet z uczelni, były uwłaczające), opowiadali koleżankom więcej dowcipów o podtekście seksualnym niż mężczyźni, którzy nie mieli w swoim towarzystwie takich osób. Badania te wskazują, że chłopcy, którzy mają styczność z przedstawianiem dziewcząt w sposób zseksualizowany, mogą częściej dopuszczać się molestowania seksualnego.

Niektóre badania dotyczące wpływu noszenia mundurków na postrzeganie uczniów także pośrednio potwierdzają pogląd, że strój może być jednym z czynników zwiększających stopień molestowania dziewcząt. Uczniowie i nauczyciele wyżej oceniają zdolności naukowe oraz zachowanie w szkole uczniów, którzy noszą mundurki (Behling, 1994). Co więcej, jedno z badań pokazało, że dziewczęta noszące mundurki mają większe poczucie bezpieczeństwa oraz lepsze relacje z rówieśnikami w szkole, niż dziewczęta, które ubierają się w zwykłe stroje (Fosseen, 2002). Należy podkreślić, że noszenie przez dziewczęta seksownych strojów nie jest usprawiedliwieniem dla molestowania czy obrażania nastolatków. Bez względu na to, w co się ubierają, nikt nie ma prawa molestować ich seksualnie, a chłopcy i mężczyźni mogą oraz powinni kontrolować swoje zachowanie. Jednak gdy seksualizujące stroje są częścią szerszego kontekstu kulturowego, w którym dziewczęta są seksualnie uprzedmiotawiane, jednolite mundurki mogą pomóc zmienić seksualizujący przekaz kulturowy oraz świadomość tego, kim są dziewczęta i co mogą osiągnąć, co w konsekwencji może zmniejszyć liczbę przypadków molestowania seksualnego.



## Przemoc i wykorzystywanie

### Przemoc w stosunku do dziewcząt

Liczne badania pokazały związek między stereotypowym podejściem do kobiecej seksualności i agresywnym zachowaniem seksualnym. Na przykład przekonanie o tym, że partnerzy seksualni są przeciwnikami, uznawanie „mitów gwałtu” i seksistowskie przekonania o kobietach związane są z agresywnym zachowaniem seksualnym (Dean i Malamuth, 1997; Murnen, Wright i Kaluzny, 2002; Osland, Fitch i Willis, 1996; Spence, Losoff i Robbins, 1991; Truman, Tokar i Fischer, 1996; Vogel, 2000).

Inne badania łączą przekazy medialne, których jesteśmy odbiorcami, z seksistowskimi przekonaniem i akceptacją przemocy wobec kobiet. Kilka badań pokazało, że „mity gwałtu”, molestowanie seksualne, stereotypy dotyczące ról seksualnych, przemoc oraz przekonanie o tym, że partnerzy seksualni są przeciwnikami, były częściej akceptowane przez osoby, które mają styczność z obrazami uprzedmiotawiającymi seksualnie kobiety, ukazywanymi w głównych mediach (np. w filmach z oznaczeniem „R”, reklamach w prasie, teledyskach), niż przez osoby w warunkach kontrolnych (Kalof, 1999; Lanis i Covell, 1995; MacKay i Covell, 1997; Milburn i in., 2000; L. M. Ward, 2002; L. M. Ward i in., 2005). W jednym z niewielu badań, w którym zamiast studentów udział wzięły dzieci, Strouse i inni (1994) spostrzegli, że 11–16-letni chłopcy i dziewczęta, którzy częściej oglądali programy telewizyjne i filmy oznaczone „R” i „X”, w większym stopniu akceptowali przejawy molestowania seksualnego. Biorąc pod uwagę, że oglądanie obrazów zseksualizowanych i uprzedmiotawiających kobiety wiąże się z wieloma z tych postaw, oglądanie zseksualizowanych obrazów dziewcząt może prowadzić do takich samych efektów i do większej akceptacji mitów związanych z wykorzystywaniem seksualnym dzieci, samym wykorzystywaniem seksualnym dzieci jako takim oraz postrzeganiem coraz młodszych dziewcząt jako ewentualnych partnerów seksualnych.

### Wykorzystywanie seksualne

Istnieje niewiele badań na temat wpływu, jaki na dorosłych ma oglądanie zseksualizowanych obrazów dziewcząt lub kobiet ucharakteryzowanych na dziewczynki (stylizacje popularne w reklamach prasowych). Niektórzy uczeni (np. Merksin, 2004; O’Donohue i in., 1997) zauważyli nagłą potrzebę przeprowadzenia takich badań. Może mieć to negatywny wpływ na poszczególnych odbiorców oraz na całe społeczeństwo, gdyż zapewnia rynki zbytu dla pornografii dziecięcej, prostytucji i handlu dziećmi w celach seksualnych oraz usprawiedliwia te zjawiska. Konsekwencje wykorzystywania seksualnego dzieci i prostytucji dziecięcej są ogromne, dlatego należy wnikliwie rozważyć ich powiązania z innymi zjawiskami. Literatura nie jest zgodna co do związku między pornografią i agresją seksualną, jednak z najbardziej dogłębnych raportów (np. Allen, D’Alessio i Brezgel, 1995; Allen, D’Alessio i Emmers-Sommer, 2000; Allen, Emmers, Gebhardt i Giery, 1995; Malamuth, Addison i Koss, 2000) wypływają wnioski, że istnieją wiarygodne powiązania między oglądaniem pornografii i dokonywaniem aktów przemocy seksualnej. Są one najsilniejsze, gdy w grę wchodzi oglądanie pornografii

z elementami przemocy lub dotyczy to mężczyzn, u których występują inne czynniki zwiększające ryzyko przejawiania agresji seksualnej.

Pornografia dziecięca nie była do tej pory przedmiotem badań eksperymentalnych. Jedynym wyjątkiem jest praca B. Paula (2004), która miała ocenić skutki oglądania dziecięcej pornografii. Jako czynnika stymulującego w eksperymencie Paul użył materiałów pornograficznych, w których dorosłe kobiety są ucharakteryzowane na dzieci. W ten sposób pornografia jest legalna (modelki mają ponad 18 lat), ale widz postrzega zseksualizowane dziecko. Wyniki badań pokazały, że oglądanie takiej pornografii prowadzi do silniejszych powiązań między neutralnymi (nieseksualnymi) obrazami dzieci i słowami związanymi z seksem (np. *pobudzający, seksowny*). **Odkrycia te sugerują, że oglądanie zseksualizowanych obrazów dziewcząt może sprawić, że widz będzie kojarzył dzieci z seksem, nawet gdy nie będą one zseksualizowane.**

Jednym z wyjątkowo zgubnych skutków ciągłego kontaktu ze zseksualizowanymi obrazami dziewcząt jest to, że społeczeństwo oraz jego poszczególni przedstawiciele mogą być uczeni uznawania zseksualizowanych dziewcząt za „uwodzicielskie”. Badania pokazały, że dorośli mężczyźni często mylnie odbierają miłe zachowanie kobiet jako przejaw zainteresowania seksualnego (Abbey, 1982, 1987). Obrazy młodych dziewczyn ucharakteryzowanych na dorosłe kobiety mogą wywoływać podobne odczucia.

Inną kwestią, na której w negatywny sposób odbija się seksualizacja, jest sprawa przyzwolenia. Dzieci nie mogą w świetle prawa wyrazić zgody na stosunek seksualny z osobą dorosłą. Gdy dziewczęta ubierają się jak kobiety, dorośli mogą przypisywać dziewczętom dorosłe motywy oraz dorosły stopień odpowiedzialności i działania. Obrazy przedstawiające przedwczesną seksualność dziewcząt mogą prowadzić do uznania za normę szkodliwych praktyk, takich jak wykorzystywanie dzieci, dziecięca prostytucja i handel dziećmi w celach seksualnych.

**Seksualizacja dziewcząt może wreszcie przyczynić się do handlu nieletnimi i ich prostytuowanie się również przez to, że kształtując nowe pragnienia i doświadczenia, tworzy „rynek” dla kontaktów seksualnych z dziećmi.** Jeśli idealna partnerka ma 15–16 lat, konsumenci mogą domagać się pornografii ukazującej takie dziewczęta oraz możliwości płacenia za seks z nimi. Raport z 2005 roku poinformował o nowej, niepokojącej tendencji angażowania dzieci w pornografię: pedofile i „klienci” zaglądają na czaty dla nastolatków z podłączonymi kamerami internetowymi i namawiają nastolatki do odgrywania za pieniądze aktów seksualnych przed kamerą (Eichenwald, 2005).

## Konsekwencje seksualizacji dziewcząt – podsumowanie

Badania omówione w tym rozdziale stanowią dowody na negatywne skutki odczuwane przez dziewczęta, gdy dokonuje się na nich procesu seksualizacji lub naraża na wpływ zseksualizowanych obrazów, bądź gdy inni są na takie wpływy narażeni.

Istnieją dane, które dowodzą, że dziewczęta narażone na wpływ seksualizujących i uprzedmiotawiających mediów częściej są niezadowolone z własnego ciała, cierpią z powodu depresji oraz niskiego poczucia własnej wartości. Dotychczasowe badania wskazują, że konsekwencje te nie są aż tak widoczne wśród dziewcząt afroamerykańskich. Jak dotąd nie przeprowadzono badań nad młodymi homoseksualistami i biseksualistami oraz osobami transgenderowymi. Wskazano, że samouprzedmiotowanie ogranicza zdolności poznawcze i jest powodem wstydu. To ograniczenie zdolności poznawczych oraz przekonanie, że władzę i akceptację można zdobyć raczej dzięki wyglądowi niż osiągnięciom naukowym i pozaszkolnym, może wpływać na rozwój dziewcząt i ich możliwości w dorosłym życiu.

Ukazywanie wzorca biernego zachowania także może mieć wpływ na rozwój seksualny dziewcząt. Badania pokazują, że media mają wpływ na postrzeganie przez dziewczęta dziewictwa lub pierwszych doświadczeń seksualnych. Dziewczęta nawiązują przyjaźnie lub odrzucają koleżanki w zależności od tego, czy dostosowują się one do ściśle określonego ideału piękna, to znaczy czy prezentują się w sposób seksowny lub czy rywalizują o względy chłopców. Pokazano, że **korzystanie z seksualizujących i uprzedmiotawiających mediów ma związek z opiniami dziewcząt i chłopców na temat randek, wykorzystywania seksualnego dziewcząt przez chłopców oraz z ich podejściem do kwestii przemocy seksualnej.**

## MOŻLIWOŚCI I SPOSOBY PRZECIWDZIAŁANIA WPŁYWOM SEKSUALIZACJI

Badania zaprezentowane w początkowej części tego raportu skupiły się na tym, że dziewczęta są seksualizowane przez dzisiejszą kulturę, inne osoby oraz przez siebie same. Pokazano także, że seksualizacja może prowadzić do licznych negatywnych konsekwencji. Jednak istnieją również wskazania, że negatywne skutki nie są powszechne i że można ich uniknąć. Część dziewcząt oraz osoby, które je wspierają, od dawna stawiają opór głównemu nurtowi w kulturze, który przedstawia dziewczęta jako obiekty seksualne. Dziewczęta, ich rówieśnicy, dorośli oraz wspomagające je instytucje przeciwstawiają się narzucanym standardom współczesnej kultury. Czynią to poprzez uczenie umiejętnego korzystania z mediów, tworzenie medialnych subkultur, uczestnictwo w zawodach sportowych, wprowadzanie wszechstronnych programów edukacji seksualnej, aktywne działanie oraz praktyki religijne lub duchowe.

Kolejne rozdziały opisują istniejące programy i działania zapobiegające seksualizacji, a także takie, które mogłyby jej zapobiec, gdyby zostały wprowadzone. Śledzimy kolejno różne podejścia do problemu, które mogą być stosowane w szkołach, rodzinach oraz przez same dziewczęta.

### Podejście 1:

#### Działanie przez szkoły i edukację formalną

Szkoły mogą na kilka sposobów przyczynić się do zwiększenia świadomości na temat zjawiska seksualizacji dziewcząt w mediach oraz pomóc dziewczętom i ich rówieśnikom w przeciwstawianiu się jej negatywnym wpływom.

### Umiejętność korzystania z mediów

Ponieważ to media są istotnym źródłem seksualizujących obrazów, kluczowe w walce z wpływami seksualizacji są rozwój i realizacja programów dla szkół na temat umiejętnego korzystania z mediów. Istnieje nagła potrzeba, by dziewczęta oglądały telewizję w sposób bardziej krytyczny. Programy szkoleniowe tego typu różnią się między sobą, ale zwykle zapewniamy odbiorcom mediów analityczne narzędzia, które pomagają w niezależnym i krytycznym rozumieniu mediów. Celem programów jest nauczenie nastolatków aktywnej interpretacji przekazów medialnych, zamiast ich biernego przyjmowania. Szkolenia zachęcają do zauważania przekazów zawartych w mediach, do myślenia o tym, kto je tworzy, w jakim celu oraz do kwestionowania ich realizmu (Potter, 2004). Kilka organizacji non-profit (w niektórych z nich działają także dziewczęta) przygotowało programy rozwijające umiejętność korzystania z mediów. Programy te mają na celu nie tylko edukację dziewcząt będących odbiorcami mediów, ale także uświadomienie tego, w jaki sposób dziewczęta i kobiety są przedstawiane w mediach oraz działanie na rzecz poprawy sytuacji przez zapewnienie producentom medialnym, nauczycielom i rodzicom odpowiednich pomocy. Girls, Women + Media Project ([www.mediaandwomen.org](http://www.mediaandwomen.org)) jest jedną z takich organizacji.

Badania efektywności programów, które pomagają w umiejętnym korzystaniu z mediów, nie skupiały się jeszcze na seksualizacji dziewcząt i kobiet, ale badały związany z nią temat sposobu przedstawiania ciała. W jednym z badań przeprowadzonych wśród studentek college'u zauważono, że uczestniczki trzech programów alfabetyzacji medialnej były bardziej sceptyczne w stosunku do realizmu obrazów promujących szczupły ideał piękna niż kobiety z grupy kontrolnej, które nie brały udziału w programach (Irving i Berel, 2001).

W innym badaniu odkryto, że licealistki biorące udział w szkoleniach na temat alfabetyzacji medialnej w mniejszym stopniu internalizowały ideał szczupłego ciała i bardziej kwestionowały realizm obrazów niż dziewczęta z grupy kontrolnej (Irving, DuPen i Berel, 1998). Yamamiya, Cash, Melnyk, Posa-

vac i Posavac (2005) spostrzegali, że stereotypowe obrazy nie miały tak negatywnego wpływu na osoby, które wcześniej brały udział w programie dotyczącym umiejętności korzystania z mediów. Badania wskazują, że programy alfabetyzacji medialnej na temat spożywania alkoholu (np. Austin i Johnson, 1997) i przemocy w telewizji (Voojis i Van der Voort, 1993) także odnosiły skutki. Programy odnoszące się bezpośrednio do kwestii seksualizacji dziewcząt i kobiet mogą przynosić korzyści zarówno dziewczętom w wieku szkolnym, które odbierają przekazywane przez media obrazy, jak i chłopcom, którzy w wyniku oglądania tego typu obrazów mogą w inny sposób traktować dziewczęta.

## Sport

Inną strategią dla szkół jest zapewnienie dostępu do sportu i innych zajęć pozalekcyjnych, które zachęcają dziewczęta do skupienia się na możliwościach ciała, zamiast na jego wyglądzie. Mimo że uczestnictwo kobiet w sporcie może być ignorowane, seksualizowane lub wykorzystywane w sposób inny niż zamierzony, aktywność fizyczna dziewcząt może stanowić jeden z najlepszych sposobów przeciwstawienia się zjawiskom uprzedmiotowienia i seksualizacji. Aktywność fizyczna nieodłącznie wiąże się ze skoncentrowaniem na możliwościach ciała, jego działaniu, przez co daje dziewczętom możliwość rozwoju koncepcji siebie, która bazuje bardziej na tym, co potrafią, niż na tym, jak wyglądają. Uprawianie sportu przez dzieci i młodzież wiąże się z wyższym poczuciem własnej wartości (Abernathy, Webster i Vermeulen, 2002; Bonhauser i in., 2005; Crews, Lochbaum i Landers, 2004; McAuley, 1994), a związek ten może być wyjątkowo silny wśród dzieci z rodzin z kłopotami finansowymi lub dzieci z problemami psychicznymi, emocjonalnymi lub fizycznymi (Gruber, 1986). Uprawianie sportu łączy się też z większą akceptacją swojego ciała (Bissell, 2004; DiBartolo i Shaffer, 2002).

Udowodniono, że osoby uprawiające sport rzadziej zachowują się w niebezpieczny seksualnie sposób, co potwierdza fakt, iż większa akceptacja swego ciała jest powiązana ze zdrowym rozwojem seksualnym (Lehman i Koerner, 2004; Miller, Barnes, Melnick, Sabo i Farrell, 2002). Badania Lehman i Koerner wskazywały, że pośrednio wpływ na to miała większa wiara we własne możliwości dziewcząt oraz skoncentrowanie się na praktycznym działaniu ciała. Tracy i Erkut (2002) pokazały, że dodatkowo poprzez sport można ograniczyć ryzykowne zachowania seksualne dziewcząt, które dzięki aktywności mniej koncentrują się na rolach płciowych kobiet. Aktywność fizyczna może być skutecznym sposobem radzenia sobie z problemem samouprzedmiotowienia i innymi niekorzystnymi skutkami seksualizacji. Dlatego też seksualizacja kobiet i dziewcząt uprawiających sport może być wyjątkowo groźna i szkodliwa. Jeśli sport będzie kolejną dziedziną, w której uczy się, że należy skupiać się bardziej na wyglądzie niż na umiejętnościach fizycznych, dziewczęta zostaną pozbawione szansy na zdrowy rozwój i nie będą mogły w istotny sposób przeciwstawić się seksualizacji.

