

Aleksandra KONIECZNA

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
ORCID: 0009-0000-7626-5580

Warianty obrazowania seksualności na przykładzie analizy fińskiej odsłony programu „Magia Nagości”. Medialna seksualizacja czy „edukacja seksualna”?

Streszczenie: POL: Program „Magia Nagości” to kontrowersyjne show telewizyjne, które zadebiutowało w 2016 roku w Wielkiej Brytanii. W kolejnych latach program doczekał się wielu narodowych wersji, w tym fińskiej, która wybija się na tle innych odsłon wskazanego show. Celem tekstu było scharakteryzowanie fińskiej odsłony programu „Magia Nagości”, której dokonano w oparciu o przeprowadzoną wcześniej ilościową i jakościową analizę treści. W tekście poszukiwano odpowiedzi na pytanie, czy wskazaną odsłonę show należy uznać za przykład medialnej seksualizacji, czy edukacji seksualnej prowadzonej za pośrednictwem mediów.

Słowa kluczowe: POL: seksualizacja, media, „Magia Nagości”, medialna seksualizacja, edukacja seksualna

Program „Magia Nagości” (ang. “Naked Attraction”) zadebiutował w Wielkiej Brytanii w 2016 roku. W następnych latach stał się rozpoznawalnym formatem, którego wersje zaczęły być realizowane w kolejnych państwach. Show emitowane jest lub było¹ w takich krajach jak m.in.: Polska, Dania, Niemcy, Hiszpania, Włochy, Norwegia lub Finlandia. Program, który zostanie szczegółowo scharakteryzowany w dalszej części tekstu, wzbudza spore kontrowersje (w przestrzeni publicznej – które np. w Polsce przejawiały się m.in. skargami do KRRiT), ponieważ jego uczestnicy pojawiają się w studiu nadzy, a intymne części ich ciał są szczegółowo prezentowane widzom oraz opisywane i omawiane przez osobę dokonującą wyboru partnera na randkę oraz osoby prowadzące program.

Celem poniższego tekstu jest szczegółowe scharakteryzowanie fińskiej wersji programu „Magia Nagości”. Charakterystyka zostanie dokonana poprzez przytoczenie wyników przeprowadzonej wcześniej

¹ Np. w Polsce zaprzestano jego realizacji.

analizy porównawczej czterech narodowych wersji wskazanego show². Autorka uznaje za zasadne skupienie się na wersji programu realizowanej w Finlandii, ponieważ znacząco wybija się ona na tle innych jego odsłon (m.in. z uwagi na sposób konstrukcji odcinków, deklarowane motywacje uczestników oraz wykształcenie jego prowadzącej). Autorka dokona więc szczegółowej charakterystyki konkretnej wersji programu w oparciu o przeprowadzoną wcześniej ilościową i jakościową analizę zawartości treści wybranych odcinków show.

W tekście omówione zostanie zjawisko medialnej seksualizacji, a także podkreślona zostanie rola mediów w kreowaniu zachowań ich odbiorców, którzy w różny sposób mogą dekodować prezentowane im treści, co wpływa na sposób postrzegania przez nich rzeczywistości. Omówiona zostanie także metodologia badania oraz zaprezentowane zostaną wyniki wspomnianej analizy (ze szczególnym uwzględnieniem wersji fińskiej). Otwartym pytaniem badawczym, które autorka postawiła w tytule tekstu, pozostaje, czy poprzez tak kontrowersyjny program może być prowadzona tzw. edukacja seksualna?³

Publikacja niniejszego tekstu jest istotna z perspektywy naukowej dyskusji o medialnej seksualizacji, która jest coraz intensywniejszym obiektem zainteresowania światowych autorów (np. Feony Attwood). Dodatkowo tekst wpisuje się w ciągle rozwijający się, a nadal zbyt mało obecny w polskiej literaturze medioznawczej nurt naukowego badania przekazów kultury popularnej.

Medialna seksualizacja i jej oddziaływanie na odbiorców

Termin seksualizacja, za *Słownikiem Języka Polskiego* (2024) można zdefiniować w dwójnasób, jako: „1. ocenianie głównie pod kątem atrakcyjności seksualnej; 2. rozbudzanie w kimś zainteresowania seksem”. Jego scharakteryzowania podejmowali się liczni badacze (np. McNair, Attwood, Coy, Garner lub Gill) oraz wybrane organizacje. Za najczęściej przywoływaną definicję uznaje się tę zaprezentowaną przez Amerykańskie Towarzystwo Psychologiczne. Wskazana organizacja określa, że

² Której wyniki zostały opublikowane w tekście *Seksualizacja w mediach na przykładzie wybranych odsłon programu Magia nagości* w czasopiśmie „Com.press”.

³ Wobec faktu, że tekst ma charakter rozszerzający względem wcześniej prowadzonych badań i analizy, autorka zdecydowała się nie stawiać dodatkowych hipotez badawczych, gdyż miałyby one wtórny charakter.

zjawisko seksualizacji występuje, gdy zostanie spełniony przynajmniej jeden z czterech następujących warunków: „(1) wartość osoby wynika tylko z jej atrakcyjności seksualnej lub zachowania do tego stopnia, że wyklucza inne cechy; (2) osoba jest dopasowywana do normy, według której atrakcyjność fizyczna (wąsko zdefiniowana) oznacza bycie seksownym; (3) osoba jest uprzedmiotowiona pod względem seksualnym, czyli staje się dla innych raczej przedmiotem seksualnego wykorzystania niż osobą zdolną do podejmowania niezależnych działań i decyzji; (4) seksualność jest narzucona osobie w niewłaściwy sposób” (Zurbriggen i in., 2007, s. 1).

Problem sposobu, w który media obrazują nagość oraz seksualność podejmowało już wielu autorów. W 2002 roku Brian McNair opublikował książkę *Seks, demokratyzacja pożądania i media, czyli kultura obnażania*, w której szczegółowo opisał wskazane w tytule pojęcia. Zauważał, że seks oraz nagość stały się medialnie dostępne, a rewolucja środków komunikacji doprowadziła do ciągłego „rozwoju kultury seksualnej w mniejszym stopniu poddanej kontroli, silnie skomercjalizowanej i bardziej pluralistycznej” (McNair, 2004, s. 5 i 30). Wskazany autor, już na początku XXI wieku, zaznaczał, że seks nie tylko traktowany jest jako produkt, ale również „sprzedaje inne produkty rynkowe” (tamże, s. 17). W tym, czego dowodzi poniższy tekst, „sprzedaje” również programy telewizyjne.

Wątek medialnej seksualizacji podejmowały również inne autorki, w tym: Rosalinda Gill, Feona Attwood, Maddy Coy oraz Maria Garner. Pierwsza z nich termin „seksualizacja” zdefiniowała w następujący sposób, który autorka niniejszego tekstu uznaje za wiążący dla jej badań: „niezwykle rozprzestrzenianie się dyskursów o seksie i seksualności we wszystkich formach medialnych” (Gill, 2007, s. 151) oraz zaznaczała, że to media są zarazem „najważniejszym miejscem seksualizacji, jak i głównym miejscem dyskusji o niej i jej krytyki” (Gill, 2012, s. 738). Na rolę mediów w procesie seksualizacji wskazywała także Attwood. Badaczka, która termin „seksualizacja” w 2018 roku zdefiniowała jako „opisywanie sposobów, że seks stał się szczególnie widoczny – *onscene* – w kulturach zachodnich” (2018, s. 106), wskazywała, że to media współcześnie stały się głównym miejscem dyskusji o seksie (tamże). W jej ocenie doprowadziło to do powstania nowej grupy ekspertów, czyli tzw. **sekspertów**. Są to osoby, które będąc fachowcami od mediów, stały się „źródłem naszej [odbiorców mediów – przyp. aut.] wiedzy seksualnej, doradcami w naszych dylematach seksualnych i architektami naszego seksualnego stylu życia” (Attwood, 2009, s. 15).

Attwood zauważała także, że zjawisko seksualizacji w publicznej dyskusji jest często omawiane nie w oparciu o rzeczywiste dane i naukowe fakty, a dyskutowane przez pryzmat „normatywnych poglądów na seks, media i młodzież” (2018, s. 106). Skutkuje to m.in. pomijaniem w debacie publicznej istotnych danych, jak fakt, że mimo „straszenia” przez polityków działaniem mediów w obszarze seksualnym, *de facto* spada liczba ciąż u nastolatek, a młode dziewczęta później przechodzą inicjację seksualną (tamże). Badaczka zauważała także, że w publicznym dyskursie zjawisko seksualizacji omawiane jest najczęściej jedynie przez pryzmat zachowań dzieci i nastolatków, a w szczególności młodych dziewcząt (tamże). Podobne stanowisko prezentowały Coy i Garner, które wskazywały, że w publicznej debacie (m.in. z uwagi na kontrowersje dotyczące tzw. równości płci) brakuje dyskusji nt. wpływu seksualizacji na osoby dorosłe, w tym mężczyźni (Coy, Garner, 2012).

Co równie istotne, wskazane autorki w znaczący sposób łączyły ze sobą wątek seksualizacji oraz oddziaływania mediów na odbiorców. Wrazem tego było m.in. opisanie przez Coy w 2014 roku zjawiska tzw. kontekstu sprzyjającego. To znaczące zagadnienie, które w przyszłości rozwijali kolejni badacze, scharakteryzowała następująco: „oznacza budowanie fundamentów, które są niezbędne do tego, aby przemoc była możliwa; wpływanie na postawy i oczekiwania oraz normalizację pewnych praktyk. Nie chodzi o to, aby twierdzić, że istnieje związek przyczynowy między seksualną kulturą popularną a VAWG [violence against women and girls – przemoc wobec kobiet i dziewcząt – A.K.]: mężczyźni, którzy dopuszczają się przemocy, dokonują wyboru, aby to zrobić. Jednak odrzucanie możliwych związków między przedstawianiem kobiecych ciał jako towarów o charakterze seksualnym a praktykami płci, w których mężczyźni seksualnie gwałcą ciała kobiet, jest intelektualnie wymijające” (2014, s. 4).

Media, co wykazywano przy okazji badania innych programów, mogą również powielać związane z seksualnością stereotypy, które autorka tekstu definiuje jako: „generalizacje odnoszące się do grupy, w ramach której identyczne charakterystyki zostają przypisane wszystkim bez wyjątku jej członkom, niezależnie od rzeczywistych różnic pomiędzy nimi” (Aronson, Wilson, Akert, 1997, s. 471). Coy (2013) wskazywała np., że czarnoskórzy mężczyźni są w mediach przedstawiani jako drapieżcy, a Alicia Denby (2012) – badając program „Love Island” – wyróżniła stereotyp tzw. „szalonej kobiety”, czyli takiej, która prezentując swoje

– uzasadnione podejrzania wobec partnera – była ukazywana jako nadmiernie emocjonalna i historyczna. Media mogą promować również tzw. podwójny standard seksualny (tamże), czyli mężczyzn przedstawiać jako tzw. zdobywców, a kobiety jako obiekt cielesnego pożądania (Papadopoulos, 2010, s. 7–10).

Wobec podjętego w artykule tematu wskazać należy również, jak wyjaśnić można termin „edukacja seksualna”. UNICEF w 2018 roku, odwołując się do pojęcia „kompleksowej edukacji seksualnej (CSE)” wskazało, że jest to „oparty na programie kształcenia proces nauczania i uczenia się o poznawczych, emocjonalnych, fizycznych i społecznych aspektach seksualności. Jej celem jest wyposażenie dzieci i młodzieży w wiedzę, umiejętności, postawy i wartości, które pozwolą im: realizować swoje zdrowie, dobre samopoczucie i godność; rozwijać pełne szacunku relacje społeczne i seksualne; zastanawiać się, w jaki sposób ich wybory wpływają na ich własne dobro i dobro innych; oraz rozumieć i zapewniać ochronę swoich praw przez całe życie” (<https://www.unesco.org/gem-report/en/cse-country-profiles>, 2018). W ocenie autorki tekstu, wskazaną definicję można traktować również szerzej, nie tylko jako edukację opartą na programie nauczania i skierowaną do dzieci lub młodzieży. Zadania wskazanej edukacji powinny pozostać takie same również w odniesieniu do dorosłych.