## Zajęcia pozaszkolne

Niektóre badania na temat ryzykownego zachowania młodzieży (np. wczesnej aktywności seksualnej i stosowania

używek) sugerują, że uczestnictwo w zajęciach pozaszkolnych i rozwijanie zainteresowań mogą chronić przed konsekwencjami takich niebezpiecznych działań (Savage i Holcomb, 1998; Shilts, 1991). Na chwilę obecną nie istnieją jednak prace dotyczące związku między udziałem w zajęciach pozaszkolnych a uprzedmiotowieniem dziewcząt czy praktykami seksualizującymi. Możliwe, że uczestnictwo w zajęciach dodatkowych, oprócz lub zamiast uprawiania sportu, chroni dziewczęta przed negatywnymi skutkami seksualizacji oraz uprzedmiotawiania dziewcząt i kobiet w mediach, w szczególności gdy zajęcia te nie utrwalają stereotypowych wzorców kobiecych ról płciowych. Zatem gdy w przyszłości prowadzone będą badania na temat wpływu zajęć pozaszkolnych na młodzież, istotne będzie rozróżnienie zajęć, które skupiają uwagę na wyglądzie, z naciskiem położonym na seksowność, atrakcyjność czy szczupłość (np. niektóre formy tańca), od tych, które wymagają innych talentów (np. kółko teatralne, orkiestra, gra na bębnach afrykańskich, taniec hip-hopowy czy taniec nowoczesny). Szkoły zapewniające różne zajęcia pozalekcyjne, w tym zajęcia zwyczajowo związane z zainteresowaniami chłopców (np. gry komputerowe i wideo), dają dziewczętom alternatywę dla form aktywności, które skupiają uwagę na pięknie, szczupłości i seksapilu.

## Wszechstronna edukacja seksualna<sup>21</sup>

Wszechstronna edukacja seksualna jest głównym sposobem, który może pomóc młodzieży w walce ze sfalszowanym obrazem dziewcząt oraz z ich seksualizacją obecną w mediach i kulturze. Mimo że zmieniają się wytyczne co do przekazywanych treści na zajęciach z edukacji seksualnej, niezmiennie pozostaje podawanie dokładnych, opartych na faktach informacji na temat rozmnażania i antykoncepcji. Omawiana jest także istotność opóźnienia inicjacji seksualnej młodych oraz kwestia umiejętności komunikacyjnych. Większość programów edukacyjnych tego typu jest skuteczna w walce ze zjawiskiem seksualizacji; wiele z nich zwraca także uwagę na wpływ mediów, rówieśników i kultury na zachowania i decyzje seksualne (SIECUS, 2004) oraz promuje pojęcie odpowiedzialności seksualnej, pod którym kryje się szacunek dla siebie oraz szczególne podkreślenie, że aktywność seksualna ma się dokonywać za obopólną zgodą partnerów i bez wykorzystywania partnera (Office of Population Affairs, 1999).

Taki rodzaj edukacji seksualnej może zapobiec negatywnym skutkom seksualizacji dziewcząt. Może także dawać inne pozytywne efekty, raczej bez negatywnych konsekwencji. Raport naczelnego lekarza wojskowego, doktora Davida Satchera (2001), o zdrowiu seksualnym i odpowiedzialnym zachowaniu seksualnym wskazuje, że wszechstronna edukacja jest najskuteczniejsza, jeśli chodzi o zapobieganie ciąży nastolatka i infekcjom przenoszonym drogą płciową. Badania wskazują również, że te programy edukacyjne nie podnoszą częstotliwości stosunków seksualnych ani liczby partnerów seksualnych, nie obniżają też wieku inicjacji seksualnej (Kirby, 2001).

<sup>21</sup> Na końcu niniejszej publikacji znajduje się artykuł autorstwa S. Grzelaka na temat profilaktyki problemów dzieci i młodzieży w zakresie przeciwdziałania skutkom seksualizacji w Polsce.



## Podejście 2:

### Działanie przez rodzinę

Rodzice oraz inni członkowie rodziny mogą pomóc dziewczętom w interpretacji seksualizujących przekazów kulturowych, łagodząc je lub przeciwdziałając ich negatywnym skutkom. Seksualizacja jest często tak wszechobecna, że wydaje się czymś normalnym i wiele dziewcząt nawet jej nie zauważa. Rodzice mogą zwrócić ich uwagę na to zjawisko, rozmawiając z nimi o mediach i innych treściach w ich otoczeniu kulturowym. Praktyki religijne oraz aktywizm społeczny i polityczny także mogą okazać się pomocne.

### Wspólne korzystanie z mediów

Wskazówki dotyczące tego, jak pokonywać potencjalne negatywne skutki korzystania z mediów (takie jak agresja i stereotypy), skupiały się zazwyczaj na rozmowie i wspólnym oglądaniu telewizji. Według tego podejścia, komentarz rodziców na temat odpowiednich i nieodpowiednich treści w oglądanych programach może zmieniać wpływ przekazu medialnego. Alfabetyzacja medialna i wspólne oglądanie telewizji były dyskutowane i badane w latach 70. i wczesnych latach 80. XX wieku, jednak ostatnio ponownie wraca się do tej kwestii. Wyniki kilku badań eksperymentalnych pokazują, że takie rodzicielskie komentarze sprzyjają komunikacji między rodzicem a dzieckiem w kwestii informacji, której źródłem są media.

W pewnym badaniu dzieci z jednej klasy szkolnej oglądały cztery urywki programów telewizyjnych przedstawiające stereotypowe role płciowe (Nathanson, Wilson, McGee i Sebastian, 2002). W jednej grupie eksperymentatorka wprowadziła komentarze zaprzeczające stereotypowym zachowaniom, w innej grupie programy nie zostały skomentowane. Wyniki pokazały, że dzieci po wysłuchaniu komentarza podsumowały program mniej korzystnie i wykazały większą akceptację nietradycyjnych ról płciowych mężczyzn, niż dzieci, które nie usłyszały takich uwag. Podobne wyniki otrzymano w pracy eksperymentalnej badającej reakcje dzieci na przemoc w mediach (Nathanson, 2004).

Badanie w warunkach naturalnych z 2003 roku także sugeruje, że rodzice mogą wpływać na sposób, w jaki dzieci interpretują treści seksualne w telewizji. R. L. Collins, Elliott, Berry, Kanouse i Hunter (2003) rozmawiali z grupą nastolatków (12–17 lat), reprezentujących populację krajową, krótko po emisji odcinka serialu „Przyjaciele”. Bohaterowie rozmawiali o złym użyciu prezerwatywy, którego skutkiem było zajście w ciążę jednej z bohaterek. Po obejrzeniu tego odcinka, jeden nastolatek na czterech uważał prezerwatywy za mniej skuteczny środek zapobiegający ciąży, niż uznał w ankiecie przeprowadzonej pół roku wcześniej. Natomiast ci, którzy podali, że rozmawiali z rodzicami o tym odcinku serialu, uznali prezerwatywy za bardziej skuteczne niż uważali wcześniej. Badania te dają nadzieję na to, że wspólne korzystanie z mediów i dyskusje dzieci z rodzicami mogą zmniejszyć negatywny wpływ oglądania zseksualizowanych obrazów.

## Religia, duchowość i medytacja

Rodzina często przekazuje dziecku pewne wartości religijne i etyczne jeszcze przed rozpoczęciem zorganizowanej nauki z tego zakresu. W tych wartościach dziewczęta mogą odnaleźć ważne praktyczne i psychologiczne alternatywy dla treści, które niesie kultura popularna. Poprzez religię i etykę rodzice mogą przekazywać informację, że inne cechy są bardziej istotne niż seksualność. Pomagają w ten sposób przeciwdziałać silnemu i powszechnemu przekonaniu, że tylko seksualność sprawia, iż dziewczęta są interesujące, pożądane czy wartościowe. **Podkreślając to, że dziewczęta mogą pozostać dziewczętami i nie muszą zbyt wcześnie rozwijać swojej seksualności, rodzice zapewniają im przestrzeń, w której mogą one rozwijać się zgodnie z naturalnym tempem.** Mimo że niektóre religie sprzeciwiają się wszechstronnej edukacji seksualnej, inne są na nią otwarte (Coyne-Beasley i Schoenbach, 2000) i nawet aktywnie włączają się w tworzenie programów edukacyjnych (np. warsztaty „Our Whole Lives” prowadzone przez Kościół Uniwersalistów Unitariańskich) (Casparian, 2000; Goldfarb, 2000; Sprung, 1999; Wilson, 1999).

Religia może też przeciwdziałać negatywnym skutkom korzystania z mediów. L. M. Ward (2004b) zauważyła, że religijność czarnoskórych nastolatków chroniła ich przed negatywnym wpływem mediów na ich poczucie wartości. Natomiast negatywne skutki częstego kontaktu z mediami zauważono tylko u mało religijnych nastolatków. Pokazała ona jednak, że religijność może być jedynie zastępczą zmienną, opisującą zaangażowanie osób czarnoskórych w swoją wspólnotę, podczas gdy faktycznym czynnikiem zapobiegającym negatywnym wpływom była sieć kontaktów społecznych.

Poza zorganizowaną religijnością, w przeciwstawieniu się seksualizacji może być pomocna także szerszej rozumiana duchowość lub osobiste praktyki duchowe. Wiele Afroameykanek przyznaje, że modlitwy i duchowość pomagają im zmagać się z rasizmem i seksizmem (Shorter-Gooden, 2004) lub dojsć do siebie po doświadczeniach seksualnej przemocy, wyniesionych z dzieciństwa (Bryant-Davis, 2005). Dla wielu dziewcząt wywodzących się z różnych grup etnicznych duchowość może stanowić środek obronny przed niektórymi skutkami uprzedmiotowienia i seksualizacji.

Ponadto pokazano, że praktyki medytacyjne popularne w wielu tradycjach duchowych oraz świadome praktykowanie technik skupiających się na ciele (takich jak joga, tai chi czy qigong) korzystnie wpływają na zdrowie psychiczne i fizyczne, w tym pomagają w zrozumieniu i akceptacji siebie oraz uzyskaniu dobrego samopoczucia (Walsh i Shapiro, 2006). Co więcej, praktyki te zwykle pomagają w osiągnięciu spokoju i skupionej świadomości, uczuć, które nie pojawiają się w przypadku samouprzedmiotowienia. Mimo że niektóre rodzaje medytacji zakładają bezstronną obserwację siebie (np. swojego oddechu czy ruchów ciała), mają one wartość introspektywną. Stanowi to znaczny kontrast dla samouprzedmiotowienia, które wywodzi się z ciągłego wyobrażania sobie, jak się wygląda lub jak jest się postrzeganym przez obserwatora z zewnątrz.

Te wnioski znajdują potwierdzenie w ostatnich badaniach, które porównują 3 grupy: osoby ćwiczące jogę, aerobik i osoby,

które nie uprawiają sportu (Daubmier, 2005). Osoby ćwiczące jogę cechował mniejszy stopień samouprzedmiotowienia niż osoby z dwóch pozostałych grup. Miały one też większą świadomość własnego ciała i były z niego bardziej zadowolone. Sugeruje to, że regularne ćwiczenie przez dziewczęta medytacji lub innych praktyk może je chronić przed samouprzedmiotowaniem.

## Czynna postawa rodziców i rodzin

Działania rodziców i rodzin mogą mieć istotne znaczenie w walce z seksualizującym otoczeniem dziewcząt. W odpowiedzi na akcję pisania listów w maju 2006 r., zainicjowaną przez Campaign for a Commercial-Free Childhood<sup>22</sup> ([www.commercialexploitation.org](http://www.commercialexploitation.org)) oraz Dads and Daughters<sup>23</sup> ([www.dadsanddaughters.org](http://www.dadsanddaughters.org)), Hasbro wycofało planowaną serię lalek wzorowanych na Pussycat Dolls, grupie muzycznej znanej ze swych zseksualizowanych tekstów i choreografii (Goldiner, 2006). 12 lat wcześniej akcja pisania listów zainicjowana przez pewną kobietę przekonała Hyundai do tego, by nie zamieszczać reklamy w corocznym wydaniu „Sports Illustrated”, w którym przedstawiane są stroje kąpielowe (Horovitz, 1993). Istnieje nadzieja, że skoncentrowane i ciągłe naciski na firmy propagujące zseksualizowany obraz kobiet przyniosą kolejne sukcesy.

### Podejście 3:

## Praca z dziewczętami i grupami dziewcząt – sprzeciw wobec zjawiska seksualizacji

### Media alternatywne

Innym sposobem na zminimalizowanie zjawiska seksualizacji oraz jej wpływu jest zachęcanie dziewcząt do aktywnego wypowiedziania się i rozwijania własnych alternatyw dla mediów. Czołowym przykładem takiego podejścia są ziny (tworzone w domu czasopisma, publikowane w formie papierowej lub w Internecie), blogi (dzienniki pisane w Internecie) oraz feministyczne czasopisma, książki i strony internetowe. Jedną z największych zalet takich środków przekazu jest to, że uczą one dziewczęta dokonywania krytycznej analizy seksualizujących obrazów przedstawianych przez społeczeństwo i korporacje.

W kilku badaniach analizowano sposób mówienia o ciele w ziniach. Ogle i Thornburg (2003) przeprowadziły analizę treści związanych z ciałem w „Girl Zone” ([www.girlzone.com](http://www.girlzone.com)), zini, który nie jest tworzony przez dziewczęta, ale często przez nie czytany. Wyodrębniono trzy tematy: obawy dziewcząt i ich doświadczenia związane ze zmieniającym się ciałem (np. proces dojrzewania), dekonstrukcja i krytyka obrazów związa-

nych z ciałem, przedstawianych w głównych mediach i akceptowanych społecznie oraz omówienie tego, jak dawać sobie radę z presją społeczną związaną z ciałem i wyglądem. Schilt (2003) przeanalizowała 33 ziny pisane przez dziewczęta, aby zrozumieć jak używają one tego środka przekazu do odkrywania, budowania i przeżywania swojego życia. Autorka pokazała, że ziny oferują antidotum na oparte na konsumpcji strategię zdobywania władzy (np. kupowanie koszulek z napisem „girl power”), które nie zachęcają dziewcząt do wyrażania własnych opinii i wzorców. Dziewczęta, które tworzą ziny, zamiast kupować ubrania itp., stają się twórcami, a nie konsumentami, przez co mogą bardziej krytycznie podchodzić do otaczającej ich kultury.

Strony internetowe (w tym blogi), które przedstawiają różne tematy i perspektywy, są dynamicznie rozwijającą się formą komunikacji między nastoletnimi i dorosłymi użytkownikami komputerów. Strony zarówno tworzone przez dorosłych, jak i nastolatków, mogą być dla dziewcząt alternatywą dla tego, co widzą w głównych mediach. Mogą też pokazać im, jak przeciwstawiać się seksualizacji, rozpoznając uprzedmiotawiające procesy kulturowe. Dostarczają im też narzędzi językowych i wsparcia dla wyrażania uczuć związanych z uprzedmiotowaniem i seksualizacją (np. złości, wstydu). W Dodatku, na końcu raportu, przedstawiamy listę stron internetowych wyraźnie krytykujących media. Są skierowane do różnych grup dziewcząt (np. dziewcząt z danych grup etnicznych i rasowych) i ukazują konkretne formy uprzedmiotawiania oraz seksualizacji, którym poddane są te grupy<sup>23a</sup>.

Strony internetowe o dziewczętach i dla dziewcząt bywają jednak bardzo różne. Na niektórych stronach o nazwach sugerujących, że są przyjazne dziewczętom, mogą być prezentowane pewne aspekty seksualizacji i uprzedmiotowania, wpisane w treść reklam i strony. Internet ma ogromny potencjał do tego, by zachęcać dziewczęta do analizowania kultury, odkrywania przekazów kulturowych i rozwijania czynnej postawy, jednak trzeba do niego podchodzić tak samo krytycznie jak do innych mediów.

Trzecią formą alternatywy dla mediów są czasopisma, książki i filmy tworzone przez feministki i organizacje feministyczne. W ostatnich latach pojawia się coraz więcej czasopism dla dziewcząt, młodych kobiet i ludzi w różnym wieku, które mocno krytykują seksualizację, uprzedmiotowanie oraz społeczne i ekonomiczne zjawiska napędzające te praktyki. Niektóre z nich nie tylko mówią o dziewczętach, ale także są pisane przy współpracy z nimi. Celem tych publikacji jest rozwijanie u dziewcząt krytycznych i alternatywnych sposobów na odnoszenie się do ciała swojego oraz innych kobiet, a także podkreślenie tego, że nie są tylko obiektami seksualnymi, jak przedstawia to większość mediów. Magazyn „Teen Voices”, redagowany przez organizację non-profit Women Express, jest, obok „New Moon Magazine”, jednym z takich wydawnictw.

Książki takie jak *Adios Barbie: Young Women Write About Body and Identity* (Żegnaj, Barbie: Młode kobiety piszą o ciele i tożsamości) (Edut, 1998) i *Body Outlaws: Rewriting the Rules of Beauty* (Wyjęci spod prawa z powodu ciała: zmieniając zasady piękna) (Edut, 2003) dostarczają dziewczętom informacje i dają

22 Campaign for a Commercial-Free Childhood – organizacja mająca na celu ograniczenie wpływu kultury komercyjnej na dzieci (przyp. tłum.).

23 Dads and Daughters – organizacja mająca na celu walkę z negatywnymi stereotypami przedstawianymi w mediach, które dotyczą relacji ojców i ich córek (przyp. tłum.).

23a W polskim wydaniu raportu pominięto w tym miejscu fragment zawierający adresy stron internetowych, które obecnie nie są już aktywne.

alternatywne spojrzenie na ich ciało oraz pokazują, jak inni przezwytyczali różne formy seksualizacji oraz uprzedmiotowienia. Dostępne są także niezależne filmy na temat seksualizacji i uprzedmiotowienia w mediach (np. *Dreamworlds*, *Delikatnie nas zabijają [Killing Us Softly]<sup>24</sup> 2 i 3* oraz *The Strength to Resist*) oraz w innych kontekstach, takich jak szkoła, bieda i ciąża (np. *Desire, Four Girls*).