Wspominając także o problemie oddziaływania mediów na odbiorców, nie sposób nie odwołać się do koncepcji zaprezentowanej przez zespół pracujący pod przewodnictwem George’a Gerbnera. Zaprezentowana przez tego badacza teoria kultywacji zakłada bowiem, że „oglądanie telewizji prowadzi do stopniowego przejmowania poglądów dotyczących natury świata społecznego, odpowiadających stereotypowemu, wypaczonemu i selektywnemu obrazowi rzeczywistości” (McQuail, 2007, s. 486). Jak wskazywała Anna Kozłowska (2006, s. 169), Gerber m.in. w przypadku omawiania oddziaływania zjawiska przemocy na widzów dowodził, że długotrwałe oglądanie takich postaw prowadziło u odbiorców do postrzegania świata jako przerażającego i groźnego. Należy bowiem, np. za Katarzyną Pokorną Ignatowicz (2012, s. 60) uznać, że medialna reprezentacja rzeczywistości jest uproszczona, schematyczna i prezentuje przekonania dominujące wśród publiczności. W podobny sposób medialny obraz świata charakteryzował Winfried Schultz (2006, s. 37), który wskazywał, że nie tylko nie odwzorowuje on prawdziwego obrazu rzeczywistości, ale medialne doniesienia często przedstawiają obraz, który jest „wyraźnie tendencyjny i zabarwiony ideologicznie”. Na powstanie tzw. „zmediatyzowanej rzeczywistości”, która jest połączeniem logiki

mediów oraz „wykrzywionej rzeczywistości” wskazywał także Stanisław Michalczyk (2009, s. 20–22).

Sposób kreowania rzeczywistości za pomocą przekazów kultury popularnej, do której należy zaliczyć także programy telewizyjne, opisywała natomiast Liesbet von Zoonen. Badaczka, która skupiała się na analizie sposobu ukazywania polityki w wybranych programach, dowodziła, że mogą one wpływać na sposób postrzegania tej sfery życia i podejmowane w niej zachowania (za: Piontek, 2011, s. 101–111). W analogiczny sposób należy zastanawiać się nad tym, w jaki sposób medialny obraz seksu i nagości wpływa na kształtowanie tej sfery życia w odbiorze widzów. W szczególności tych którzy dekodują prezentowany w mediach obraz świata w sposób dominujący, czyli zgodny z ideą twórców przekazu. W tym przypadku autorka odwołuje się do koncepcji Stuarta Halla, który wskazał na trzy sposoby odbioru treści przez widzów, czyli: w pełni zgodnie z założeniem nadawcy (sposób dominujący), częściowo zgodny (sposób wynegocjowany), jak i w sposób całkowicie sprzeczny wobec niego (sposób opozycyjny) (za: Piontek, 2011, s. 63–64). Należy również zauważyć, że naukowa dyskusja na temat oddziaływania medialnej seksualizacji na widzów nabiera szczególnego znaczenia. Jak dowiodła Gill (2012, s. 740), nawet dziewczęta, które potrafiły krytycznie analizować przekazy medialne, np. dostrzegały, że prezentowane w mediach kobiece ciała są często retuszowane, nie były w stanie całkowicie uniknąć ich negatywnego wpływu, co źle oddziaływało na ich samoocenę.

„Magia Nagości” – charakterystyka programu i stanu badań nad nim

Jak już wspomniano, program „Magia Nagości” zadebiutował w Wielkiej Brytanii w 2016 roku. W każdym odcinku show, który ma bardzo schematyczny przebieg, jedno lub dwoje bohaterów (w zależności od narodowej wersji) wybiera partnera na randkę (uczestnika, który dokonuje wyboru, na potrzeby badania oraz niniejszego tekstu autorka określa mianem „osoby decyzyjnej”). Wskazana osoba decyzyjna wchodzi do studia, w którym znajduje się kilka kolorowych kabin. W każdej z nich jest jeden z uczestników „do wyboru” (na potrzeby badania oraz niniejszego tekstu tych bohaterów programu autorka określa mianem „osób niedecyzyjnych”). Co istotne – osoby niedecyzyjne w kabinach są nagie. Ich ciała są odślaniane w sposób sekwencyjny – najpierw od stóp do pasa, następnie

od pasa do szyi, by ostatecznie ukazać ich twarze. Po każdym „odsłonięciu” osoba decyzyjna najpierw przechadza się po studiu, przygląda się ciałom uczestników, komentuje ich wygląd, a następnie odrzuca uczestnika, który podoba się jej najmniej. W efekcie (po odsłonięciu całych ciał uczestników oraz zadaniu im jednego pytania – konstrukcja i rola pytań zostaną opisane później) osoba decyzyjna wybiera partnera na randkę. Nim przedstawi ostateczną decyzję, również pojawia się w studiu nago. Zwieńczeniem programu jest informacja, jak potoczyły się losy bohaterów – np. czy kontynuują oni swoją znajomość. Ich losy są przedstawiane przez nich samych lub przez lektora.

Program, na co wskazują jego twórcy (np. we wstępie oraz słowami prowadzących), ma określone cele, a nawet swoistą „misję”. W każdej z analizowanych na potrzeby opisywanego badania wersji (czyli polskiej, brytyjskiej, duńskiej i fińskiej) na wstępie odcinka prowadząca⁴ zauważa, że współcześnie bardzo trudno znaleźć miłość i zbudować związek (wskazując m.in. na trudność w randkowaniu w internecie lub retuszowane i fałszywe zdjęcia na portalach randkowych). Zadaniem programu ma być powrót do „tradycyjnego” randkowania, w którym partnerzy spotykają i widzą się na żywo.

Z uwagi na temat artykułu w szerszy sposób scharakteryzować należy fińską wersję programu. W tym kraju zrealizowano dotychczas (stan na 2024 rok) trzy sezony show. Pierwszy z nich zaczęto emitować w 2020 roku. Program od początku wzbudzał zainteresowanie, a w mediach opisywano jego przesłanie, sylwetkę prowadzącej (zostanie ona zaprezentowana przy omawianiu wyników badania) oraz bohaterów. W ostatnim sezonie, którego emisja rozpoczęła się jesienią 2023 roku, wystąpiła, obok typowych uczestników, również pracownica seksualna.

Prowadząca show w 2023 roku na łamach prasy wskazywała na znaczenie programu oraz fakt, że w jej ocenie ma on charakter edukacji seksualnej: „Zobaczenie różnych ciał przyniosło mi wiele dobrego. Stałam się też bardziej ciałaopozytywną osobą. Wymagam od ludzi, że nawet jeśli ktoś nie lubisz, nadal możesz mówić o nim z szacunkiem. Naked Attraction to edukacja seksualna dla dorosłych” (Keränen, 2023).

W Finlandii program emitowany jest na kanale TV5 oraz w serwisie streamingowym Discovery+. W komunikacie tej platformy informowano o pozytywnym odbiorze produkcji przez fińską publiczność: „Otrzyma-

⁴ Jak zostanie wskazane później – wszystkie badane wersje show prowadzą kobiety.

liśmy wiele informacji zwrotnych [...], mówili, jak dobrze jest widzieć różne ciała i pozytywnie rozmawiać o nagości. Sercem programu jest poczucie wolności cielesnej i marzenie o znalezieniu partnera” (Pakkanen, 2023). Należy również zaznaczyć, że fińska wersja programu emitowana jest także w innych krajach, w tym w Polsce, co może być np. dla polskiego widza szansą na rozwój międzykulturowej wiedzy.