### Aktywizm i sprzeciw

Dziewczęta mogą działać i działają w swoich grupach w sposób jawny i widoczny, by protestować przeciw seksualizacji i by rozwinąć krytyczny punkt widzenia na to, jak dokonuje się seksualizacja kobiet i dziewcząt. Kilka ruchów politycznych i grup aktywistycznych (feministycznych) wspiera młode kobiety, wyrażające swoje odczucia w tych kwestiach, rozwija krytyczne patrzenie i działa w sferze publicznej, dążąc do wprowadzenia zmian społecznych. Wiele z tych ruchów działa lokalnie (np. *Hardy Girls Healthy Woman* i *Mainely Girls* działający w Maine), w niektórych liderkami są starsze dziewczęta i młode kobiety (np. *Center for Young Women's Development* w San Francisco).

Organizacje nie tylko pracują lokalnie wśród dziewcząt, ale udostępniają także (głównie poprzez strony internetowe) opisy działań, które mogą być wykorzystane przez inne grupy (np. pisanie i wystawianie sztuk, organizacja kiermaszów oraz rozwijanie nowych form aktywności, dzięki którym dziewczęta i kobiety mogą wspólnie pracować, by wprowadzać konkretne zmiany społeczne i polityczne). Celem tych akcji jest zazwyczaj sprzeciwianie się uprzedmiotowieniu i seksualizacji oraz pomoc dziewczętom w odnalezieniu i wzmocnieniu cech, które zaowocują mniejszym uprzedmiotowieniem i seksualizacją.

Jednym z ostatnich przykładów takiego działania jest akcja grupy 13–16-latek, protestujących przeciw koszulkom firmy Abercrombie and Fitch (A&F) z uprzedmiotawiającymi sloganami takimi jak np.: „Komu potrzebny mózg, gdy ma się to?”. We współpracy Women and Girls Foundation of Southwestern Pennsylvania, dziewczęta zaczęły *girlcott* A&F, który przyciągnął uwagę dzienników o zasięgu krajowym. Ostatecznie marka A&F wycofała koszulki ze sklepów („Racy T-Shirt Messages Drawing Girls' Backlash” [Rasistowskie treści na koszulkach wywołują gwałtowny sprzeciw dziewcząt], 2005). Youth With Vision, grupa młodzieżowa z Kansas City, przeanalizowała nadruki na koszulkach sprzedawanych w lokalnych sklepach (Uhlenhuth, 2006). Przeprowadzili konferencję prasową, by przedstawić swą „Ścianę Wstydu” – przykłady koszulek poniżających dziewczęta, mówiących o nich jako o „puszczalskich” i złych oraz o wiele mniejszą „Ścianę Sławy” – z kilkoma przykładami pozytywnych nadruków, które odnaleźli w trakcie badań. Zostały one przedstawione w programie Today Show (11.05.2006), w którym grupa opowiadała o swojej działalności i pragnieniu, by sklepy oferowały im lepszy wybór produktów.

24 Film dostępny w polskiej wersji językowej (przyp. tłum.).

25 Gra słów z wyrazem boycott. Ich hasło brzmiało: „Bojkot znaczy mówić nie, girlcott znaczy mówić tak” (przyp. tłum.).

Kilka prac badało, jak dziewczęta o innym kolorze skóry niż biała skutecznie opierają się powszechnym sposobom pojmowania kobiecej seksualności, kobiecości i piękna. Najistotniejsze dla wielu z tych badań są feministyczne teorie, rozwinięte przez kobiety i dla kobiet o innym kolorze skóry niż biała. Przykładowo Hill Collins (2000; patrz też Spillers, 1992) zaobserwowała znaczenie ustnej tradycji czarnoskórych kobiet, pozwalającej im, by zachowywały się w sposób „nieparlamentarny, hałaśliwy, lekceważący”, który wzmacnia sprzeciw w stosunku do prześladowania, w tym też do uprzedmiotawiania, oraz sprawia, że potrafią się temu przeciwstawić. J. Ward (2002) badała tradycję afroamerykańskich rodziców, aktywnie wychowujących dzieci tak, by umiały zauważyć i opierać się rasizmowi. W jednej z opisanych przez nią strategii czarnoskórzy rodzice uczą dzieci i nastolatki, że należy uznawać kulturę, w której żyją, za białą kulturę, a zatem należy ją krytykować.

Czarnoskóre kobiety często odrzucają europejskie ideały piękna jako niestosowne kulturowo i często czują się lepiej w swoim ciele niż białe kobiety (Duke, 2000; Milkie, 1999; Nichter, 2000). Badanie dziewięciu dziewcząt latynoskich z 7. klasy pokazało, że mimo iż nauczyciele postrzegali Portorykanki w sposób zseksualizowany (np. jako „hiperseksualne”) i uważali, że nie są zainteresowane nauką, dziewczęta często sprzeciwiały się tym etykietkom i stereotypom (Rolón-Dow, 2004). Przeciwstawiły się na przykład opinii, że dobre uczennice nie interesują się chłopcami i nie noszą seksownych ubrań. Nie tolerowały molestowania seksualnego, zgłaszały takie przypadki władzom szkoły lub same biły chłopców, gdy takie zdarzenia miały miejsce. Faulkner (2003) przeprowadziła badanie w grupie 30 latynoskich nastolatek i kobiet (18–36 lat) i odkryła, że wiele z nich odrzuca kulturowe nakazy macierzyństwa i dziewictwa, że złości je seksizm, brak informacji na temat seksualności i stereotypowe traktowanie. Podkreślały też, że mają prawo być religijne i zarazem aktywne seksualnie.

### Grupy wzmacniające wiarę dziewcząt we własne siły

Istnieje rosnąca tendencja, zarówno lokalnie, jak i w skali całego kraju, do tworzenia tzw. „grup wzmacniających wiarę dziewcząt we własne siły” (*girl empowerment groups*). Mają one na celu wspieranie dziewcząt w różny sposób: pomagając w odkryciu tego, czego pragną; ucząc je, jak wprowadzać zmiany społeczne, zwłaszcza w ich społecznościach; budując ich zdolności przywódcze oraz aranżując kontakty dziewcząt z mentorkami. Grupy te, takie jak GENaustin, Girls' Empowerment Network czy Girlsforachange, działają w całym kraju. Kilka skupia się wyraźnie na tym, jak dziewczęta odnoszą się do współzawodnictwa sportowego i zdrowia. Przykładowo GirlSport, program amerykańskich skautek, zapewnia dziewczętom dostęp do różnych rodzajów aktywności fizycznej. Jednym z celów programu jest nauczenie dziewcząt czerpania przyjemności ze sportu, podniesienie ich poczucia własnej wartości, rozbudzenie chęci współzawodnictwa i dokonywania osiągnięć oraz zachęcenie dziewcząt do uprawiania sportu przez całe życie.



Opinie co do tego, w jaki sposób umocnić wiarę dziewcząt w ich własne siły, mogą się różnić w zależności od organizacji i ich liderów. Niektóre grupy tworzą program czy zajęcia mające na celu zachęcenie do rozwijania u dziewcząt krytycznego myślenia w kwestii traktowania dziewcząt i kobiet, w tym uprzedmiotowienia i seksualizacji, jednak wiele grup zamiast tego woli skupić się na innych obszarach (np. współpraca z mentorem czy rozwijanie zdolności przedsiębiorczych).

Ponadto w celu efektywnej pracy z dziewczętami, dorosłe kobiety przewodniczące tym grupom musiały stawić czoła własnym doświadczeniom seksualizacji oraz innym formom prześladowań, których doznały (Taylor, Gilligan i Sullivan, 1995). Jeden z doradców napisał, że grupy umacniania wiary we własne siły dla dziewcząt afroamerykańskich muszą być prowadzone przez Afroamerykanki, aby pomóc dziewczętom działać przez pryzmat ich dziedzictwa walki z wielorakimi formami prześladowania (Holcomb-McCoy, 2005).

## Podsumowanie możliwości i sposobów przeciwdziałania wpływom seksualizacji

Dziewczęta, chłopcy i osoby, które ich wspierają, mogą działać w różnych miejscach w celu przeciwdziałania seksualizującej kulturze. Szkoły zaczynają uznawać wagę nauki korzystania z mediów. Programy alfabetyzacji medialnej uczą dziewczęta krytykowania i rozumienia znaczenia seksualizujących obrazów w mediach, istnieje więc nadzieja, że dziewczęta będą lepiej przed nimi chronione. Wszechstronna edukacja seksualna może także poświęcać uwagę seksualizującym mediom, kulturze i rówieśnikom oraz sprzeciwiać się wpływom tych przekazów, ucząc dziewczęta i chłopców, jak ważna jest autonomia i wzajemny szacunek w relacjach seksualnych.

Co więcej, szkoły które zapewniają zajęcia pozalekcyjne, w tym zajęcia sportowe, pomagające dziewczętom rozwijać wiarę we własne ciało, mogą także chronić dziewczęta przed wpływami seksualizacji. Rodzice i inni dorośli mogą przez wspólne oglądanie telewizji i dyskusje z dziećmi pomóc młodym umysłom w krytyczny sposób myśleć o tym, co widzą. Mogą także wpłynąć na młodzież, dbając o ich rozwój duchowy i moralny. Wiele magazynów internetowych, alternatywnych czasopism dla dziewcząt, książek i filmów stworzonych przez organizacje feministyczne i kobiece zachęca dziewczęta do tworzenia własnego, alternatywnego sposobu patrzenia na seksualizującą kulturę. Dziewczęta o innym kolorze skóry niż białą stawiały w przeszłości opór szkodliwym obrazom wytworzonym przez popkulturę. Badanie korzeni tego sprzeciwu może prowadzić do wypracowania nowych działań i podejść do zwalczania skutków seksualizacji. Same dziewczęta mogą przeciwstawiać się seksualizacji, tak jak zrobiły to dziewczęta protestujące przeciwko koszulkom A&F. Poparcie takich starań może pochodzić od grup dziewczęcych, szkół, rodzin, instytucji religijnych, a zwłaszcza od samych dziewcząt.

## ZALECENIA

### I. Badania

*Na podstawie rzetelnych badań przeanalizowano skutki, jakie pociąga za sobą uprzedmiotowiony obraz ciała i oglądanie takiego obrazu w mediach. Wiele prac skupiało się na kobietach. Istnieje potrzeba dalszych badań, które dotyczyłyby dziewcząt. Ponadto wymagana jest bardziej kompetentna kulturowo i skoncentrowana na badanym problemie analiza na temat zjawiska seksualizacji dziewcząt. Chodzi o badania, które ukazały krótko- i długotrwały negatywny wpływ oglądania i słuchania seksualizujących treści oraz zaakceptowania seksualności jako sposobu zdobywania władzy, a także przeanalizują alternatywne obrazy dziewczęcości, seksualności i władzy. Zalecamy, aby psychologowie prowadzili badania w celu:*

- Przedstawienia częstotliwości występowania zjawiska seksualizacji, zwłaszcza seksualizacji dziewcząt, i zbadania, czy to zjawisko się rozszerza.
- Zbadania i uświadomienia okoliczności, w jakich zachodzi seksualizacja dziewcząt, oraz zidentyfikowania czynników związanych z mediami oraz produktami, które bądź przyczyniają się do seksualizacji dziewcząt, bądź jej przeciwdziałają.
- Zbadania występowania lub niewystępowania seksualizacji dziewcząt i kobiet we wszystkich środkach przekazu, zwłaszcza w filmach, teledyskach, tekstach piosenek, grach komputerowych, książkach, na blogach i stronach internetowych. Potrzebne są zwłaszcza badania dotyczące tego, w jakim stopniu dziewczęta są przedstawione w sposób seksualizujący i uprzedmiotawiający oraz czy stopień ten wzrasta wraz z upływem czasu. Ponadto ważne jest, by badania te skupiły się na seksualizacji, a nie na szerzej pojętej seksualności lub innych pojęciach, takich jak stereotypy ról płciowych.
- Opisania wpływu seksualizacji na dziewczęta. Zarówno krótko- jak i długotrwałych skutków oglądania oraz popierania seksualnie uprzedmiotawiających obrazów, tego, jak skutki te wpływają na rozwój dziewcząt, na ich poczucie własnej wartości, przyjaźnie oraz relacje intymne, pojęcia dotyczące kobiecości, obraz ciała, zdrowie fizyczne, psychiczne i seksualne, satysfakcję z seksu, chęć poddania się operacjom plastycznym, czynniki ryzyka wczesnej ciąży, aborcje oraz infekcje przenoszone drogą płciową, podejście do kobiet, innych dziewcząt, chłopców i mężczyzn, a także aspiracje naukowe i późniejszy sukces zawodowy.
- Zbadania kwestii „kompresji wieku” („udoraślania” dziewczynek i „odmładzania” dorosłych kobiet), w tym jej powszechności, wpływu na samopoczucie emocjonalne kobiet i dziewcząt oraz wpływu na ich zachowanie.



- Zbadania różnic w przedstawianiu zseksualizowanych obrazów i wpływu tych obrazów na dziewczęta o innym kolorze skóry niż biały, lesbijki, dziewczęta biseksualne, transgenderowe i niepewne swej orientacji płciowej, dziewczęta o różnym pochodzeniu i z różnych kultur, różnych religii, dziewczęta niepełnosprawne oraz dziewczęta z wszystkich grup socjoekonomicznych.
- Znalezienia alternatyw medialnych (w tym reklamy) i marketingowych dla zseksualizowanych obrazów dziewcząt, takich jak np. pozytywne przedstawienie seksualności.
- Znalezienia efektywnych, odpowiednich dla danej kultury czynników ochronnych (np. pomoc dziewczętom w rozwinięciu nieuprzedmiotowionego modelu normalnego, zdrowego rozwoju seksualnego i przedstawianie go za pośrednictwem szkoły i innych programów).
- Oceny skuteczności programów i działań promujących pozytywne alternatywy dla seksualizacji dziewcząt oraz oceny różnych podejść do problemu seksualizacji dziewcząt. Szczególna uwaga powinna zostać poświęcona programom i działaniom skierowanym do rodzin, osób indywidualnych, szkół i/lub działaniom na poziomie lokalnych społeczności.
- Zbadania związku między seksualizacją dziewcząt i problemami społecznymi, takimi jak wykorzystywanie seksualne, pornografia i prostytutka dziecięca oraz handel dziewczętami. Badania nad potencjalnymi związkami między seksualizacją dziewcząt i ich wykorzystywaniem seksualnym właściwie nie istnieją, a potrzeba ich przeprowadzenia jest nagła.
- Zbadania relacji między kwestiami międzynarodowymi, takimi jak imigracja i globalizacja, a seksualizacją dziewcząt na świecie. Udokumentowania globalnego rozpowszechnienia seksualizacji dziewcząt i rodzajów seksualizacji, występujących w różnych państwach czy regionach oraz regionalnych różnic w skutkach seksualizacji. Należy dokonać oceny skutków seksualizacji dziewcząt z rodzin imigrantów oraz ustalić, czy skutki te są łagodzone przez czynniki, takie jak kraj pochodzenia, wiek w jakim nastąpiła imigracja, oraz poziom akulturacji.
- Przeprowadzenia kontrolowanych badań nad skutecznością bezpośredniej pracy z dziewczętami i z grupami dziewcząt, które zajmują się kwestiami związanymi z seksualizacją dziewcząt, oraz nad skutecznością innych programów prewencyjnych/interwencyjnych.
- Badacze zajmujący się powiązanymi z seksualizacją tematami (np. atrakcyjność fizyczna, świadomość ciała czy akceptacja ideału szczupłości) powinni w swoich badaniach wziąć pod uwagę wpływ tego zjawiska.

## II. Praktyka

*Psycholodzy praktycy mogą oddać cenną przysługę, podnosząc świadomość dziewcząt, chłopców, kobiet i mężczyzn na temat tego, że seksualizacja negatywnie wpływa na dziewczęta. Praktyków zachęca się, by indywidualnie oraz we współpracy z innymi zajmowali się tematem seksualizacji dziewcząt. Zalecamy:*

- By APA sporządziło *Raport grupy roboczej zajmującej się seksualizacją dziewcząt* dostępny dla psychologów pracujących z dziećmi i nastolatkami w celu przybliżenia im informacji i materiałów istotnych dla kwestii seksualizacji i uprzedmiotawiającego zachowania dziewcząt.
- By APA sporządziło *Raport grupy roboczej zajmującej się seksualizacją dziewcząt*, dostępny dla praktykujących psychologów, który będzie źródłem informacji na temat wspierania dziewcząt w rozwijaniu umiejętności potrzebnych do stawania w swojej obronie i sprzeciwiania się niekorzystnym przekazom, biorąc pod uwagę wpływ rodziny i innych relacji.

## III. Edukacja i szkolenia

*Edukacja i szkolenia skupiające się na częstotliwości i wpływie seksualizacji dziewcząt są potrzebne na wszystkich poziomach kształcenia psychologów, by podnieść świadomość dotyczącą tych istotnych kwestii w dziedzinie psychologii oraz wśród psychologów. Zalecamy:*

- By APA rozpowszechniało informacje na temat *Raportu grupy roboczej zajmującej się seksualizacją dziewcząt* wśród nauczycieli gimnazjów i liceów oraz na poziomie akademickim, a także w katedrach wśród absolwentów wydziałów psychologii.
- By informacje z raportu były brane pod uwagę przez grupy odpowiedzialne za poprawki wnoszone w przyszłości do krajowych standardów dla programów nauczania psychologii w szkołach średnich (*National Standards for High School Psychology Curricula*) oraz do wskazówek dotyczących treści nauczania psychologii na poziomie uniwersyteckim (*Guidelines on the Undergraduate Psychology Major*).
- By katedry psychologii oraz innych kierunków, na których pracują psycholodzy, były zachęcane do uwzględniania informacji z raportu w miarę rozwijania programów nauczania w ramach swoich dziedzin oraz do pomocy w rozpowszechnianiu raportu.
- By informacje z raportu były, we współpracy z biurem APA ds. Ciągłej Edukacji w Psychologii (APA's Continuing Education in Psychology Office), uwzględnione w programach ustawicznego kształcenia oraz w programie nauczania przez Internet.