Program „Magia Nagości” był już przedmiotem analiz naukowych. W 2019 roku Angela Smith dokonała analizy brytyjskiej wersji programu i stwierdziła, że choć z pozoru może on szokować, to jego przekaz jest „łagodzony” przez producentów poprzez „uprzejmy” język oraz postawę prowadzącej program. Badaczka określiła je nawet mianem „konserwatywnych”, a całe show uznała za inkluzywne, ponieważ osoby o różnej orientacji seksualnej są w nim „akceptowane w ten sam sposób, bez wyśmiewania i wstydu” (2019, s. 715). Efektem przeprowadzonego badania było stwierdzenie przez A. Smith, że program w jej ocenie, mimo swojej formy i epatowania nagością jest „oderotyzowany” (tamże, s. 716).

Badanie odbiorców nowozelandzkiej odsłony programu, rok później przeprowadzili Justin Matthews i Angeliqne Nairn, którzy stwierdzili, że odbiorcy „pozytywnie odnosili się do programu [...] większość [...] nie była zaniepokojona nagością. [...] uznali, że jest to odświeżające, zwłaszcza że program ukazywał prawdziwych ludzi, z którymi można było się utożsamiać i potwierdzał samoświadomość wielu komentujących” (2020, s. 60). Wnioski płynące z ich analizy traktować również należy jako wzmocnienie tych dokonanych przez A. Smith.

Program został również, co wskazano we wstępie, przeanalizowany przez autorkę niniejszego artykułu (Konieczna, 2024), która dokonała porównawczej analizy czterech odsłon programu: polskiej, fińskiej, duńskiej i brytyjskiej. W toku badania, którego metodologia zostanie opisana poniżej, potwierdzono następujące hipotezy: „1. Pomiedzy poszczególnymi edycjami show nie wystąpiły różnice strukturalne, ale znacząco różnił się język, którym uczestnicy programu mówili o nagości; oraz 2. Program, w każdym z państw, miał charakter inkluzywny – tj. pojawiły się w nim osoby o różnej charakterystyce dotyczącej m.in. orientacji seksualnej, budowy ciała, wieku, koloru skóry oraz narodowości” (Konieczna, 2024). Częściowej falsyfikacji uległa natomiast trzecia z postawionych hipotez, która brzmiała: „Uczestnicy traktowali udział w programie (w warstwie deklaratywnej) jako formę rozrywki i poszukiwania przelotnej znajomości” (tamże).

Metodologia badania i próba badawcza

Jak już podkreślono – celem poniższego artykułu jest szczegółowa charakterystyka fińskiej wersji programu „Magia Nagości”, która w toku wcześniej przeprowadzonej analizy porównawczej okazała się wyróżniać na tle tożsamyh odsłon tego programu. W toku wspomnianego badania, które ukazało wyjątkowość fińskiej odsłony show, autorka dokonała porównawczej analizy czterech wersji programu, czyli polskiej, fińskiej, duńskiej i brytyjskiej. Do analizy wybrano te odsłony programu, które były emitowane wiosną 2022 roku w telewizji ZOOM TV lub były dostępne w serwisach streamingowych Player lub Filmbox+. Analizie poddano łącznie 24 odcinki programu – po cztery odcinki polskiej i brytyjskiej wersji oraz po osiem odcinków wersji fińskiej i duńskiej. Taki dobór próby został podyktowany dwoma przyczynami – dostępnością w serwisie Filmbox+ jedynie ośmiu odcinków fińskiej wersji show oraz sposobem konstrukcji programu (w Polsce i Wielkiej Brytanii w każdym odcinku występują dwie osoby decyzyjne, w Finlandii i Danii jedna osoba decyzyjna). Przeanalizowano więc po osiem „sytuacji wyboru” dla każdej wersji programu, co pozwoliło na uzyskanie charakterystyki 32 osób decyzyjnych i 160 osób niedecyzyjnych⁵. Należy podkreślić, że choć próba badawcza nie była relatywnie duża, to pozwoliła na sformułowanie konstruktywnych wniosków – show jest bowiem bardzo schematyczne.

Celem badania było sprawdzenie, w jaki sposób w wybranych edycjach programu obrazowana i opisywana jest nagość. Analiza pozwoliła również na wskazanie jako wyjątkowej fińskiej wersji programu, której został poświęcony niniejszy tekst.

Wspomiane badanie zostało przeprowadzone z wykorzystaniem dwóch metod: ilościowej oraz jakościowej analizy zawartości. W pierwszym przypadku skonstruowano klucz kategoryzacyjny, który składał się z dwóch części. Pierwszą z nich odniesiono do wszystkich osób biorących udział w programie, drugą (z uwagi na liczbę informa-

⁵ Należy również dodać, że „w przypadku polskiej, duńskiej i fińskiej wersji programu osoby decyzyjne dokonywały wyboru spośród pięciu osób niedecyzyjnych, a w przypadku brytyjskiej wersji kandydatów do wyboru było sześciu. Dodatkowo, w przypadku wersji fińskiej, charakterystyce poddano jednak tylko cztery osoby niedecyzyjne w każdym z odcinków, ponieważ pierwszy z odrzuconych uczestników (którego odrzucono po zaprezentowaniu sylwetek bohaterów show jedynie do pasa) nie był prezentowany widzom” (Konieczna, 2024).

cji prezentowanych w show, które uniemożliwiały np. wnioskowanie o orientacji seksualnej każdego z uczestników) jedynie do osób decyzyjnych. W kluczu kodowano takie informacje, jak m.in.: imię, wiek, płeć, orientacja seksualna, zawód, cechy charakterystyczne uczestnika. W sposób ilościowy przeanalizowano także komentarze wygłaszane przez osoby niedecyzyjne, które odpadły z programu – co umożliwiło ustalenie, jaki był ich deklaracyjny stosunek do udziału w omawianym show (użyte w tym przypadku kategorie zostaną przedstawione podczas omówienia uzyskanych wyników).

Analiza jakościowa pozwoliła natomiast zwrócić również uwagę na szczególne momenty programu, wizytówki osób decyzyjnych i ich deklarowane motywacje, zachowanie prowadzących show lub określenia, których uczestnicy i gospodynie programu używały na opisanie intymnych części ciała. Umożliwiło to poszerzenie spektrum badania.

Prezentacja wyników i ich analiza

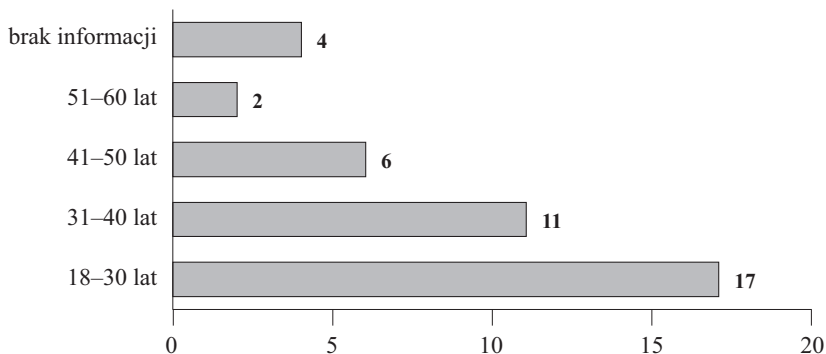
Szczegółowa analiza wyników, które uzyskano względem fińskiej odsłony programu zostanie zaprezentowana dla 7 obszarów analizy: 1) charakterystyka osób decyzyjnych i niedecyzyjnych; 2) prowadząca program i jej rola; 3) stawiane pytania; 4) pozorna „naukowość” programu; 5) motywacje osób decyzyjnych; 6) stosunek osób niedecyzyjnych do udziału w programie; 7) język programu.

1. Charakterystyka osób decyzyjnych i niedecyzyjnych

Jak już wskazano, w toku badania udało się ustalić, że program ma inkluzywny charakter, ponieważ występują w nim bohaterowie z różnych grup wiekowych, o różnej orientacji seksualnej, budowie ciała, sposobie zdobienia go, a także (w przypadku wybranych wersji programu) kolorze skóry. W przypadku fińskiej wersji programu największa liczba uczestników plasowała się w przedziale wiekowym 18–30 lat. Pojawili się jednak również reprezentanci innych kategorii wiekowych, w tym osoby powyżej 41. i 51. roku życia. Szczegółowe dane zaprezentowano na wykresie 1.

Ponadto ustalono, że w przypadku osób decyzyjnych (nie analizowano pod tym kątem osób niedecyzyjnych z uwagi na brak informacji) w wersji fińskiej wystąpiło 7 osób o orientacji heteroseksualnej i 1 osoba

Wykres 1. Wiek uczestników (osób decyzyjnych i niedecyzyjnych) fińskiej wersji programu „Magia Nagości



Źródło: Badanie własne.

o innej orientacji niż heteroseksualna (zastosowano tak szeroką kategorię, ponieważ nie każdy z uczestników dokładnie omawiał swoją orientację). W trakcie badania odnotowywano także, jaki zawód wykonywały osoby decyzyjne (jeśli deklarowały, że są osobami czynnymi zawodowo). W fińskiej wersji wystąpili: studentka chemii, kucharz, edukator ds. uzależnień, pracownica sektora opieki (będąca również modelką), kierowca oraz magazynier. Dla porównania w polskiej wersji pojawiło się więcej osób wykonujących nietypowe zawody lub mających nietypowe zainteresowania (które były omawiane równie szczegółowo, jak ich profesja), w show wystąpili np.: fotomodelka; artysta; dyrektor ds. IT i HR (a zarazem muzyk i pasjonat mody); bizneswoman (a zarazem pasjonatka BDSM, która deklarowała chęć wydania erotycznej autobiografii) lub tarocista (a zarazem astrolog i statysta filmowy). W ocenie autorki wskazuje to, że w Finlandii obaw przed udziałem w tym typie programu nie mają osoby wykonujące „typowe” lub potocznie określane jako „normalne” zawody.

2. Prowadząca program i jej rola

Co istotne, wszystkie analizowane wersje programu prowadzone są przez kobiety. Ich rola jako gospodyń show, jest dość rozbudowana – na wstępie witają one osobę decyzyjną i pytają o jej preferencje dotyczące potencjalnego partnera. Następnie towarzyszą osobie decyzyjnej

podczas oglądania i omawiania ciał uczestników – zadają jej pytania, nakierowują ją, o czym powinna mówić. Sposób formułowania pytań jest w tym przypadku istotny, ponieważ prowadzące skupiają się na dopytywaniu np. o to, kto przyciągnął uwagę uczestnika lub co w ciebie danej osoby spodobało mu się najbardziej – czyli skupiają się na komplementowaniu uczestników. Prowadzące również komplementują uczestników niedecyzyjnych, podkreślają ich różnorodność oraz fakt, że wszystkie ciała są uznawane za piękne i mają prawo być określane jako atrakcyjne. Dopytują także uczestników o ich odczucia i samopoczucie – na to ostatnie szczególną uwagę zwraca fińska prowadząca program, która w każdym odcinku dopytuje finałową dwójkę o to, jak czują się w programie.

Dodatkowo – prowadząca fińską odsłonę show – co także powinno wpływać na sposób oceny programu, jest zdecydowanie lepiej przygotowana do swojej roli od innych gospodyń „Magii Nagości”. Na przykład w Polsce prowadzenie programu oddano Beacie Oldze Kowalskiej – popularniejszej aktorce, znanej m.in. z serialu „Ranczo”. Nie można więc uznać jej za ekspertkę od sfery seksualnej. Prowadząca fińską wersję show, czyli Marja Kihlström jest natomiast wykwalifikowaną i czynną zawodowo terapeutką seksualną, edukatorką i coachem. Ponadto jest twórczynią kilku książek, kursów oraz własnego podcastu o tej tematyce. W ocenie autorki tekstu, podkreślenie wykształcenia prowadzącej program, jest niezwykle istotne. Pokazuje bowiem, że twórcy zadbali o to, by – stosując terminologię zaproponowaną przez Attwood – w studiu znajdowała się prawdziwa ekspertka seksualna, a nie medialna ekspertka⁶.

3. *Stawiane pytania*

Jak już wspomiano, w każdej z wersji programu, osoba decyzyjna może zadać pytanie osobom niedecyzyjnym. Uzyskanie na nie odpowiedzi ma dwa zadania, które mają uczestnikowi ułatwić wybór partnera na randkę. Po pierwsze, otrzymuje on możliwość usłyszenia głosu osób niedecyzyjnych i oceniania jego barwy. Po drugie, treść odpowiedzi na pytanie ma stanowić ułatwienie w wyborze. Treść zadawanych pytań różni się jednak w zależności od narodowej wersji programu. Na przykład w Wielkiej

⁶ Termin został wyjaśniony w pierwszej części tekstu.

Brytanii i Polsce pytania różnią się w każdym odcinku, zaś w Danii i Finlandii są stałe.