- By Komisja Etyczna i Biuro Etyczne APA zastosowało ten raport w działaniach na rzecz rozwijania edukacji etycznej oraz materiałów szkoleniowych dla psychologów, a także udostępniło go grupie odpowiedzialnej za następną rewizję „Etycznych zasad psychologii i kodeksu postępowania” APA („Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct”).

## IV. Polityka publiczna

Zachęca się APA, by we współpracy z innymi organizacjami oraz poprzez wspieranie innych działań broniło i w większym stopniu sprzyjało oraz popierało działania, mające na celu zrozumienie natury zjawiska seksualizacji dziewcząt oraz jego wpływu. Zachęca się też, by APA stworzyło i wprowadziło odpowiednie strategie, mające na celu walkę z seksualizacją jako poważnym problemem społecznym. Zalecamy:

- By APA wspierało finansowanie badań potrzebnych w dziedzinach wspomnianych powyżej.
- By APA wspierało finansowanie tworzenia i wdrażania przez instytucje publiczne i organizacje prywatne programów alfabetyzacji medialnej, w tym programów dotyczących mediów interaktywnych, w szkołach, które starają się walczyć z seksualizacją i uprzedmiotawianiem.
- By APA wspierało włączenie informacji o seksualizacji i uprzedmiotowieniu do programów zdrowotnych i innych powiązanych z nimi programów, w tym do wszechstronnej edukacji seksualnej i innych programów edukacji seksualnej.
- By APA zachęcało agencje federalne do wspierania rozwoju programów, które mogą przeciwdziałać przedstawianiu szkodliwego obrazu dziewcząt. Zachęca też do weryfikowania skuteczności tych programów – chodzi o publikowanie zinnów w Internecie, organizowanie zajęć pozalekcyjnych (takich jak sport) oraz programów pomagających dziewczętom poczuć się silnymi inaczej niż przez seksowny wygląd.
- By APA współpracowało z Kongresem oraz innymi odpowiednimi agencjami federalnymi i biznesem w celu zmniejszenia wykorzystywania zseksualizowanych obrazów dziewcząt we wszystkich rodzajach mediów i produktów.

## V. Świadomość społeczna

Grupa robocza daje następujące zalecenia w celu podniesienia świadomości społecznej w tej istotnej kwestii, jaką jest seksualizacja dziewcząt. Osiągnięcie tego celu będzie wymagało wszechstronnego wysiłku, podjętego przez całe wspólnoty i ich członków. Uczestnikami tych działań będą rodzice i inni opie-

*kunowie, nauczyciele, młodzi ludzie, organizacje lokalne oraz religijne, media, twórcy reklam, specjaliści od marketingu i producenci. Potrzebne będą strategie, które pomogą w nawiązaniu współpracy między członkami społeczności. Jeśli cel podniesienia świadomości społecznej nie zostanie osiągnięty, założone cele raportu zostaną znacznie ograniczone. Zalecamy:*

- By APA szukało środków zewnętrznych do finansowego wspierania rozwoju i wprowadzania w życie inicjatyw poświęconych poruszonym w tym raporcie kwestiom oraz by znalazło zewnętrznych partnerów do współpracy w realizacji tych celów. Długoterminowe cele współpracy z partnerami powinny obejmować:
  - Tworzenie dostosowanych do wieku materiałów do nauki, przedstawiających różnych kulturowo i etnicznie młodych ludzi (chłopców i dziewczęta); materiałów przeznaczonych dla rodziców, nauczycieli, osób zajmujących się opieką zdrowotną oraz organizacji działających lokalnie, które będą dostępne w języku angielskim oraz w innych językach i pomogą w prowadzeniu skutecznych rozmów na temat seksualizacji dziewcząt oraz jej wpływów na dziewczęta i chłopców, kobiety i mężczyzn.
  - Organizację konferencji dla reprezentantów mediów oraz dyskusji wiodących ekspertów w tej dziedzinie – by zbadać i przedyskutować (a) seksualizację dziewcząt w Stanach Zjednoczonych, (b) wyniki badań tego raportu i (c) strategie podnoszące świadomość w tej kwestii i zmniejszające ilość negatywnych obrazów dziewcząt przedstawianych w mediach.
  - Stworzenie medialnych nagród za przedstawienie pozytywnych obrazów dziewcząt jako silnych, kompetentnych i niezseksualizowanych (np. najlepsze przedstawienie dziewcząt w mediach, najlepsza zabawka).
  - Organizację konferencji z udziałem partnerów biznesowych, w tym przedstawicieli mediów, reklamodawców, specjalistów od marketingu i producentów, aby przedyskutować pokazywanie zseksualizowanych obrazów i jego potencjalny negatywny wpływ na dziewczęta. Ma to też na celu rozwinięcie kontaktów z przedstawicielami mediów, aby nakierowywać ich na prezentowanie treści odpowiednich dla różnych stopni rozwoju dzieci, a także na treści i programy przedstawiające dziewczęta w pozytywny sposób.
- By personel szkolny, rodzice i inni opiekunowie, lokalne organizacje młodych ludzi i rodziców, a także organizacje skupiające lokalnych przedsiębiorców i usługodawców, popierali twórcze zajęcia pozaszkolne, które pomagają młodym osobom budować przyjazne związki z rówieśnikami i zwiększają poczucie własnej wartości, które będą się opierać bardziej na możliwościach i charakterze młodych ludzi niż na ich wyglądzie.



## BIBLIOGRAFIA

- Abbey, A. (1982). *Sex differences in attributions for friendly behavior: Do males misperceive females' friendliness?* „Journal of Personality and Social Psychology”, 42, 830-838.
- Abbey, A. (1987). *Misperceptions of friendly behavior as sexual interest: A survey of naturally occurring incidents.* „Psychology of Women Quarterly”, 11, 173-194.
- Abernathy, T. J., Webster, G., Vermeulen, M. (2002). *Relationship between poverty and health among adolescents.* „Adolescence”, 37, 55-67.
- Abramson, E., Valene, P. (1991). *Media use, dietary restraint, bulimia, and attitudes toward obesity: A preliminary study.* „British Review of Bulimia and Anorexia Nervosa”, 5, 73-76.
- Ackard, D., Kearney-Cooke, A., Peterson, C. (2000). *Effect of body image and self-image on women's sexual behaviors.* „International Journal of Eating Disorders”, 28, 422-429.
- Ackman, D. (25.02.2006). *Not child's play: Winning in the toy game is serious business.* „The Wall Street Journal”, 12. Dostęp: 18.04.2006, [www.proquest.umi.com](http://www.proquest.umi.com)
- Adelson, J. (1980). *Handbook of adolescent psychology.* New York: Wiley.
- Adler, P. A., Kless, S. J., Adler, P. (1992). *Socialization to gender roles: Popularity among elementary school boys and girls.* „Sociology of Education”, 65, 169-187.
- Akima, A. (2003). *Gender stereotypes in Japanese television advertisements.* „Sex Roles”, 49 (1/2), 81-90.
- Allen, M., D'Alessio, D., Brezgel, K. (1995). *A metaanalysis summarizing the effects of pornography: II. Aggression after exposure.* „Human Communication Research”, 22, 258-283.
- Allen, M., D'Alessio, D., Emmers-Sommer, T. M. (2000). *Reactions of criminal sexual offenders to pornography: A meta-analytic summary.* [W:] M. Roloff (red.), *Communication Yearbook 22* (139-169). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Allen, M., Emmers, T. M., Gebhardt, L., Giery, M. (1995). *Exposure to pornography and acceptance of rape myths.* „Journal of Communication”, 45, 5-26.
- Amateur Athletic Foundation of Los Angeles. (2001). *Children and sport media.* Los Angeles: Author.
- American Association of University Women. (2001). *Hostile-always: Bullying, teasing, and sexual harassment in school.* Washington, DC: American Association of University Women Educational Foundation. Dostęp w Internecie: [www.eric.ed.gov/PDFS/ED454132.pdf](http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED454132.pdf)
- American Society of Plastic Surgeons. (2006a). *2005 cosmetic surgery age distributions 18 or younger.* Dostęp: 5.09.2006, [www.plasticsurgery.org/public\\_education/loader.cfm?url=/commonspot/security/getfile.cfm&PageID=17849](http://www.plasticsurgery.org/public_education/loader.cfm?url=/commonspot/security/getfile.cfm&PageID=17849)
- American Society of Plastic Surgeons. (2006b). *2006 cosmetic surgery age distribution: 19-34 and 35-50.* Dostęp: 8.09.2006, [www.plasticsurgery.org/public\\_education/loader.cfm?url=/commonspot/security/getfile.cfm&PageID=17850](http://www.plasticsurgery.org/public_education/loader.cfm?url=/commonspot/security/getfile.cfm&PageID=17850)
- American Society of Plastic Surgeons. (2006c). *2000, 2004, 2005 national plastic surgery statistics: Cosmetic and reconstructive procedure trends.* Dostęp: 8.08.2006, [www.plasticsurgery.org/public\\_education/loader.cfm?url=/commonspot/security/getfile.cfm&PageID=17870](http://www.plasticsurgery.org/public_education/loader.cfm?url=/commonspot/security/getfile.cfm&PageID=17870)
- America's next top model. (5.01.2007). [W:] Wikipedia, *The Free Encyclopedia.* Dostęp: 5.01.2007, [http://en.wikipedia.org/wiki/America%27s\\_Next\\_Top\\_Model#About\\_The\\_Show](http://en.wikipedia.org/wiki/America%27s_Next_Top_Model#About_The_Show) on August 1, 2006
- Andrews, B. (1995). *Bodily shame as a mediator between abusive experiences and depression.* „Journal of Abnormal Psychology”, 104, 277-285.
- Andsager, J. L., Roe, K. (1999). *Country music video in country's year of the woman.* „Journal of Communication”, 49, 69-82.
- Andsager, J., Roe, K. (2003). *“What's your definition of dirty, baby?”: Sex in music videos.* „Sexuality & Culture: An Interdisciplinary Quarterly”, 7(3), 79-97.
- Angelone, D. J., Hirschman, R., Suniga, S., Armey, M., Armelie, A. (2005). *The influence of peer interactions on sexually oriented joke telling.* „Sex Roles”, 52, 187-199.
- Arber, S., Ginn, J. (1991). *Gender and later life: A sociological analysis of resources and constraints.* London: Sage.
- Arnett, J. J. (2000). *Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties.* „American Psychologist”, 55, 469-480.
- Arnett, J. J. (2002). *The sounds of sex: Sex in teens' music and music videos.* [W:] J. Brown, K. Walsh-Childers, J. Steele (red.), *Sexual teens, sexual media* (s. 253-264). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Atkin, C. (1982). *Television advertising and socialization of consumer roles.* [W:] D. Pearl (red.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (191-200). Rockville, MD: National Institute of Mental Health.
- Austin, E. W., Johnson, K. K. (1997). *Effects of general and alcohol-specific media literacy training on children's decision making about alcohol.* „Journal of Health Communication”, 2, 17-42.
- Bachen, C. M., Illouz, E. (1996). *Imagining romance: Young people's cultural models of romance and love.* „Critical Studies in Mass Communication”, 13, 279-308.
- Baker, C. N. (2005). *Images of women's sexuality in advertise-*

ments: A content analysis of Black- and White-oriented women's and men's magazines. „Sex Roles”, 52, 13-27.

Bamboo Girl. (2006). [manifest opublikowany na stronie internetowej]. Dostęp: 3.09.2006, [www.bamboogirl.com/about/index.html](http://www.bamboogirl.com/about/index.html)

Banaji, M. R., Greenwald, A. G. (1995). *Implicit gender stereotyping in judgments of fame*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 68, 181-198.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1994). *Social cognitive theory of mass communication*. [W:] J. Bryant, D. Zillman (red.), *Media effects: Advances in theory and research* (61-90). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Banyard, V. L., Williams, L. M. (1996). *Characteristics of child sexual abuse as correlates of women's adjustment: A prospective study*. „Journal of Marriage and the Family”, 58, 853-865.

Baran, S. J. (1976). *Sex on TV and adolescent self-image*. „Journal of Broadcasting”, 20, 61-68.

Bargh, J. A., Ferguson, M. J. (2000). *Beyond behaviorism: On the automaticity of higher mental processes*. „Psychological Bulletin”, 126, 925-945.

Barnberg, M. (2004). *Form and functions of "slut bashing" in male identity construction in 15-year-olds*. „Human Development”, 47, 331-353.

Baron, A. S., Banaji, M. R. (2006). *The development of implicit attitudes: Evidence of race evaluations from ages 6 and 10 and adulthood*. „Psychological Science”, 17, 53-58.

Bartky, S. L. (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. New York: Routledge.

Bazzini, D. G., McIntosh, W. D., Smith, S. M., Cook, S., Harris, C. (1997). *The aging women in popular film: Underrepresented, unattractive, unfriendly, and unintelligent*. „Sex Roles”, 36, 531-553.

Beasley, B., Standley, T. C. (2002). *Shirts vs. Skins: Clothing as an indicator of gender stereotyping in video games*. „Mass Communication and Society”, 5, 279-293.

Becker, A. (2004). *Television, disordered eating, and young women in Fiji: Negotiating body image and identity during rapid social change*. „Culture, Medicine and Psychiatry”, 28, 533-559.

Behling, D. (1994). *School uniforms and person perception*. „Perceptual and Motor Skills”, 79, 723-729.

Bem, S. L. (1985). *Androgeny and gender schema theory: A conceptual and empirical integration*. [W:] T. B. Sonderegger (red.), *Nebraska Symposium on Motivation: Vol. 32. Psychology and gender* (59-95). Lincoln: University of Nebraska Press.

Bissell, K. L. (2004). *Sports model/sports mind: The relationship between entertainment and sports media exposure, sports participation, and body image distortion in Division I female athletes*. „Mass Communication”, 47, 453-473.

Bloom, A. (2004, September). *Sex and the 6-year-old girl*. „O, The Oprah Magazine”, 209-210.

Bonhauser, M., Fernandez, G., Püschel, K., Yañez, F., Montero, J., Thompson, B., Coronado, G., (2005). *Improving physical fitness and emotional well-being in adolescents of low socioeconomic status in Chile: Results of a school-based controlled trial*. „Health Promotion International”, 20, 113-122.

Borzekowski, D. L. G., Robinson T. N. (1999). *Viewing the viewers: 10 video case studies of children's television viewing behaviors*. „Journal of Broadcasting and Electronic Media”, 43, 506-528.

Botta, R. A. (2000). *The mirror of television: A comparison of Black and White adolescents' body image*. „Journal of Communication”, 50, 144-159.

Botta, R.A. (2003). *For your health? The relationship between magazine reading and adolescents' body image and eating disturbances*. „Sex Roles”, 48, 389-399.

Boyer, D., Chapman, L., Marshall, B. K. (1993). *Survival sex in King County: Helping women out* [Report to King County Women's Advisory Board]. Seattle, WA: Northwest Resource Associates.

Briere, J., Conte, J. (1993). *Self-reported amnesia for abuse in adults molested as children*. „Journal of Traumatic Stress”, 6, 21-31.

Briere, J., Runtz, M. (1987). *Post sexual abuse trauma: Data and implications for clinical practice*. „Journal of Interpersonal Violence”, 2, 457-467.

Briere, J., Runtz, M. (1988). *Symptomatology associated with childhood sexual victimization in a nonclinical adult sample*. „Child Abuse & Neglect”, 12, 51-59.

Brooks, G. (1995). *The centerfold syndrome: How men can overcome objectification and achieve intimacy with women*. San Francisco: Jossey-Bass.

Brooks, R. (25.08.2006). *No escaping sexualization of young girls*. „Los Angeles Times”. Dostęp w Internecie: [www.commondreams.org/views06/0825-33.htm](http://www.commondreams.org/views06/0825-33.htm)

Brotto, L., Heiman, J., Tolman, D. (2009). *Narratives of desire in mid-age women with and without arousal difficulties*. „Journal of Sex Research”, 46, 387-398.

Brown, L. M. (1991). *Telling a girl's life: Self-authorization as a form of resistance*. [W:] C. Gilligan, A. G. Rogers, D. L. Tolman (red.), *Women, girls, and psychotherapy: Reframing resistance* (71-86). New York: Harrington Park Press.

Brown, L. M. (2003). *Girlfighting: Betrayal and rejection among*



girls. New York: New York University Press.

Brown, L. M., Gilligan, C. (1992). *Meeting at the crossroads: Women's psychology and girls' development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Brown, L. M., Lamb, S. (21.12.2005). *Selling an ideal of lipstick and lace*. „The Boston Globe”. Dostępny w Internecie: [www.boston.com/news/globe/editorial\\_opinion/oped/articles/2005/12/21/selling\\_an\\_ideal\\_of\\_lipstick\\_and\\_lace/](http://www.boston.com/news/globe/editorial_opinion/oped/articles/2005/12/21/selling_an_ideal_of_lipstick_and_lace/)

Browne, A., Finkelhor, D. (1986). *Impact of child sexual abuse: A review of the research*. „Psychological Bulletin”, 99, 66-77.

Brumberg, J. J. (1997). *The Body Project: An intimate history of American girls*. New York: Vintage.

Bryant-Davis, T. (2005). *Coping strategies of African American adult survivors of childhood violence*. „Professional Psychology: Research and Practice”, 36, 409-414.

Burn, S. M., Ward, A. Z. (2005). *Men's conformity to traditional masculinity and relationship satisfaction*. „Psychology of Men and Masculinity”, 6, 254-263.

Busby, L. J., Leichty, G. (1993). *Feminism and advertising in traditional and nontraditional women's magazines 1950s-1980s*. „Journalism Quarterly”, 70, 247-264.

Bushman, B. J. (2005). *Violence and sex in television programs do not sell products in advertisements*. „Psychological Science”, 16, 702-708.

Bussey, K., Bandura, A. (1984). *Influence of gender constancy and social power on sex-linked modeling*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 47, 1292-1302.

Bussey, K., Bandura, A. (1992). *Self-regulatory mechanisms governing gender development*. „Child Development”, 63, 1236-1250.

Bussey, K., Bandura, A. (1999). *Social cognitive theory of gender development and differentiation*. „Psychological Review”, 106, 676-713.