Co ważne, w Finlandii – co także dowodzi, że celem programu jest wspieranie uczestników i sprawianie, by czuli się oni komfortowo – bohaterowie zawsze odpowiadają na pytanie, co lubią w swoim ciele. Ponadto najbardziej pożądaną (i chwaloną przez prowadzącą) odpowiedzią, której może udzielić uczestnik, jest ta, w której stwierdza, że lubi w sobie wszystko, albo też nie jest w stanie wybrać jednej partii ciała, bo akceptuje się w pełni. Dla porównania w Polsce uczestnicy pytani byli również o kwestie niezwiązane z cielesnością (jak chęć posiadania dzieci), a w Danii odpowiadali oni na pytanie, co lubią, a czego nie lubią w swoim ciele. W Wielkiej Brytanii uczestnicy byli nawet dopytywani o swoje kompleksy i to co chcieliby w sobie zmienić.

4. Pozorna „naukowość” programu

Twórcy niektórych narodowych wersji show nadają mu również pozory naukowości – wskazują (w treści programu), że traktują go jako formę eksperymentu naukowego, a jego treść ubarwiana jest różnego rodzaju statystykami oraz ciekawostkami. W przypadku tych pierwszych często brakuje wskazania źródeł, z których „pozornie naukowe” dane zostały pozyskane.

W Finlandii nie są natomiast przedstawiane „pseudonaukowe” statystyki, ale zamiast tego prezentowane są ciekawostki i informacje, które mogą być istotne z punktu widzenia podkreślania różnorodności ludzkich ciał i ich budowy. W badanych odcinkach wskazywano np. na to, w jakie kształty może być golone owłosienie łonowe lub prezentowano, jak historycznie zmieniał się stosunek do wielkości kobiecych piersi. Fińscy twórcy show nie próbują więc nadawać mu pozorów „naukowości”, co także jest istotne w całościowej ocenie tej wersji programu.

5. Motywacje osób decyzyjnych

W trakcie badania przeanalizowano również deklarowane motywacje osób decyzyjnych do udziału w programie. Ustalono je poprzez analizę „wizytówek” (materiałów wstępnych, w których bohater opowiada o sobie) uczestników i przebiegu ich rozmów z prowadzącymi pro-

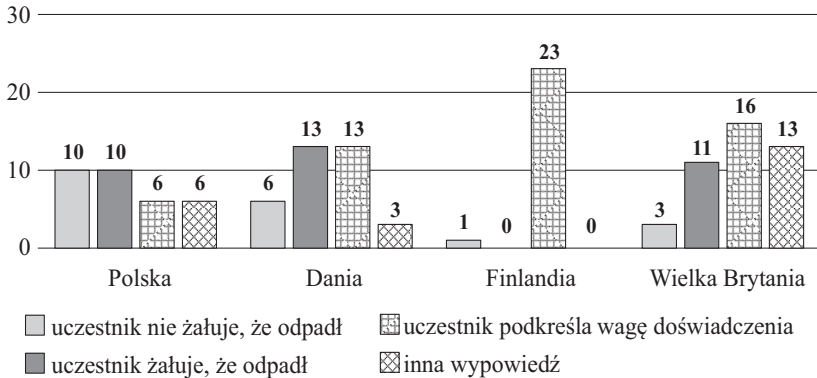
gram. Wśród najczęstszych motywacji uczestników można wskazać: poszukiwanie partnera do stałego związku (w tym znalezienia partnera w innej formie niż randkowanie *online*, z którym uczestnik sobie nie radzi); chęć przeżycia przygody oraz (dominującą w przypadku fińskiej wersji programu) – chęć ekspresji własnych przekonań i zdobycia nowego doświadczenia. Fińscy uczestnicy programu (w przeciwieństwie do bohaterów pozostałych narodowych wersji) nagminnie podkreślali, że udział w programie jest dla nich szansą na wyrażenie siebie. Na przykład: 22-letnia kobieta wskazywała, że „jest zwolenniczką łamania tabu nagości” (Finlandia, S101); 31-letni mężczyzna zaznaczał, że poprzez program wyraża akceptację dla swojego ciała, z czym przez długi czas miał problem oraz zachęcał do tego osoby, które obejrzą program: „Miałem problemy z akceptacją własnego ciała. Uważałem, że jestem za chudy albo za gruby. Wciąż coś mi nie pasowało. Dużo nad sobą pracowałem i w końcu zaakceptowałem swoje ciało. [...] Nauczyłem się, że podejmowanie wyzwań wzmacnia pewność siebie. To może być też sposób na dawanie dobrego przykładu innym” (Finlandia, S103). Kolejna z osób uczestniczących⁷ zauważała natomiast, że jest ekoseksualistą oraz radykalną feministką, która chce publicznie manifestować swój stosunek do nagości i seksualności – zaznaczała, że postanowiła „wziąć udział w programie ze względu na szeroko pojęty motyw cielesności oraz swój radykalny feminizm” (Finlandia, S105). Osoba uczestnicząca, co również istotne w kontekście tematu artykułu oraz struktury programu, podkreślała tamże, że nie postrzega każdej nagości jako seksualnej – zaznaczała bowiem, że „każdy ma prawo sam decydować o tym, kiedy jego nagość może być seksualizowana, a kiedy nie” (tamże). Pozostałe osoby decyzyjne podkreślały również, że postrzegają nagość jako całkowicie naturalną, nie mają problemu z jej eksponowaniem – np. w saunie lub chodząc nago po domu/uprawiając nagą jogę. Zaznaczały także, że istotne jest dla nich zdobycie nowych doświadczeń – ich rolę podkreślał 35-letni mężczyzna: „Chodzi też o samo doświadczenie, żeby postawić sobie wyzwanie i mieć, co wspominać na starość” (Finlandia, S108). W przypadku uczestników fińskiej wersji programu należy więc zauważyć, że chęć poszukiwania partnera, znalezienia miłości lub związku nie była u nich czołową motywacją, a dodatkową możliwością wobec szansy na wyrażenie siebie.

⁷ W przypadku tej osoby nie określono jej płci, ani jednoznacznie nie zdefiniowano orientacji seksualnej.