*Buying into sexy: The sexing up of teens*. (9.01.2005). [Broadcast by Canadian Broadcasting Company]. Dostępny w Internecie: [www.cbc.ca/marketplace/pre-2007/files/money/sexy/](http://www.cbc.ca/marketplace/pre-2007/files/money/sexy/)

Camp, D. E., Klesges, R. C., Relyea, G. (1993). *The relationship between body weight concerns and adolescent smoking*. „Health Psychology”, 12, 24-32.

Carpenter, L. M. (1998). *From girls into women: Scripts for sexuality and romance in Seventeen magazine, 1974-1994*. „Journal of Sex Research”, 35, 158-168.

Casparian, E. M. (2000). *Our whole lives: Sexuality education for Grades 4-6*. Boston: Unitarian Universalist Church.

Chaplin, H. (1999, August). *Smell my Candie's*. „American De-

mographics”, 21, 64-65.

Christenson, P. G., Roberts, D. F. (1998). *It's not only rock & roll: Popular music in the lives of adolescents*. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Classen, C. C., Palesh, O. G., Aggarwal, R. (2005). *Sexual revictimization: A review of the empirical literature*. „Trauma, Violence, and Abuse”, 6, 103-129.

Collins, R. L., Elliott, M., Berry, S., Kanouse, D. E., Hunter, S. (2003). *Entertainment television as a healthy sex-educator: The impact of condom-efficacy information in an episode of "Friends"*. „Pediatrics”, 112, 1115-1121.

Collins, W. A., Sroufe, L. A. (1999). *Capacity for intimate relationships: A developmental construction*. [W:] W. Furman, B. B. Brown, C. Feiring (red.), *The development of romantic relationships in adolescence* (125-147). Cambridge, England: Cambridge University Press.

Colman, R. A., Widom, C. S. (2004). *Childhood abuse and neglect and adult intimate relationships: A prospective study*. „Child Abuse & Neglect”, 28, 1133-1151.

Connell, R. W. (1987). *Gender and power*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Cook, D. T., Kaiser, S. B. (2004). *Betwixt and between: Age ambiguity and the sexualization of the female consuming subject*. „Journal of Consumer Culture”, 4, 203-227.

Cookson, S. (Writer, Director). (2001). *Living dolls: The making of a child beauty queen*. [W:] L. Otto (Producer), *American undercover* [HBO Documentary]. New York: Home Box Office.

Corder, J., Stephan, C. W. (1984). *Females' combination of work and family roles: Adolescents' aspirations*. „Journal of Marriage and the Family”, 46, 391-402.

Coyne-Beasley, T., Schoenbach, V. J. (2000). *The African-American church: A potential forum for adolescent comprehensive sexuality education*. „Journal of Adolescent Health”, 26, 289-294.

Crews, D., Lochbaum, M. R., Landers, D. M. (2004). *Aerobic physical activity effects on psychological well-being in low-income Hispanic children*. „Perceptual and Motor Skills”, 98, 319-324.

Cunningham, W. A., Preacher, K. J., Banaji, M. R. (2001). *Implicit attitude measures: Consistency, stability, and convergent validity*. „Psychological Science”, 12, 163-170.

Dalton, P. (20.11.2005). *What's wrong with this outfit, Mom?* „The Washington Post”, B01. Dostęp: 18.04.2006, [www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com).

Dasgupta, N., Asgari, S. (2004). *Seeing is believing: Exposure to counterstereotypic women leaders and its effect on automatic gender stereotyping*. „Journal of Experimental Social Psychology”, 40, 642-658.

- Dasgupta, N., Greenwald, A. G. (2001). *On the malleability of automatic attitudes: Combating automatic prejudice with images of admired and disliked individuals*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 81, 800-814.
- Daubenmier, J. J. (2005). *The relationship of yoga, body awareness, and body responsiveness to self-objectification and disordered eating*. *Psychology of Women Quarterly*, 29, 207-219.
- Davies, P. G., Spencer, S. J., Quinn, D. M., Gerhardstein, R. (2002). *Consuming images: How television commercials that elicit stereotype threat can restrain women academically and professionally*. „Personality and Social Psychology Bulletin”, 28, 1615-1628.
- Davies, P. G., Spencer, S. J., Steele, C. M. (2005). *Clearing the air: Identity safety moderates the effects of stereotype threat on women's leadership aspirations*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 88, 276-287.
- Davis, M. H., Oathout, H. A. (1987). *Maintenance of satisfaction in romantic relationships: Empathy and relational competence*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 53, 397-410.
- Dean, K. E., Malamuth, N. M. (1997). *Characteristics of men who aggress sexually and of men who imagine aggressing: Risk and moderating variables*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 449-455.
- DeSmedt, L. (2006). *The Barbie case*. Dostępny w Internecie: [www.awpagesociety.com/site/resources/2006\\_winning\\_case\\_studies](http://www.awpagesociety.com/site/resources/2006_winning_case_studies)
- DiBartolo, P. M., Shaffer, C. (2002). *A comparison of female college athletes and nonathletes: Eating disorder symptomatology and psychological well-being*. „Journal of Sport and Exercise Psychology”, 24, 33-41.
- Dietz, T. L. (1998). *An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior*. „Sex Roles”, 38, 425-442.
- Dill, K. E., Gentile, D. A., Richter, W. A., Dill, J. C. (2005). *Violence, sex, race, and age in popular video games: A content analysis*. [W:] E. Cole, J. Henderson Daniel (red.), *Featuring females: Feminist analyses of media* (115-130). Washington, DC: American Psychological Association.
- Dittmar, H., Howard, S. (2004). *Thin-ideal internalization and social comparison tendency as moderators of media models' impact on women's body-focused anxiety*. „Journal of Social and Clinical Psychology”, 23, 768-791.
- Dolliver, M. (15.03.1999). *Is there too much sexual imagery in advertising?* „Adweek”, 21-22.
- Dowling, C. (2000). *The frailty myth: Women approaching physical equality*. New York: Random House.
- Duffy, J., Wareham, S., Walsh, M. (2004). *Psychological consequences for high school students of having been sexually harassed*. „Sex Roles”, 50, 811-821.
- Duffy, M., Gotcher, J. M. (1996). *Crucial advice on how to get the guy: The rhetorical vision of power and seduction in the teen magazine YM*. „Journal of Communication Inquiry”, 20, 32-48.
- Duke, L. (2000). *Black in a blonde world: Race and girls' interpretations of the feminine ideal in teen magazines*. „Journalism & Mass Communication Quarterly”, 77, 367-392.
- Duncan, C., Loretto, W. (2004). *Never the right age? Gender and age-based discrimination in employment*. „Gender, Work, and Organization”, 11, 95-115.
- Duncan, M. C., Messner, M. A., Williams, L. (1991). *Coverage of women's sports in four daily newspapers*. Los Angeles: Amateur Athletic Foundation of Los Angeles.
- Durham, M. (1998). *Dilemmas of desire: Representations of adolescent sexuality in two teen magazines*. „Youth and Society”, 29, 369-389.
- Durkin, S. J., Paxton, S. J. (2002). *Predictors of vulnerability to reduced body image satisfaction and psychological well-being in response to exposure to idealized female media images in adolescent girls*. „Journal of Psychosomatic Research”, 53, 995-1005.
- Duveen, G., Lloyd, B. (1990). *Introduction*. [W:] G. Duveen & B. Lloyd (red.), *Social representations and the development of knowledge* (1-10). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Eaton, C. (1997). *Prime-time stereotyping on the new television networks*. „Journalism and Mass Communication Quarterly”, 74, 859-872.
- Eccles, J. S. (1985). *Why doesn't Jane run? Sex differences in educational and occupational patterns*. [W:] F. D. Horowitz, M. O'Brien (red.), *The gifted and talented: Developmental perspectives* (251-295). Washington, DC: American Psychological Association.
- Eder, D. (z C. C. Evans, S. Parker). (1995). *School talk: Gender and adolescent culture*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Edut, O. (red.) (1998). *Adios, Barbie: Young women write about body and identity*. Emeryville, CA: Seal Press.
- Edut, O. (red.). (2003). *Body outlaws: Rewriting the rules of beauty and body image*. Emeryville, CA: Seal Press.
- Eichenwald, K. (2005, December 19). *Through his Webcam, a boy joins a sordid online world*. „The New York Times”, A1. Dostępny w Internecie: [www.nytimes.com/2005/12/19/national/19kids.ready.html](http://www.nytimes.com/2005/12/19/national/19kids.ready.html)
- Elliott, D. M. (1997). *Traumatic events: Prevalence and delayed recall in the general population*. „Journal of Consulting and Clinical Psychology”, 65, 811-820.

Ellison, C. R. (2000). *Women's sexualities*. Oakland, CA: New Harbinger.

English, B. (12.05.2005). *The secret life of boys: Pornography is a mouse click away, and kids are being exposed to it in ever-increasing numbers*. „The Boston Globe”, D1. Dostępny w Internecie: [www.boston.com/news/globe/living/articles/2005/05/12/the\\_secret\\_life\\_of\\_boys/](http://www.boston.com/news/globe/living/articles/2005/05/12/the_secret_life_of_boys/)

Entertainment Software Rating Board. (b. d.). *Game ratings and descriptor guide*. Dostępny w Internecie: [www.esrb.org/ratings/ratings\\_guide.jsp](http://www.esrb.org/ratings/ratings_guide.jsp)

Estes, R. J., Weiner, N. A. (2001). *The commercial sexual exploitation of children in the U.S., Canada, and Mexico*. Philadelphia: University of Pennsylvania, School of Social Work. Dostępny w Internecie: [www.sp2.upenn.edu/restes/CSEC.htm](http://www.sp2.upenn.edu/restes/CSEC.htm)

Etnier, J. L., Salazar, W., Landers, D. M., Petruzzello, S. J., Han, M., Nowell, P. (1997). *The influence of physical fitness and exercise upon cognitive functioning: A meta analysis*. „Journal of Sport and Exercise Psychology”, 19, 249-277.

Faith, M. S., Schare, M. D. (1993). *The role of body image in sexually avoidant behavior*. „Archives of Sexual Behavior”, 22, 345-356.

Faley, R. H., Knapp, D. E., Kustis, G. A., Dubois, C. L. (1999). *Estimating the organizational costs of sexual harassment: The case of the U.S. Army*. „Journal of Business and Psychology”, 13, 461-484.

Faulkner, S. L. (2003). *Good girl or flirt girl: Latinas' definitions of sex and sexual relationships*. „Hispanic Journal of Behavioral Sciences”, 25, 174-200.

Fink, J. S., Kensicki, L. J. (2002). *An imperceptible difference: Visual and textual constructions of femininity in Sports Illustrated and Sports Illustrated for Women*. „Mass Communication & Society”, 5, 317-339.

Fosseen, L. L. (2002). *School uniforms and sense of school as a community: Perceptions of belonging, safety, and caring relationships in urban middle school settings*. „Dissertation Abstracts International”, 63 (2-B), 1087.

Frable, D. E. S., Johnson, A. E., Kellman, H. (1997). *Seeing masculine men, sexy women, and gender differences: Exposure to pornography and cognitive constructions of gender*. „Journal of Personality”, 65, 311-355.

Fredrickson, B. L., Harrison, K. (2005). *Throwing like a girl: Self-objectification predicts adolescent girls' motor performance*. „Journal of Sport and Social Issues”, 29, 79-101.

Fredrickson, B. L., Roberts, T-A. (1997). *Objectification theory: Toward understanding women's lived experience and mental health risks*. „Psychology of Women Quarterly”, 21, 173-206.

Fredrickson, B. L., Roberts, T., Noll, S. M., Quinn, D. M., Twenge, J. M. (1998). *That swimsuit becomes you: Sex differences in self-*

*objectification, restrained eating, and math performance*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 75, 269-284.

Friedrich, W. N., Fisher, J. L., Ditner, C. A., Acton, R., Berliner, L., Butler, J. (2001). *Child Sexual Behavior Inventory: Normative, psychiatric, and sexual abuse comparisons*. „Child Maltreatment”, 6, 37-49.

Frisby, C. M. (2004). *Does race matter? Effects of idealized images on African American women's perceptions of body esteem*. „Journal of Black Studies”, 34, 323-347.

Fullerton, J. A., Kendrick, A. (2000). *Portrayals of men and women in U. S. Spanish-language television commercials*. „Journalism & Mass Communication Quarterly”, 77, 128-139.

Gan, S., Zillmann, D., Mitrook, M. (1997). *Stereotyping effect of Black women's sexual rap on White audiences*. „Basic and Applied Social Psychology”, 19, 381-399.

Gapinski, K. D., Brownell, K. D., LaFrance, M. (2003). *Body objectification and "fat talk": Effects on emotion, motivation, and cognitive performance*. „Sex Roles”, 48, 377-388.

Garner, A., Sterk, H. M., Adams, S. (1998). *Narrative analysis of sexual etiquette in teenage magazines*. „Journal of Communication”, 48, 59-78.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. (1994). *Growing up with television: The cultivation perspective*. [W:] J. Bryant, D. Zillmann (red.), *Media effects: Advances in theory and research* (17-41). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Glick, P., Larsen, S., Johnson, C., Branstiter, H. (2005). *Evaluations of sexy women in low- and high-status jobs*. „Psychology of Women Quarterly”, 29, 389-395.

Goldfarb, E. (2000). *Our whole lives: Sexuality education for Grades 10-12*. Boston: Unitarian Universalist Church.

Goldiner, D. (25.05.2006). *Parents KO dolls: Hasbro axes dirty dancer toys for girls*. „The New York Daily News”, 8. Dostępny w Internecie: [www.nydailynews.com/archives/news/2006/05/25/2006-05-25\\_parents\\_ko\\_dolls\\_hasbro\\_axe.html](http://www.nydailynews.com/archives/news/2006/05/25/2006-05-25_parents_ko_dolls_hasbro_axe.html)

Gordon, M. (2004). *Media images of women and African American girls' sense of self*. Nieopublikowana rozprawa doktorska, University of Michigan.

Gottfredson, D. C. (1981). *Personality and persistence in education: A longitudinal study*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 43, 532-545.

Gow, J. (1990). *The relationship between violent and sexual images and the popularity of music videos*. „Popular Music and Society”, 14, 1-9.

Gow, J. (1996). *Reconsidering gender roles on MTV: Depictions in the most popular music videos of the early 1990s*. „Communication Reports”, 9, 151-161.

- Grabe, S., Ward, L. M., Hyde, J. S. (2008). *The role of the media in body image concerns among women: A metaanalysis of experimental and correlational studies*. „Psychological Bulletin”, 134, 460-476.
- Graham, C. A., Sanders, S. A., Milhausen, R., McBride, K. (2004). *Turning on and turning off: A focus group study of the factors that affect women's sexual arousal*. „Archives of Sexual Behavior”, 33, 537-548.
- Grauerholz, E., King, A. (1997). *Primetime sexual harassment*. „Violence Against Women”, 3, 129-148.
- Greenberg, B. S., Siemicki, M., Dorfman, S., Heeter, C., Stanley, C., Soderman, A., Linsangan, R. (1993). *Sex content in R-rated films viewed by adolescents*. [W:] B. S. Greenberg, J. D. Brown, N. Buerkel-Rothfuss (red.), *Media, sex, and the adolescent* (45-58). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Greenberg, J. (2001). *The ambiguity of seduction in the development of Freud's thinking*. „Contemporary Psychoanalysis”, 37, 417-426.
- Greene, B. (2000). *African American lesbian and bisexual women*. „Journal of Social Issues”, 56, 239-250.
- Greenwald, A. G., Banaji, M. R. (1995). *Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes*. „Psychological Review”, 102, 4-27.
- Greeson, L. E., Williams, R. A. (1986). *Social implications of music videos for youth: An analysis of the contents and effects of MTV*. „Youth and Society”, 18, 177-189.
- Griffiths, M. (2000). *Excessive internet use: Implications for sexual behavior*. „CyberPsychology & Behavior”, 3, 537-552.
- Groesz, L. M., Levine, M. P., Murnen, S. K. (2002). *The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review*. „International Journal of Eating Disorders”, 31, 1-16.
- Grotevant, H. D., Thorbecke, W. D. (1982). *Sex differences in styles of occupational identity information in late adolescence*. „Developmental Psychology”, 18, 396-405.
- Gruber, J. J. (1986). *Physical activity and self-esteem development in children: A meta-analysis*. [W:] G. A. Stull, H. M. Echert (red.), *Effects of physical activity on children* („American Academy of Physical Education Papers”, No. 19, 30-48).
- Champaign, IL: Human Kinetics. Haaken, J., Lamb, S. (2000). *The politics of child sexual abuse*. „Society”, 37, 7-14.
- Halliwell, E., Dittmar, H. (2004). *Does size matter? The impact of model's body size on advertising effectiveness and women's body-focused anxiety*. „Journal of Social and Clinical Psychology”, 23, 104-122.
- Haninger, K., Thompson, K. M. (2004). *Content and ratings of teen-rated video games*. „Journal of the American Medical Association”, 291, 856-865.
- Hansen, C. H., Hansen, R. D. (1988). *How rock music videos can change what is seen when boy meets girl: Priming stereotypic appraisal of social interactions*. „Sex Roles”, 19, 287-316.
- Hare-Mustin, R. T., Marecek, J. (1988). *The meaning of difference: Gender theory, postmodernism, and psychology*. „American Psychologist”, 43, 455-464.
- Hargreaves, D. A., Tiggemann, M. (2004). *Idealized media images and adolescent body image: "Comparing" boys and girls*. „Body Image”, 1, 351-361.
- Harrell, Z. A. (2002). *Trait self-objectification in college women's mental health: An examination of smokers and never-smokers*. „Dissertation Abstracts International”, 63 (2-B), 1079.
- Harrison, K. (2000). *The body electric: Thin-ideal media and eating disorders in adolescents*. „Journal of Communication”, 50, 119-143.
- Harrison, K., Fredrickson, B. L. (2003). *Women's sports media, self-objectification, and mental health in Black and White adolescent females*. „Journal of Communication”, 53, 216-232.
- Harter, S. (1998). *The development of self-representations*. [W:] W. Damon (red. serii) N. Eisenberg (red. tomu), *Handbook of child psychology: Vol. 3. Social, emotional, and personality development* (5<sup>th</sup> ed., 553-617). Hoboken, NJ: Wiley.
- Hawkins, N., Richards, P. S., Granley, H., Stein, D. M. (2004). *The impact of exposure to the thin-ideal media images on women*. „Eating Disorders: The Journal of Treatment & Prevention”, 12, 35-50.
- Haynes, M. (3.11.2005). *Bawdy T-shirts set off "girlcott" by teens*. „The Pittsburgh Post-Gazette”. Dostęp: 26.08.2006, [www.post-gazette.com/pg/05307/599884.stm](http://www.post-gazette.com/pg/05307/599884.stm).
- Hebl, M. R., King, E. G., Lin, J. (2004). *The swimsuit becomes us all: Ethnicity, gender, and vulnerability to self-objectification*. „Personality and Social Psychology Bulletin”, 30, 1322-1331.
- Herman, J. L. (1992). *Trauma and recovery: The aftermath of violence—From domestic abuse to political terror*. New York: Basic Books.
- Hill, A., Weaver, C., Blundell, J. (1990). *Dieting concerns of 10-year-old-girls and their mothers*. „British Journal of Clinical Psychology”, 29, 346-348.
- Hill Collins, P. (2000). *Black feminist thought: Knowledge, consciousness, and the politics of empowerment*. New York: Routledge.
- Hill Collins, P. (2004). *Black sexual politics: African-Americans, gender and the new racism*. New York: Routledge.
- Hoagwood, K. (1990). *Blame and adjustment among women sexually abused as children*. „Women and Therapy”, 9, 89-110.



- Hofschire, L. J., Greenberg, B. S. (2001). *Media's impact on adolescents' body dissatisfaction*. [W:] J. D. Brown, J. R. Steele (red.), *Sexual teens, sexual media* (125-149). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Holcomb-McCoy, C. (2005). *Empowerment of African American girls: A response*. „Professional School Counseling”, 8, 390-391.
- Holland, J., Ramazanoglu, C., Sharpe, S., Thomson, R. (2004). *The male in the head: Young people, heterosexuality and power* (2nd ed.). London: Tufnell Press.
- Hollinger, C. L., Fleming, E. S. (1992). *A longitudinal examination of life choices of gifted and talented young women*. „Gifted Child Quarterly”, 36, 207-212.
- Holmstrom, A. J. (2004). *The effects of the media on body image: A meta-analysis*. „Journal of Broadcasting & Electronic Media”, 48, 196-217.
- Horovitz, B. (16.02.1993). *Throwing in a towel: Hyundai agrees to boycott Sports Illustrated's swimsuit issue*. „Los Angeles Times”, D1. Dostępny w Internecie: [http://articles.latimes.com/1993-02-16/business/fi-161\\_1\\_swimsuit-issue](http://articles.latimes.com/1993-02-16/business/fi-161_1_swimsuit-issue)
- Hosoda, M., Stone-Romero, E. F., Coats, G. (2003). *The effects of physical attractiveness on job-related outcomes: A meta-analysis of experimental studies*. „Personnel Psychology”, 56, 431-462.
- Houston, S., Hwang, N. (1996). *Correlates of the objective and subjective experience of sexual harassment in high school*. „Sex Roles”, 34, 189-205.
- Hurlbert, D. F., Whittaker, K. E. (1991). *The role of masturbation in marital and sexual satisfaction: A comparative study of female masturbators and nonmasturbators*. „Journal of Sex Education and Therapy”, 17, 272-282.
- Hurtado, A. (2003). *Negotiating the color line*. [W:] A. Hurtado (red.), *Voicing Chicana feminisms: Young women speak out on sexuality and identity* (176-197). New York: New York University Press.
- Huston, A. C., Wright, J. C. (1998). *Mass media and children's development*. [W:] W. Damon, I. E. Sigel, K. A. Renninger (red.), *Handbook of child psychology: Vol 4. Child psychology in practice* (999-1058). New York: Wiley.
- Impett, E. A., Schooler, D., Tolman, D. L. (2006). *To be seen and not heard: Femininity ideology and adolescent girls' sexual health*. „Archives of Sexual Behavior”, 35, 129-142.
- Irving, L., Berel, S. R. (2001). *Comparison of media-literacy programs to strengthen college women's resistance to media images*. „Psychology of Women Quarterly”, 5, 103-112.
- Irving, L. M., DuPen, J., Berel, S. (1998). *A media literacy program for high school females*. „Eating Disorders: The Journal of Treatment and Prevention”, 6, 119-132.
- Jansma, L. L., Linz, D. G., Mulac, A., Imrich, D. J. (1997). *Men's interactions with women after viewing sexually explicit films: Does degradation make a difference?* „Communication Monographs”, 63, 1-24.
- Jensen, R., Dines, G. (2004). *Pornography in a pornographic culture: Eroticizing domination and subordination*. [W:] R. A. Lind (red.), *Race/gender/media: Considering diversity across audiences, content, and producers* (274-281). Boston: Pearson Education.
- Johnson, J. D., Adams, M. S., Ashburn, L., Reed, W. (1995). *Differential gender effects of exposure to rap music on African American adolescents' acceptance of teen dating violence*. „Sex Roles”, 33, 597-605.
- Jordan, J. V., Kaplan, A. G., Miller, J. B., Stiver, I. P., Surrey, J. L. (1991). *Women's growth in connection: Writings from the Stone Center*. New York: Guilford Press.
- Juvonen, J., Nishina, A., Graham, S. (2000). *Peer harassment, psychological adjustment, and school functioning in early adolescence*. „Journal of Educational Psychology”, 92, 349-359.
- Kaiser Family Foundation. (2001, December). *Generation Rx.com: How young people use the internet for health information*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation. Dostępny w Internecie: [www.kff.org/entmedia/20011211a-index.cfm](http://www.kff.org/entmedia/20011211a-index.cfm)
- Kaiser Family Foundation. (28.10.2003). *New study finds children age zero to six spend as much time with TV, computers and video games as playing outside* [komunikat prasowy]. Dostępny w Internecie: [www.kff.org/entmedia/entmedia102803nr.cfm](http://www.kff.org/entmedia/entmedia102803nr.cfm)
- Kalof, L. (1999). *The effects of gender and music video imagery on sexual attitudes*. „Journal of Social Psychology”, 139, 378-385.
- Kane, M. J. (1996). *Media coverage of the post Title-IX female athlete: A feminist analysis of sport, gender, and power*. „Duke Journal of Gender Law & Public Policy”, 3, 95-127.
- Kane, M. J., Greendorfer, S. L. (1994). *The media's role in accommodating and resisting stereotyped images of women in sport*. [W:] P. J. Creedon (red.), *Women, media and sport* (28-44). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kang, M-E. (1997). *The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited*. „Sex Roles”, 37, 979-996.
- Kelly, J., Smith, S. L. (2006). *Where the girls aren't: Gender disparity saturates G-rated films* [Research brief]. Dostępny w Internecie: [www.learcenter.org/images/event\\_uploads/where.the.girls.arent%5B1%5D.pdf](http://www.learcenter.org/images/event_uploads/where.the.girls.arent%5B1%5D.pdf)
- Kendall-Tackett, K. A., Williams, L. M., Finkelhor, D. (1993). *Impact of sexual abuse on children: A review and synthesis of recent empirical studies*. „Psychological Bulletin”, 113, 164-180.
- Kenrick, D. T., Gutierrez, S. E., (1980). *Contrast effects and judgment*

- ments of physical attractiveness: When beauty becomes a social problem. „Journal of Personality and Social Psychology”, 38, 131-140.
- Kerr, B. A. (1983). *Raising the career aspirations of gifted girls*. „Vocational Guidance Quarterly”, 32, 37-43.
- Kerr, B. A. (1985). *Smart girls, gifted women: Special guidance concerns*. „Roeper Review”, 8, 30-33.
- Kilbourne, J. (1999). *Deadly persuasion: Why women and girls must fight the addictive power of advertising*. New York: Free Press.
- Kimmel, M. (1996). *Manhood in America*. New York: The Free Press.
- Kindlon, D., Thompson, M. (1999). *Raising Cain: Protecting the emotional life of boys*. New York: Ballantine Books.
- Kirby, D. (2001). *Emerging answers: Research findings on programs designed to prevent teen pregnancy*. Washington, DC: National Campaign to Prevent Teen Pregnancy.
- Kornblum, J. (8.01.2005). *Adults question MySpace's safety*. „USA Today”. Dostępny w Internecie: [www.usatoday.com/tech/news/2006-01-08-myspace-sidebar\\_x.htm](http://www.usatoday.com/tech/news/2006-01-08-myspace-sidebar_x.htm).
- Kosicki, G. (1993). *Problems and opportunities in agendasetting research*. „Journal of Communication”, 43, 100-127.
- Krassas, N. R. Blauwkamp, J. M., Wesselink, P. (2001). *Boxing Helena and corseting Eunice: Sexual rhetoric in Cosmopolitan and Playboy magazines*. „Sex Roles”, 44, 751-771.
- Krassas, N. R., Blauwkamp, J. M., Wesselink, P. (2003). *“Master your Johnson”: Sexual rhetoric in Maxim and Stuff magazines*. „Sexuality & Culture”, 7, 98-119.
- Kunkel, D., Roberts, D. (1991). *Young minds and marketplace values: Issues in children's television advertising*. „Journal of Social Issues”, 47, 57-72.
- Labre, M. P., Walsh-Childers, K. (2003). *Advice? Beauty messages in web sites of teen magazines*. „Mass Communication & Society”, 6, 379-396.
- Lacroix, C. (2004). *Images of animated others: The Orientalization of Disney's cartoon heroines from the Little Mermaid to the Hunchback of Notre Dame*. „Popular Communication”, 2, 213-229.
- La Ferla, R. (26.10.2003). *Underdressed and hot: Dolls moms don't love*. „The New York Times”, Section 9, 1. Dostępny w Internecie: [www.nytimes.com/2003/10/26/fashion/26DOLL.html](http://www.nytimes.com/2003/10/26/fashion/26DOLL.html)
- Lamb, S. (1996). *The trouble with blame: Victims, perpetrators and responsibility*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Lamb, S. (1999). *Constructing the victim: Popular images and lasting labels*. [W:] S. Lamb (red.), *New versions of victims: Feminists struggle with the concept* (108-138). New York: New York University Press.
- Lamb, S. (2002). *The secret lives of girls: What good girls really do—Sex play, aggression, and their guilt*. New York: Free Press.
- Lamb, S. (2006). *Sex, therapy, and kids: Addressing their concerns through talk and play*. New York: Norton.
- Lamb, S., Brown, L. M. (2006). *Packaging girlhood: Rescuing our daughters from marketers' schemes*. New York: St. Martin's Press.
- Lambiase, J. (2003). *Sex—Online and in Internet advertising*. [W:] T. Reichert, J. Lambiase (red.), *Sex in advertising: Perspectives on the erotic appeal* (247-269). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Lampman, C., Rolfe-Maloney, B., David, E. J., Yan, M., McCermott, N., Winters, S. i in. (2002, Autumn). *Messages about sex in the workplace: A content analysis of primetime television*. „Sexuality & Culture”, 6, 3-21.
- Lang, A., Wise, K., Lee, S., Cai, X. (2003). *The effects of sexual appeals on physiological, cognitive, emotional, and attitudinal responses for product and alcohol billboard advertising*. [W:] J. Lambiase T. Reichert (red.), *Sex in advertising: Perspectives on the erotic appeal* (107-132). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Lanis, K., Covell, K. (1995). *Images of women in advertisements: Effects on attitudes related to sexual aggression*. „Sex Roles”, 32, 639-649.
- Laumann, E., Gagnon, J., Michael, R., Michaels, D. (1994). *The social organization of sexuality: Sexual practices in the United States*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lavine, H., Sweeney, D., Wagner, S. (1999). *Depicting women as sex objects in television advertising: Effects on body dissatisfaction*. „Personality and Social Psychology Bulletin”, 25, 1049-1058.
- Leeds Metropolitan University. (2005). *Defining disability— Medical model*. Dostęp: 7.08.2006, [www.lmu.ac.uk/metoffice/stuserv/disability/models\\_medical.htm](http://www.lmu.ac.uk/metoffice/stuserv/disability/models_medical.htm).
- Lehman, S. J., Koerner, S. S. (2004). *Adolescent women's sports involvement and sexual behavior/health: A process-level investigation*. „Journal of Youth and Adolescence”, 33, 443-455.
- Lenhart, A., Lewis, O., Rainie, L. (2001). *Teenage life online*. Dostępny w Internecie: [www.pewinternet.org/Reports/2001/Teenage-Life-Online.aspx](http://www.pewinternet.org/Reports/2001/Teenage-Life-Online.aspx).
- Lenhart, A., Madden, M., Hitlin, P. (27.07.2005). *Teens and technology: Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation*. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. Dostępny w Internecie: [www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2005/PIP\\_Teens\\_Tech\\_July2005web.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2005/PIP_Teens_Tech_July2005web.pdf).pdf
- Leserman, J. (2005). *Sexual abuse history: Prevalence, health*

*effects, mediators, and psychological treatment.* „Psychosomatic Medicine”, 67, 906-915.

Letourneau, E. J., Schoenwald, S. K., Sheidow, A. J. (2004). *Children and adolescents with sexual behavior problems.* „Child Maltreatment”, 9, 49-61.

Levin, D. E. (2005). *So sexy, so soon: The sexualization of childhood.* [W:] S. Olfman (red.), *Childhood lost: How American culture is failing our kids* (137-153). Westport, CT: Praeger Press.

Levine, M. P., Smolak, L., Hayden, H. (1994). *The relation of sociocultural factors to eating attitudes and behaviors among middle school girls.* „Journal of Early Adolescence”, 14, 471-490.

Levine, M. P., Smolak, L., Moodey, A., Shuman, M., Hessen, L. (1994). *Normative developmental challenges and dieting and eating disturbance in middle school girls.* „International Journal of Eating Disorders”, 15, 11-20.

Levy, A. (2005a). *Female chauvinist pigs: Women and the rise of raunch culture.* New York: Free Press.

Levy, A. (18.09.2005b). *Raunchiness is powerful? C'mon, girls.* „The Washington Post”, B05. Dostępny w Internecie: [www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2005/09/17/AR2005091700044.html](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2005/09/17/AR2005091700044.html)

Lewis, M. (2000). *Self-conscious emotions: Embarrassment, pride, shame, and guilt.* [W:] M. Lewis J. M. Haviland-Jones (red.), *Handbook of emotions* (2nd ed., 623-636). New York: Guilford Press.

Limbirt, W. M., Bullock, H. E. (2005). *“Playing the fool” U.S. welfare policy from a critical race perspective.* „Feminism and Psychology”, 15, 253-274.

Lin, C. (1997). *Beefcake versus cheesecake in the 1990s: Sexist portrayals of both genders in television commercials.* „Howard Journal of Communications”, 8, 237-249.

Lin, C. (1998). *Use of sex appeals in prime-time television commercials.* „Sex Roles”, 38, 461-475.

Lindberg, S. M., Grabe, S., Hyde, J. S. (2007). *Gender, pubertal development and peer sexual harassment predict objectified body consciousness in early adolescents.* „Journal of Research on Adolescence”, 17, 723-742.

Lindner, K. (2004). *Images of women in general interest and fashion advertisements from 1955 to 2002.* „Sex Roles”, 51, 409-421.

Linn, S. (2004). *Consuming kids: The hostile takeover of childhood.* New York: The New Press.

Linn, S. (2005). *The commercialization of childhood.* [W:] S. Olfman (red.), *Childhood lost: How American culture is failing our kids* (107-121). Westport, CT: Praeger Press.

Linver, M., Davis-Kean, P. E., Eccles, J. S. (2002, April). *Influences*

*of gender on academic achievement.* Artykuł przedstawiony na spotkaniu Society for Research on Adolescence, New Orleans, LA.

Lips, H. (1989). *Gender role socialization: Lessons in femininity.* [W:] J. Freeman (red.), *Women: A feminist perspective* (197-216). Mountain View, CA: Mayfield.

Long, E. C. J., Andrews, D. W. (1990). *Perspective taking as a predictor of marital adjustment.* „Journal of Personality and Social Psychology”, 59, 126-131.

Lucas, A. R., Beard, C. M., O'Fallon, W. M., Kurland, L. T. (1991). *50-year trends in the incidence of anorexia nervosa in Rochester, Minn.: A population-based study.* „American Journal of Psychiatry”, 148, 917-922.

MacKay, N. L., Covell, K. (1997). *The impact of women in advertisements on attitudes toward women.* „Sex Roles”, 36, 573-583.

Major, B., Barr, L., Zubek, J. (1999). *Gender and self-esteem: A meta-analysis.* [W:] W. Swann, J. H. Langlois, L. Gilbert (red.), *Sexism and stereotypes in modern society: The gender science of Janet Taylor Spence* (223-253). Washington, DC: American Psychological Association.

Makkar, J. K., Strube, M. J. (1995). *Black women's self-perceptions of attractiveness following exposure to white versus black beauty standards: The moderating role of racial identity and self-esteem.* „Journal of Applied Social Psychology”, 25, 1547-1566.

Malamuth, N. M., Addison, T., Koss, M. (2000). *Pornography and sexual aggression: Are there reliable effects and can we understand them?* „Annual Review of Sex Research”, 11, 26-91.

Martin, K. A. (1998). *Becoming a gendered body: Practices in pre-schools.* „American Sociological Review”, 63, 494-511.

Martino, S. M., Collins, R. L., Elliott, M. N., Strachman, A., Kanouse, D. E., Berry, S. H. (2006). *Exposure to degrading and nondegrading music lyrics and sexual behavior among youth.* „Pediatrics”, 118, 430-441.

McAuley, E. (1994). *Physical activity and psychosocial outcomes.* [W:] C. Bouchard, R. J. Shephard, T. Stephens (red.), *Physical activity, fitness and health* (551-568). Champaign, IL: Human Kinetics Publishers.

McConnell, C. (2001). *An object to herself: The relationship between girls and their bodies.* „Dissertation Abstracts International”, 61 (8B), 4416.