6. Stosunek osób niedecyzyjnych do udziału w programie

W sposób ilościowy przeanalizowano również wypowiedzi osób, które odpadły z programu i zostały odrzucone przez osobę decyzyjną. Każdy z odrzuconych uczestników otrzymuje bowiem możliwość krótkiej wypowiedzi do kamery, w której odpowiada o swoich odczuciach. W badaniu wyróżniono cztery kategorie stwierdzeń uczestników: (1) „uczestnik nie żałuje, że odpadł z programu”; (2) „uczestnik żałuje, że odpadł z programu”; (3) „uczestnik podkreśla wagę pozytywnego doświadczenia”; (4) „uczestnik konstruuje inną wypowiedź” (np. odnosi się do sytuacji, która miała miejsce w programie). Ustalono, że o ile w przypadku wersji polskiej, duńskiej i brytyjskiej występowały wszystkie typy wypowiedzi, o tyle 23 z 24 wypowiadających się uczestników fińskiej wersji programu podkreślało jedynie wagę pozytywnego doświadczenia, a niekiedy również możliwość ekspresji swoich przekonań lub szansę na promowanie pozytywnych postaw.

Wykres 2. Typy wypowiedzi odrzuconych osób niedecyzyjnych (liczba wypowiedzi)



Źródło: Badania własne (Konieczna, 2024).

Można przywołać takie wypowiedzi fińskich uczestników, jak: „Nie martwię się, że ominęła mnie randka. Grunt, że zdecydowałem się na nowe doświadczenie” (S1O1); „Przekraczanie własnych granic doda je skrzydeł. Czuję się jak zwycięzca” (tamże); „To było znakomite doświadczenie. Jestem z siebie dumna, że się odważyłam” (S1O2); „To było świetne doświadczenie. Fajnie jest zaprezentować obraz tzw. normalnego

ciała, ponieważ we współczesnym świecie presja wyglądu jest naprawdę ogromna. Uważam, że każdy powinien czuć się dobrze i akceptowany we własnym ciele” (S103); „To było wyzwalające doświadczenie stać tam zupełnie nago” (S104); „Wspaniałe doświadczenie. Wspiera mnie w realizacji wizji mojego życia. Daje też wiarę w ludzi. W to, że potrafimy być otwarci i akceptować innych takimi, jakimi są” (S105); „Doświadczenie było niesamowite. Dla mnie najważniejsze, żeby ludzie byli zadowoleni, jak wyglądają i mieli odwagę być sobą” (S108). Deklarowana postawa uczestników wobec programu jest więc kolejnym elementem, który podkreśla wyjątkowość fińskiej wersji programu na tle innych jego odsłon (wykres 2).

7. Język programu

Jak już wspomniano, podczas analizy porównawczej, ustalono również, w jaki sposób uczestnicy programu oraz jego gospodynie wypowiadały się na temat intymnych części ciała. Najciekawsze (z uwagi na stosowane porównania) i najczęściej występujące w każdej z wersji programu określenia zebrano w tabeli 1. Analiza zebranych określeń pozwoliła stwierdzić, że język programu różnił się w zależności od analizowanej odsłony show. Wersja fińska, co także ukazuje jej wyjątkowość, cechowała się najmniej barwnym językiem, a stosowane określenia można określić mianem „neutralnych”. W ocenie autorki tekstu język stosowany w tej odsłonie show jest spośród wszystkich analizowanych wersji programu najbliższy temu, który powinien być wykorzystywany podczas edukowania w obszarze seksualności – nie pojawia się jego tabuizacja, jak i nie jest on szczególnie ubarwiany.

Podsumowanie

Celem zaprezentowanego tekstu, co wskazano we wstępie, była charakterystyka fińskiej odsłony programu „Magia Nagości”. Udało się go zrealizować, dzięki szczegółowemu przedstawieniu i szerszemu omówieniu wybranych wyników przeprowadzonej wcześniej porównawczej jakościowej i ilościowej analizy zawartości programu telewizyjnego. Autorka, która scharakteryzowała również termin „seksualizacja” i opisała prawdopodobne oddziaływanie tego zjawiska na odbiorców mediów, uznaje,

Tabela 1

Sposób nazywania intymnych części ciała w wybranych wersjach programu „Magia Nagości”

Dania	Polska	Finlandia	Wielka Brytania
tyłek, pupa, pupcia, tyłeczek, dupka, pośladki	tyłek, tyłeczek, pośladki, dupcia, dupeczka, brzoskwinka	pośladki, tyłeczek, pupa	tyłeczek, brzoskwinka, buteczki, bochenki, pupcia; o pośladkach: „wybita waliza”, „ładna szpara”
cipka, muszelka, szpara, wagina, brzoskwinka; o waginie: „plac zabaw”	wagina, muszelka, techtaczką	wagina, cipka, szparka, łono	wagina, wargi sromowe, cipka, muszelka, runo, brzoskwinka, broszka, fontanna; o waginie: „rozkoszna cebulka”, „furtka”, „owoc, klejnot życia”
penis, wacek, fiutek, członek, siusiak, jądra, jajka; o penisie: „interesik”, „klejnoty”, „sprzęt”	penis, członek, jądra, jąderka, jajeczka; o penisie: „skarby”, „klejnoty”, „trzecia noga”, „wąż”; o jądrach: „kule bilardowe”	penis, siusiak, członek; o penisie: „klejnoty”	ptaszek, wacek, członek, trzonek, pieszczocho, klin, napletek, fujiara, caeko, masz, narzęd; o penisie: „oreź”, „kuban”, „puszka pringles”; o jądrach: „skoczne kulki”, „granaty”, „śliweczki”, „klejnoty”, „śliwy”, „bycze jaja”
piersi, brodawki, sutki; o piersiach: „oczy”	piersi; o piersiach: „rajskie jabłuszka”	piersi, sutki	piersi, sutki, cycuszki, cycusie; o piersiach: „spiczaste bufory”, „melony”, „balony”, „arbuzy”, „dymie”, „pagórki”
włosy łonowe; o owłosieniu: „gęstwina”	włosy łonowe, gąszcz, wzgórek łonowy, włoski; o owłosieniu: „fryzurka”, „wykałaczki”	owłosienie łonowe; o owłosieniu: „pełen busz”	o owłosieniu: „krzaczozy”, „pierz”, „kudełki”
„tło do sceny” – o stosunku wielkości penisa do jąder; „per ona” – o waginie	– o przyrodzeniu; „te części ciała” – o wargach sromowych; „fiki miki” – o seksie		„dzwonki i sznur” – o penisie i jądrach; „zdrowy wór z jajami” – o penisie i jądrach; „pas startowy” i „terminal” – o owłosieniu i waginie; „kopia i dzwony” – o penisie i jądrach

Źródło: Badania własne (Konieczna, 2024, s. 99).

że fińska wersja programu, która: jest inkluzywna; prowadzona przez wykształconą edukatorkę i terapeutkę seksualną, dbającą o samopoczucie uczestników; którzy traktują program (w warstwie deklaratywnej) jako szansę na uzyskanie nowych doświadczeń oraz możliwość ekspresji swoich przekonań; i która cechuje się „neutralnymi” określeniami na intymne części ciała, może zostać określona mianem „oderotyżowanej”, a nawet „wyjątkowo oderotyżowanej” (nawiązując do określenia zaproponowanego przez A. Smith wobec brytyjskiej wersji programu).

Szerszym i ciekawszym pytaniem pozostaje jednak to, czy program, który ukazuje nagich uczestników i skupia się jedynie na fizycznych aspektach ich ciał, może być, tak jak twierdzi jego prowadząca, formą edukacji seksualnej prowadzonej za pośrednictwem mediów, czy jest jedynie przykładem medialnej seksualizacji.

Autorka tekstu skłania się ku pierwszej z odpowiedzi, stwierdzając równocześnie, że współcześnie edukacja seksualna, jeśli ma być skuteczna i ma docierać do szerokiego grona odbiorców, musi być prowadzona za pośrednictwem mediów, a także przekazów kultury popularnej (z uwagi na zasięg i siłę ich oddziaływania). Dyskusja powinna jednak przebiegać w możliwie bezpiecznych i komfortowych warunkach, a także z udziałem wykształconych ekspertów, a nie medialnych seksperatów.

Bibliografia

- Aronson E., Wilson T. D., Akert R. M. (1997), *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zysk i S-ka, Poznań.
- Attwood F. (2009), *Introduction: The Sexualization of Culture*, w: *Mainstreaming sex. The sexualisation of Western Culture*, red. F. Attwood, I.B. Tauris, New York.
- Attwood F. (2018), *Sex Media*, Polity Press, Cambridge, UK.
- Coy M. (2014), *Sexualised sexism: popular culture, sexualisation and violence against women and girls*, Discussion Paper, London Metropolitan University, London, <https://repository.londonmet.ac.uk/5806/1/EVAW%20sexualisation%20briefing%20FINAL.pdf>, 15.01.2023.
- Coy M., Garner M. (2012), *Definitions, discourses and dilemmas: policy and academic engagement with the sexualisation of popular culture*, „Gender and Education”, nr 24.
- Denby A. (2021), *Toxicity and Femininity in Love Island: How Reality Dating Shows Perpetuate Sexist Attitudes Towards Women*, „Frontiers in Sociology”.
- Gill R. (2007), *Postfeminist media culture: elements of a sensibility*, „European Journal of Cultural Studies”, nr 10(2).

- Gill R. (2012), *Media, empowerment and the 'sexualization of culture' debates*, „Sex Roles: A Journal of Research”, nr 66(11–12).
- Hasło: *seksualizacja* (2024), <https://sjp.pl/seksualizacja>, 30.05.2024.
- <https://www.unesco.org/gem-report/en/cse-country-profiles> (2018).
- Keränen T., *Riisuisitko vaatteet kameroiden edessä, Marja Kihlström? "Olen ollut aina sinut alastomuuden kanssa"*, 28.10.2023, <https://www.seiska.fi/katso/riisuisitko-vaatteet-kameroiden-edessa-marja-kihlstrom-olen-ollut-aina-sinut-alastomuuden-kanssa/1176017>, 20.05.2024.
- Koczułap K., *Edukacja seksualna walczy z seksualizacją dzieci. Buduje w nich pewność, że nikt nie może ich uprzedmiotawić*, <https://sexed.pl/seksualizacja-a-edukacja-seksualna/>, 25.05.2024.
- Konieczna A. (2024), *Seksualizacja w mediach na przykładzie wybranych odsłon programu Magia nagości*, „Com.press.”, nr 6(2).
- Kozłowska A. (2006), *Oddziaływanie Mass Mediów*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- „Magia Nagości. Finlandia.” Sezon 1. Odcinki 1–8, Platforma: Filmbox+
- Matthews J., Nairn A. (2020), *Lights, Action, Naughty Bits: A Thematic Analysis of New Zealanders' Attitudes to Naked Attraction*, „IAFOR Journal of Cultural Studies”, nr 5.
- McNair B. (2004), *Seks, demokratyzacja pożądania i media, czyli kultura obnażania*, Muza, Warszawa.
- McQuail D. (2007), *Teoria Komunikowania Masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Michalczyk S. (2009), *Pojęcie mediatyzacji w nauce o komunikowaniu*, w: *Mediatyzacja kampanii politycznych*, red. M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Pakkanen R. (2023), *Kohauttanut Naked Attraction Suomi – ohjelma tekee paluun – Mukana seksityön ammattilainen*, 5.10.2023, <https://www.iltalehti.fi/tv-ja-leffat/a/273692cb-4532-4e73-a24b-c2b4e0446bfc>, 20.05.2024.
- Papadopoulos L. (2010), *Sexualisation of young people*, Review.
- Piontek D. (2011), *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyżacja informacji o polityce*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, Poznań.
- Pokorna-Ignatowicz K. (2012), *O prorodzinnej misji TVP uwag kilka, czyli telenowełe a kapitał społeczny*, w: *Medialny obraz rodziny i płci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków.
- Schulz W. (2006), *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Słownik Języka Polskiego* (2024), <https://sjp.pl/seksualizacja>.

- Smith A. (2019), 'How the hell did this get on tv?': Naked dating shows as the final taboo mainstream TV, „European Journal of Cultural Studies”, nr 22(5–6).
- Zurbriggen L. E., Collins R. L., Lamb S., Roberts T., Tolman D. L., Ward L. M., Black J. (2007), *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*, <https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>, 21.01.2023.
-

Variants of sexuality image on the example of an analysis of the Finnish version of the program ‘Naked Attraction Suomi’. Media sexualisation or ‘sex education’?

Summary

ANG: “Naked Attraction” is a controversial TV show that debuted in 2016 in the UK. In subsequent years, the programme has seen several national versions, including a Finnish version that stands out from the other instalments of the show. The objective of the text was to delineate “Naked Attraction Suomi”, which was accomplished utilizing the quantitative and qualitative content analysis conducted previously. The text attempts to answer the question whether the show should be considered an example of media sexualization or sex education through the media.

Key words: ANG: sexualization, media, “Naked Attraction”, media sexualization, sex education

Informacja o autorze

Aleksandra Konieczna [alekon3@amu.edu.pl] – absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz politologii, obecnie doktorantka w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych UAM. Członkini Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół kultury popularnej – jej przekazów oraz odbiorców, zjawiska medialnego zaangażowania, sposobów ramowania polityki w kulturze, a także zjawiska seksualizacji w mediach.