McHale, S. M., Crouter, A. C., Tucker, C. J. (1999). *Family context and gender role socialization in middle childhood: Comparing girls to boys and sisters to brothers.* „Child Development”, 70, 990-1004.

McKenzie-Mohr, D., Zanna, M. (1990). *Treating women as sexual objects: Look to the (gender schematic) male who has viewed pornography.* „Personality and Social Psychology Bulletin”, 16, 296-308.

- McKinley, N. M. (1998). *Gender differences in undergraduates' body esteem: The mediating effect of objectified body consciousness and actual/ideal weight discrepancy.* „Sex Roles”, 39, 113-123.
- McKinley, N. M. (1999). *Women and objectified body consciousness: Mothers' and daughters' body experiences in cultural, developmental, and familial context.* „Developmental Psychology”, 35, 760-769.
- McKinley, N. M., Hyde, J. S. (1996). *The Objectified Body Consciousness Scale.* „Psychology of Women Quarterly”, 20, 181-215.
- McMahon, K. (1990). *The Cosmopolitan ideology and the management of desire.* „Journal of Sex Research”, 27, 381-396.
- Menkes, S. (27.03.1994). *Runways: Robbing the cradle.* „The New York Times”, A1. Dostępny w Internecie: [www.nytimes.com/1994/03/27/style/runwaysrobbing-the-cradle.html](http://www.nytimes.com/1994/03/27/style/runwaysrobbing-the-cradle.html).
- Merskin, D. (2004). *Reviving Lolita? A media literacy examination of sexual portrayals of girls in fashion advertising.* „American Behavioral Scientist”, 48, 119-129.
- Merten, D. E. (2004). *Securing her experience: Friendship versus popularity.* „Feminism and Psychology”, 14, 361-365.
- Messner, M. A., Duncan, M. C., Cooky, C. (2003). *Silence, sports bras, and wrestling porn.* „Journal of Sport & Social Issues”, 27, 38-51.
- Messner, M. A., Duncan, M. C., Jensen, K. (1993). *Separating the men from the girls: The gendered language of televised sports.* [W:] D. S. Eitzen (red.), *Sport in contemporary society: An anthology* (219-233). New York: St. Martin's Press.
- Milburn, M., Mather, R., Conrad, S. (2000). *The effects of viewing R-rated movie scenes that objectify women on perceptions of date rape.* „Sex Roles”, 43, 645-664.
- Milkie, M.A. (1999). *Social comparisons, reflected appraisals, and mass media: The impact of pervasive beauty images on black and white girls' self-concepts.* „Social Psychology Quarterly”, 62, 190-210.
- Miller, K. E., Barnes, G. M., Melnick, M. J., Sabo, D. F., Farrell, M. P. (2002). *Gender and racial/ethnic differences in predicting adolescent sexual risk: Athletic participation versus exercise.* „Journal of Health and Social Behavior”, 43, 436-450.
- Mills, J., Polivy, J., Herman, C. P., Tiggemann, M. (2002). *Effects of exposure to thin media images: Evidence of selfenhancement among restrained eaters.* „Personality and Social Psychology Bulletin”, 28, 1687-1699.
- Molnar, B. E., Buka, S. L., Kessler, R. C. (2001). *Child sexual abuse and subsequent psychopathology: Results from the National Comorbidity Survey.* „American Journal of Public Health”, 91, 753-760.
- Monro, F., Huon, G. (2005). *Media-portrayed idealized images, body shame, and appearance anxiety.* „International Journal of Eating Disorders”, 38, 85-90.
- Montemurro, B. (2003). *Not a laughing matter: Sexual harassment as "material" on workplace-based situation comedies.* „Sex Roles”, 48, 433-445.
- More teens opt for plastic surgery.* (30.08.2000). „Christian Science Monitor”, 14-16.
- Mullen, P. E., Martin, J. L., Anderson, J. C., Romans, S. E., Herbison, G. P. (1993). *Child sexual abuse and mental health in adult life.* „British Journal of Psychiatry”, 163, 721-732.
- Murnen, S. K., Wright, C., Kaluzny, G. (2002). *If "boys will be boys," then girls will be victims? A meta-analytic review of the research that relates masculine ideology to sexual aggression.* „Sex Roles”, 46, 359-375.
- Nadon, S. M., Koverola, C., Schludermann, E. H. (1998). *Antecedents to prostitution: Childhood victimization.* „Journal of Interpersonal Violence”, 13, 206-221.
- Nathanson, A. I. (2004). *Factual and evaluative approaches to modifying children's responses to violent television.* „Journal of Communication”, 54, 321-336.
- Nathanson, A. I., Wilson, B. J., McGee, J., Sebastian, M. (2002). *Counteracting the effects of female stereotypes on television via active mediation.* „Journal of Communication”, 42, 922-937.
- Nelson, A. (2000). *The pink dragon is female: Halloween costumes and gender markers.* „Psychology of Women Quarterly”, 24, 137-144.
- Nichter, M. (2000). *Fat talk: What girls and their parents say about dieting.* Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nielsen Media Research. (1998). *1998 report on television.* New York: Author.
- O'Donohue, W., Gold, S. R., McKay, J. S. (1997). *Children as sexual objects: Historical and gender trends in magazines.* „Sexual Abuse: Journal of Research & Treatment”, 9, 291-301.
- Office of Population Affairs. (12-14.12.1999). *Promoting responsible sexual behaviors (Office of Population Affairs Dialogue: Executive Summary and Summaries of Group Discussions).* Washington, DC: U.S. Department of Health and Human Services.
- Ogle, J. P., Damhorst, M. L. (2004). *Constructing and deconstructing the body malleable through mother-daughter interactions.* „Sociological Inquiry”, 74, 180-209.
- Ogle, J. P., Thornburg, E. (2003). *An alternative voice amidst teen "zines": An analysis of body-related content in Girl Zone.* „Journal of Family and Consumer Sciences”, 95, 47-56.
- O'Hare, E. A., O'Donohue, W. (1998). *Sexual harassment: Identifying risk factors.* „Archives of Sexual Behavior”, 27, 561-580.



- Olding, M., Zuckerman, D. (2004, October 26). *Cosmetic surgery and teens*. „The Washington Post”. Dostępny w Internecie: [www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A63931-2004Oct26.html](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A63931-2004Oct26.html)
- Osland, J. A., Fitch, M., Willis, E. E. (1996). *Likelihood to rape in college males*. „Sex Roles”, 35, 171-183.
- Paik, H. (2001). *The history of children's use of electronic media*. [W:] D. G. Singer, J. L. Singer (red.), *Handbook of children and the media* (7-27). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pardun, C. J., L'Engle, K. L., Brown, J. D. (2005). *Linking exposure to outcomes: Early adolescents' consumption of sexual content in six media*. „Mass Communication & Society”, 8 (2), 75-91.
- Pardun, C. J., McKee, K. B. (1995). *Strange bedfellows: Symbols of religion and sexuality on MTV*. „Youth & Society”, 26, 438-449.
- Parks, L. (7.09.1998). *Chains court teen shoppers as cosmetics customers*. „Drug Store News”. Dostępny w Internecie: [www.finaarticles.com/p/articles/mi\\_m3374/is\\_n14\\_v20/ai\\_21147316](http://www.finaarticles.com/p/articles/mi_m3374/is_n14_v20/ai_21147316).
- Parmariega, A. J., Gustavson, C. R., Gustavson, J. C. (1994). *Eating attitudes in African-American women: The Essence eating disorders survey*. „Eating Disorders”, 2, 5-16.
- Paul, B., (2004). *Testing the effects of exposure to virtual child pornography on viewer cognitions and attitudes toward deviant sexual behavior*. „Dissertation Abstracts International”, 64 (8A), 2693A.
- Paul, P. (2005). *Pornified: How pornography is transforming our lives, our relationships, and our families*. New York: Times Books.
- Pearl, A., Weston, J. (2003). *Attitudes of adolescents about cosmetic surgery*. „Annals of Plastic Surgery”, 50, 628-630.
- Pedersen, P. M., Whisenant, W. A. (2003). *Examining stereotypical written and photographic reporting on the sports page: An analysis of newspaper coverage of interscholastic athletics*. „Women in Sport and Physical Activity Journal”, 12, 67-86.
- Phillips, L. M. (2000). *Flirting with danger: Young women's reflections on sexuality and domination*. New York: New York University Press.
- Phillips, O. (1.05.2006). *Where will skincare go next?* „International Cosmetic News”, 87. Dostęp: 1.08.2006, dostępny w bazie danych Lexis-Nexis.
- Planned Parenthood. (2003). *Who we are*. Dostęp: 19.09.2006, [www.plannedparenthood.org/about-us/who-we-are-4648.htm](http://www.plannedparenthood.org/about-us/who-we-are-4648.htm)
- Plante, T. G. (1993). *Aerobic exercise in prevention and treatment of psychopathology*. [W:] P. Seragnian (red.), *Exercisepsychology: The influence of physical exercise on psychological processes* (358-379). New York: Wiley.
- Plous, S., Neptune, D. (1997). *Racial and gender biases in magazine advertising: A content analytic study*. „Psychology of Women Quarterly”, 21, 627-644.
- Polce-Lynch, M., Myers, B. J., Kilmartin, C. T. (1998). *Gender and age patterns in emotional expression, body image and self-esteem: A qualitative analysis*. „Sex Roles”, 38, 1025-1048.
- Pollack, W. (1998). *Real boys: Rescuing our sons from the myths of boyhood*. New York: Random House.
- Pollett, A., Hurwitz, P. (12-19.01.2004). *Strip til you drop*. „The Nation”, 20-21, 24-25.
- Potter, W. J. (2004). *Argument for the need for a cognitive theory of media literacy*. „American Behavioral Scientist”, 48, 266-272.
- President's Council on Physical Fitness and Sports. (1997). *Physical activity and sport in the lives of girls: Executive summary*. Washington, DC: U.S. Department of Health and Human Services.
- Prichard, I., Tiggemann, M. (2005). *Objectification in fitness centers: Self-objectification, body dissatisfaction, and disordered eating in aerobic instructors and aerobic participants*. „Sex Roles”, 53, 19-28.
- Putnam, F. W. (1990). *Disturbances of "self" in victims of childhood sexual abuse*. [W:] R. Kluft (red.), *Incest-related syndromes of adult psychopathology* (113-131). Washington, DC: American Psychological Association.
- Putnam, F. W., Trickett, P. K. (1997). *Psychobiological effects of sexual abuse: A longitudinal study*. [W:] R. Yehuda, A. C. McFarlane, (red.), *Annals of the New York Academy of Sciences: Vol. 821. Psychobiology of posttraumatic stress disorder* (150-159). New York: New York Academy of Sciences.
- Quina, K., Morokoff, P. J., Harlow, L. HL, Zurbriggen, E. L. (2004). *Cognitive and attitudinal paths from childhood trauma to adult HIV risk*. [W:] L. J. Koenig, A. O'Leary, L. S. Doll, W. Pequegnat (red.), *From child sexual abuse to adult sexual risk: Trauma, revictimization, and intervention* (135-157). Washington, DC: American Psychological Association.
- Quinn, B. A. (2002). *Sexual harassment and masculinity: The power and meaning of "girl watching"*. „Gender and Society”, 16, 386-402.
- Rachman, A. W. M., Kennedy, R., Yard, M. (2005). *The role of childhood sexual seduction in the development of an erotic transference: Perversion in the psychoanalytic situation*. „International Forum of Psychoanalysis”, 14, 183-187.
- Racy t-shirt messages drawing girls' backlash. (2.11.2005). Dostęp: 18.04.2006, [www.msnbc.msn.com/id/9897452](http://www.msnbc.msn.com/id/9897452)
- Reichert, T. (2003). *The prevalence of sexual imagery in ads targeted to young adults*. „Journal of Consumer Affairs”, 37, 403-412.
- Reichert, T., Carpenter, C. (2004). *An update on sex in magazine*

advertising: 1983 to 2003. „Journalism and Mass Communication Quarterly”, 81, 823-837.

Reichert, T., Lambiase, J., Morgan, S., Carstarphen, M., Zavoina, S. (1999). *Cheesecake and beefcake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase.* „Journalism and Mass Communication Quarterly”, 76, 7-20.

Rivadeneira, R., Ward, L. M., Gordon, M. (2007). *Distorted reflections: Media exposure and Latino adolescents' conceptions of self.* „Media Psychology”, 9, 261-290.

Robertson, M. A., Halverson, L. E. (1984). *Developing children: Their changing movements.* New York: Lea & Febiger.

Roberts, D., Foehr, U., Rideout, V. (2005, March). *Generation M: Media in the lives of 8-18 year olds.* Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.

Roberts, T-A. (2004). *Female trouble: The Menstrual Self- Evaluation Scale and women's self-objectification.* „Psychology of Women Quarterly”, 28, 22-26.

Roberts, T-A., Gettman, J. (2004). *“Mere exposure”: Gender differences in the negative effects of priming a state of self-objectification.* „Sex Roles”, 51, 17-27.

Rodriguez, N. N., Van de Kemp, H., Foy, D. W. (1998). *Posttraumatic stress disorder in survivors of childhood sexual and physical abuse: A critical review of the empirical research.* „Journal of Child Sexual Abuse”, 7, 17-45.

Rolón-Dow, R. (2004). *Seduced by images: Identity and schooling in the lives of Puerto Rican girls.* „Anthropology and Education Quarterly”, 35, 8-29.

Rouner, D., Slater, M., Domenech-Rodriguez, M. (2003). *Adolescent evaluation of gender role and sexual imagery in television advertisements.* „Journal of Broadcasting & Electronic Media”, 47, 435-454.

Rubin, A. M. (2002). *The uses-and-gratifications perspective of media effects.* [W:] J. Bryant, D. Zillmann (red.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., 525-548). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Rudman, L., Borgida, E. (1995). *The afterglow of construct accessibility: The behavioral consequences of priming men to view women as sexual objects.* „Journal of Experimental Social Psychology”, 31, 493-517.

Rudman, L., Kilianski, S. (2000). *Implicit and explicit attitudes toward female authority.* „Personality and Social Psychology Bulletin”, 26, 1315-1328.

Rudman, W. J., Verdi, P. (1993). *Exploitation: Comparing sexual and violent imagery of females and males in advertising.* „Women & Health”, 20, 1-14.

Rutti, R. (27.01.1997). *Putting gender into the equation: Single sex classes seem to add up.* „The Plain Dealer”, 1B.

Sanchez-Hucles, J., Hudgins, P. S., Gamble, K. (2005). *Reflection and distortion: Women of color in magazine advertisements.* [W:] E. Cole, J. H. Daniels (red.), *Featuring females: Feminist analyses of media* (185-198). Washington, DC: American Psychological Association.

Satcher, D. (2001). *The Surgeon General's call to action to promote sexual health and responsible sexual behavior.* Washington, DC: U.S. Department of Health and Human Services, Office of the Surgeon General. Dostępny w Internecie: [www.surgeongeneral.gov/library/sexualhealth/call.pdf](http://www.surgeongeneral.gov/library/sexualhealth/call.pdf)

Savage, M., Holcomb, D. (1998). *Adolescent female athletes' sexual risk-taking behavior.* „Journal of Youth and Adolescence”, 28, 595.

Schaller, J., Lagergren Frieberg, J. (1998). *Issues of abuse for women with disabilities and implications for rehabilitation counseling.* „Journal of Applied Rehabilitation Counseling”, 29, 9-17.

Scharff, J. S., Scharff, D. E. (1994). *Object relations therapy of physical and sexual trauma.* Northvale, NJ: Jason Aronson.

Schilt, K. (2003). *“I'll resist with every inch and every breath”: Girls and zine making as a form of resistance.* „Youth and Society”, 35, 71-97.

Schooler, D., Ward, L. M. (2006). *Average joes: Men's relationships with media, real bodies, and sexuality.* „Psychology of Men and Masculinity”, 7, 27-41.

Schooler, D., Ward, L. M., Merriwether, A., Caruthers, A. (2005). *Cycles of shame: Menstrual shame, body shame, and sexual decision-making.* „Journal of Sex Research”, 42, 324-334.

Schor, J. B. (2004). *Born to buy: The commercialized child and the new consumer culture.* New York: Scribner.

Schultz, J. (2005). *Reading the catsuit: Serena Williams and the production of blackness at the 2002 U.S. Open.* „Journal of Sport & Social Issues”, 29, 338-357.

Seidman, S. A. (1992). *An investigation of sex-role stereotyping in music videos.* „Journal of Broadcasting & Electronic Media”, 36, 209-216.

Sexuality Information and Education Council of the United States. (2004). *Guidelines for comprehensive sexuality education: Kindergarten–12<sup>th</sup> grade* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Author. Dostępny w Internecie: [www.siecus.org/\\_data/global/images/guidelines.pdf](http://www.siecus.org/_data/global/images/guidelines.pdf).

Sheff, D. (4.01.2005). *New babes in toyland: Trollz.* „The New York Times”, E1. Dostępny w Internecie: [www.nytimes.com/2005/01/04/arts/04trol.html](http://www.nytimes.com/2005/01/04/arts/04trol.html).

Shengold, L. (1989). *Soul murder: The effects of childhood abuse and deprivation.* New York: Ballantine Books.

Sherman, B. L., Dominick, J. R. (1986). *Violence and sex in music videos: TV and rock 'n roll.* „Journal of Communication”, 36, 79-93.

- Shilts, L. (1991). *The relationship of early adolescent substance abuse to extracurricular activities, peer influence, and personal attitudes*. „Adolescence”, 26, 613-617.
- Shorter-Gooden, K. (2004). *Multiple resistance strategies: How African American women cope with racism and sexism*. „Journal of Black Psychology”, 30, 406-425.
- Shugart, H. A. (2003). *She shoots, she scores: Mediated constructions of contemporary female athletes in coverage of the 1999 U.S. women's soccer team*. „Western Journal of Communication”, 67, 1-31.
- Signorielli, N., McLeod, D., Healy, E. (1994). *Gender stereotypes in MTV commercials: The beat goes on*. „Journal of Broadcasting & Electronic Media”, 38, 91-101.
- Silbert, M. H., Pines, A. M. (1981). *Sexual child abuse as an antecedent to prostitution*. „Child Abuse & Neglect”, 5, 407-411.
- Silbert, M. H., Pines, A. M. (1982). *Entrance into prostitution*. „Youth and Society”, 13, 471-500.
- Simpkins, S. D., Davis-Kean, P. E., Eccles, J. S. (2006). *Math and science motivation: A longitudinal examination of the links between choices and beliefs*. „Developmental Psychology”, 42, 70-83.
- Slater, A., Tiggemann, M. (2002). *A test of objectification theory in adolescent girls*. „Sex Roles”, 46, 343-349.
- Smolak, L., Murnen, S. K. (2002). *A meta-analytic examination of the relationship between child sexual abuse and eating disorders*. „International Journal of Eating Disorders”, 31, 136-150.
- Soley, L. C., Kurzbard, G. (1986). *Sex in advertising: A comparison of 1964 and 1984 magazine advertisements*. „Journal of Advertising”, 15, 46-64.
- Sommers-Flanagan, R., Sommers-Flanagan, J., Davis, B. (1993). *What's happening on music television? A gender role content analysis*. „Sex Roles”, 28, 745-753.
- Spence, J. T., Losoff, M., Robbins, A. S. (1991). *Sexually aggressive tactics in dating relationships: Personality and attitudinal correlates*. „Journal of Social and Clinical Psychology”, 10, 289-304.
- Spillers, J. H. (1992). *Interstices: A small drama of words*. [W:] C. Vance (red.), *Pleasure and danger: Exploring female sexuality* (73-100). London: Pandora.
- Sprung, B. (1999). *Our whole lives: Sexuality education for Grades K-1*. Boston: Unitarian Universalist Church.
- Steele, J. R. (1999). *Teenage sexuality and media practice: Factoring in the influences of family, friends, and school*. „Journal of Sex Research”, 36, 331-341.
- Stice, E., Schupak-Neuberg, E., Shaw, H., Stein, R. (1994). *Relation of media exposure to eating disorder symptomatology: An examination of mediating mechanisms*. „Journal of Abnormal Psychology”, 103, 836-840.
- Stice, E., Shaw, H. (2003). *Prospective relations of body image, eating, and affective disturbances to smoking onset in adolescent girls: How Virginia slims*. „Journal of Consulting and Clinical Psychology”, 71, 129-135.
- Strasburger, V. C. (1995). *Adolescents and the media: Medical and psychological impact*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Strasburger, V. C., Wilson B. J. (2002). *Children, adolescents and the media*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Strelan, P., Hargreaves, D. (2005). *Women who objectify other women: The vicious circle of objectification?* „Sex Roles”, 52, 707-712.
- Strouse, J. S., Buerkel-Rothfuss, N. L. (1987). *Media exposure and the sexual attitudes and behaviors of college students*. „Journal of Sex Education and Therapy”, 13, 43-51.
- Strouse, J. S., Goodwin, M. P., Roscoe, B. (1994). *Correlates of attitudes toward sexual harassment among early adolescents*. „Sex Roles”, 31, 559-577.
- Sullivan, G. L., O'Connor, P. J. (1988). *Women's role portrayals in magazine advertising: 1958-1983*. „Sex Roles”, 18, 181-188.
- Sutton-Smith, B. (1986). *Toys as culture*. New York: Gardner Press.
- Tan, A. S. (1979). *TV beauty ads and role expectations of adolescent female viewers*. „Journalism Quarterly”, 56, 283-288.
- Taylor, J., Gilligan, C., Sullivan, A. (1995). *Between voice and silence: Women and girls, race and relationships*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Teen market profile*. (2005). New York: Mediamark Research. Dostępny w Internecie: [www.magazine.org/content/files/teenprofile04.pdf](http://www.magazine.org/content/files/teenprofile04.pdf)
- Tenenbaum, H. R., Leaper, C. (2002). *Are parents' gender schemas related to their children's gender-related cognitions? A meta-analysis*. „Developmental Psychology”, 38, 615-630.
- Thompson, T., Zerbinos, E. (1997). *Cartoons: Do children notice it's a boy's world?* „Sex Roles”, 37, 415-432.
- Thomsen, S. R., Weber, M. M., Brown, L. B. (2002). *The relationship between reading beauty and fashion magazines and the use of pathogenic dieting methods among adolescent females*. „Adolescence”, 37, 1-18.
- Thorne, B. (1993). *Gender play: Girls and boys in school*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Thoughtworm. (2006). *A zine bibliography*. Dostęp: 3.09.2006, [www.thoughtworm.com/zinebib.htm](http://www.thoughtworm.com/zinebib.htm)

- Tiggemann, M., Lynch, J. E. (2001). *Body image in adult women across the life span: The role of self-objectification*. „Developmental Psychology”, 37, 243-253.
- Tiggemann, M., Slater, A. (2001). *A test of objectification theory in former dancers and non-dancers*. „Psychology of Women Quarterly”, 25, 57-64.
- Tjaden, P., Thoennes, N. (1998, November). *Prevalence, incidence, and consequences of violence against women: Findings from the National Violence Against Women Survey*. Washington, DC: National Institute of Justice and Centers for Disease Control and Prevention. Dostęp: 11.09.2006, [www.ncjrs.gov/pdffiles/172837.pdf](http://www.ncjrs.gov/pdffiles/172837.pdf).
- Tolman, D. L. (2002). *Dilemmas of desire: Teenage girls talk about sexuality*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Tolman, D. L. (2006). *In a different position: Conceptualizing female adolescent sexuality development within compulsory heterosexuality*. „New Directions for Child and Adolescent Development”, 112, 71-90.
- Tolman, D. L., Impett, E. A., Tracy, A. J., Michael, A. (2006). *Looking good, sounding good: Femininity ideology and adolescent girls' mental health*. „Psychology of Women Quarterly”, 30, 85-95.
- Tolman, D. L., Spencer, R., Rosen-Reynoso, M., Porche, M. V. (2003). *Sowing the seeds of violence in heterosexual relationships: Early adolescents narrate compulsory heterosexuality*. „Journal of Social Issues”, 59, 159-178.
- Tracy, A. J., Erkut, S. (2002). *Gender and race patterns in the pathways from sports participation to self-esteem*. „Sociological Perspectives”, 45, 445-466.
- Trapnell, P. D., Meston, C. M., Gorzalka, B. B. (1997). *Spectatoring and the relationship between body image and sexual experience: Self-focus or self-valence?* „Journal of Sex Research”, 34, 267-278.
- Truman, D. M., Tokar, D. M., Fischer, A. R. (1996). *Dimensions of masculinity: Relations to date rape, supportive attitudes, and sexual aggression in dating situations*. „Journal of Counseling & Development”, 74, 555-562.
- Turner, S. L., Hamilton, H., Jacobs, M., Angood, L. M., Dwyer, D. H. (1997). *The influence of fashion magazines on the body image satisfaction of college women: An exploratory analysis*. „Adolescence”, 32, 603-614.
- Turner, T. (17.05.2005). *Limited brands sees profits stripped down 76%*. „The Columbus Dispatch”.
- Uhlenhuth, K. (2006, April 22). *Teens visualize unoffensive tees*. „The Kansas City Star”. Dostęp: 3.07.2006, [www.kansascity.com](http://www.kansascity.com)
- Ullman, S. E. (2003). *Social reactions to child sexual abuse disclosures: A critical review*. „Journal of Child Sexual Abuse”, 12, 89-121.
- Unger, R. K. (1979). *Female and male*. New York: Harper & Row.
- Uray, N., Burnaz, S. (2003). *An analysis of the portrayals of gender roles in Turkish television advertisements*. „Sex Roles”, 48, 77-87.
- Villeneuve, A., de Grandi, M. (1996). *Perfumes, a mainstay of the French economy*. „Label France”, 24. Dostępny w Internecie: <http://ebookpedia.net/A-mainstay-of-the-French-economy.html>
- Villimez, C., Eisenberg, N., Carroll, J. L. (1986). *Sex differences in the relation of children's height and weight to academic performance and others' attributions of competence*. „Sex Roles”, 15, 667-681.
- Vincent, J., Imwold, C., Johnson, J. T., Massey, D. (2003). *Newspaper coverage of female athletes competing in selected sports in the 1996 Centennial Olympic Games: The more things change the more they stay the same*. „Women in Sport and Physical Activity Journal”, 12, 1-21.
- Vincent, R. C. (1989). *Clio's consciousness raised? Portrayal of women in rock videos, re-examined*. „Journalism Quarterly”, 66, 155-160.
- Vincent, R. C., Davis, D. K., Boruszkowski, L. A. (1987). *Sexism on MTV: The portrayal of women in rock videos*. „Journalism Quarterly”, 64, 750-755.
- Vogel, B. L. (2000). *Correlates of pre-college males' sexual aggression: Attitudes, beliefs and behavior*. „Women and Criminal Justice”, 11, 25-47.
- Vogeltanz, N. D., Wilsnack, S. C., Harris, T. R., Wilsnack, R. W., Wonderlich, S. A., Kristjanson, A. F. (1999). *Prevalence and risk factors for childhood sexual abuse in women: National survey findings*. „Child Abuse & Neglect”, 23, 579-592.
- Voojis M. W., van der Voort, T. H. (1993). *Learning about television violence: The impact of a critical viewing curriculum on children's attitudinal judgments about crime series*. „Journal of Research and Development in Education”, 26, 133-142.
- Walsh, R., Shapiro, S. L. (2006). *The meeting of meditative disciplines and Western psychology: A mutually enriching dialogue*. „American Psychologist”, 61, 227-239.
- Ward, J. (2002). *The skin we're in: Teaching our teens to be socially smart, emotionally strong and spiritually connected*. New York: The Free Press.
- Ward, L. M. (1995). *Talking about sex: Common themes about sexuality in the prime-time television programs children and adolescents view most*. „Journal of Youth & Adolescence”, 24, 595-615.
- Ward, L. M. (2002). *Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation*. „Journal of Youth & Adolescence”, 31, 1-15.



- Ward, L. M. (2003). *Understanding the role of entertainment media in the sexual socialization of American youth: A review of empirical research*. „Developmental Review”, 23, 347-388.
- Ward, L. M. (2004a, March). *The sexy/cool ideal: Contributions of media use to adolescents' gender and sexual schema*. Plakat/artykuł zaprezentowany na odbywającym się co dwa lata spotkaniu Society for Research on Adolescence, Baltimore, MD.
- Ward, L. M. (2004b). *Wading through the stereotypes: Positive and negative associations between media use and Black adolescents' conceptions of self*. „Developmental Psychology”, 40, 284-294.
- Ward, L. M., Averitt, L. (2005, November). *Associations between media use and young adults' perceptions of first intercourse*. Artykuł zaprezentowany na corocznym spotkaniu National Communication Association, Boston.
- Ward, L. M., Friedman, K. (2006). *Using TV as a guide: Associations between television viewing and adolescents' sexual attitudes and behavior*. „Journal of Research on Adolescence”, 16, 133-156.
- Ward, L. M., Hansbrough, E., Walker, E. (2005). *Contributions of music video exposure to black adolescents' gender and sexual schemas*. „Journal of Adolescent Research”, 20, 143-166.
- Ward, L. M., Merriwether, A., Caruthers, A. (2006a). *Breasts are for men: Media use, masculinity ideology, and men's beliefs about women's bodies*. „Sex Roles”, 55, 703-744.
- Ward, L. M., Merriwether, A., Caruthers, A. (2006b, April). *Media use, gender ideology, and beliefs about women's bodies*. Artykuł zaprezentowany na odbywającej się co dwa lata Gender Development Conference, San Francisco.
- Ward, L. M., Rivadeneyra, R. (1999). *Contributions of entertainment television to adolescents' sexual attitudes and expectations: The role of viewing amount versus viewer involvement*. „Journal of Sex Research”, 36, 237-249.
- Ward, L. M., Rivadeneyra, R. (2002, August). *Dancing, strutting, and bouncing in cars: The women of music videos*. Artykuł zaprezentowany na corocznym spotkaniu APA, Chicago.
- Warin, J. (2000). *The attainment of self-consistency through gender in young children*. „Sex Roles”, 42, 209-231.
- Weaver, J., Masland, J. L., Zillmann, D. (1984). *Effect of erotica on young men's aesthetic perception of their female sexual partners*. „Perceptual and Motor Skills”, 58, 929-930.
- Weekes, D. (2002). *Get your freak on: How black girls sexualise identity*. „Sex Education in England and Scotland”, 2, 251-262.
- Wiederman, M. (2000). *Women's body image self-consciousness during physical intimacy with a partner*. „Journal of Sex Research”, 37, 60-68.
- Wiederman, M. (2001). *“Don't look now”: The role of self-focus in sexual dysfunction*. „The Family Journal: Counseling and Therapy for Couples and Families”, 9, 210-214.
- Wiederman, M., Hurst, S. (1998). *Body size, physical attractiveness, and body image among young adult women: Relationships to sexual experience and sexual esteem*. „Journal of Sex Research”, 35, 272-281.
- Wiederman, M., Pryor, T. (1997). *Body dissatisfaction and sexuality among women with bulimia nervosa*. „International Journal of Eating Disorders”, 21, 361-365.
- Wilson, P. (1999). *Our whole lives: Sexuality education for Grades 7-9*. Boston: Unitarian Universalist Church.
- Wingood, G., DiClemente, R. (1992). *Culture, gender and psychosocial influences on HIV-related behavior of African female adolescents: Implications for the development of tailored prevention programs*. „Ethnicity & Disease”, 3, 381-388.
- Wolf, N. (1991). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York: Anchor Books.
- Yamamiya, Y., Cash, T. F., Melnyk, S. E., Posavac, H. D., Posavac, S. S. (2005). *Women's exposure to thin-and beautiful media images: Body image effects of media-ideal internalization and impact-reduction interventions*. „Body Image”, 2, 74-80.
- Yoder, J. D., Schleicher, T. L. (1996). *Undergraduates regard deviation from occupational gender stereotypes as costly for women*. „Sex Roles”, 34, 171-188.
- Young, I. M. (1980). *Throwing like a girl: A phenomenology of feminine body comportment motility and spatiality*. „Human Studies”, 3, 137-156.
- Zillmann, D., Bryant, J. (1988). *Pornography's impact on sexual satisfaction*. „Journal of Applied Social Psychology”, 18, 438-453.
- Zurbriggen, E. L. (2000). *Social motives and cognitive power/sex associations: Predictors of aggressive sexual behavior*. „Journal of Personality and Social Psychology”, 78, 559-581.
- Zurbriggen, E. L., Freyd, J. J. (2004). *The link between child sexual abuse and risky sexual behavior: The role of dissociative tendencies, information-processing effects, and consensual sex decision mechanisms*. [W:] L. J. Koenig, A. O'Leary, L. S. Doll, W. Pequegnat (red.), *From child sexual abuse to adult sexual risk: Trauma revictimization and intervention* (117-134). Washington, DC: American Psychological Association.
- Zurbriggen, E. L., Morgan, E. M. (2006). *Who wants to marry a millionaire? Reality dating television programs, attitudes toward sex, and sexual behaviors*. „Sex Roles”, 54, 1-17.

 **DODATEK**

## Wzmacnianie wiary dziewcząt we własne siły: alfabetyzacja medialna

*Niniejsza lista źródeł została dołączona przez Radę Reprezentantów APA do Raportu grupy roboczej zajmującej się seksualizacją dziewcząt i została przedłożona APA. Oznacza to, że źródła te nie zostały włączone do deklaracji polityki APA. APA nie uznała też wszystkich z cytowanych dokumentów. Niniejsza lista podana jest jedynie dla celów informacyjnych.*

**About-Face**

[www.about-face.org](http://www.about-face.org)

**ACT–Alliance for Children and Television**

[www.act-aet.tv/index\\_en.html](http://www.act-aet.tv/index_en.html)

**Advocates for Youth**

[www.advocatesforyouth.org](http://www.advocatesforyouth.org)

**Beacon Street Girls**

[www.beaconstreetgirls.com](http://www.beaconstreetgirls.com)

**Center for Media Literacy**

[www.medialit.org](http://www.medialit.org)

**Dads and Daughters**

[www.thedadman.com](http://www.thedadman.com)

**Girl Scouts of America**

[www.girlscouts.org](http://www.girlscouts.org)

**Girls Inc.**

[www.girlsinc.org/index.html](http://www.girlsinc.org/index.html)

**Girls Inc. Media Literacy**

[www.girlsinc.org/about/programs/media-literacy.html](http://www.girlsinc.org/about/programs/media-literacy.html)

**Girls, Women, + Media Project**

[www.mediaandwomen.org/resources.html](http://www.mediaandwomen.org/resources.html)

**Hardy Girls Healthy Women**

[www.hardygirlshealthywomen.org](http://www.hardygirlshealthywomen.org)

**Mainely Girls**

[www.midcoast.com/~megirls](http://www.midcoast.com/~megirls)

**Media Awareness Network**

[www.media-awareness.ca](http://www.media-awareness.ca)

**Media Literacy Clearinghouse**

[www.frankwbaker.com](http://www.frankwbaker.com)

**medialiteracy.com**

[www.medialiteracy.com](http://www.medialiteracy.com)

**New Moon Girls**

[www.newmoon.com](http://www.newmoon.com)

**ParentFurther**

[www.parentfurther.com/technology-media](http://www.parentfurther.com/technology-media)

**See Jane/Improving Gender Portrayals in Children's Media**

[www.thegeenadavisinstitute.org](http://www.thegeenadavisinstitute.org)

**Teen Voices/Women's Express**

[www.teenvoices.com](http://www.teenvoices.com)

**Third Wave Foundation**

[www.thirdwavefoundation.org](http://www.thirdwavefoundation.org)

**uniquely Me! The Girl Scout/Dove Self-Esteem Program**

[www.girlscouts.org/program/program\\_opportunities/leadership/uniquelyme.asp](http://www.girlscouts.org/program/program_opportunities/leadership/uniquelyme.asp)

**Words Can Work**

[www.wordscanwork.com](http://www.wordscanwork.com)

**Sugerowana forma odnośnika bibliograficznego:**

American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls. (2010).