



Natalia Gałązka*

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Obrazy współczesnego polskiego rodzicielstwa na przykładzie użytkowników aplikacji Instagram

KEYWORDS

parenthood, Instagram, social media, parents, image

ABSTRACT

Natalia Gałązka, *Obrazy współczesnego polskiego rodzicielstwa na przykładzie użytkowników aplikacji Instagram* [Images of modern polish parenting on an example users of the Instagram]. *Kultura – Społeczeństwo – Edukacja* nr 2(24) 2023, Poznań 2023, pp. 269–282, Adam Mickiewicz University Press. ISSN (Online) 2719-2717, ISSN (Print) 2300-0422. <https://doi.org/10.14746/kse.2023.24.2.15>

The aim of the article is an attempt to characterize the parenting images specific to Polish users of the Instagram application. The article is an analysis based on a review of scientific pedagogical literature and media studies, as well as on the results obtained from own analysis in the scope of the discussed subject area. The issue of new media (especially social media), their function and importance in human life and the impact on the perception and fulfillment of the role of a parent will be discussed. The concept of sharenting as one of the forms of presenting one's parenthood in social media will also be introduced. The topic related to the concept of photo-everyday life and social exhibitionism in the virtual space will also be addressed in relation to the activity of parents on Instagram. The author's typology will also be presented, including typical images of parenting, selected on the basis of the analysis of accounts of well-known public people who are active Instagram users.

* ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7764-9105>.

Social media a rodzicielstwo

Charakteryzując współczesne społeczeństwa, w tym także społeczeństwo polskie, należy zauważyć istotną rolę, jaką odgrywają w nich media społecznościowe. Oczywisty wydaje się fakt, że znaczna część populacji korzysta z różnego rodzaju platform internetowych i pozostaje na nich aktywna w mniejszym lub większym stopniu, a do codziennego, potocznego języka wkracza coraz więcej zwrotów mających swoje źródła w wirtualnej rzeczywistości. Tematyka rodzicielstwa i social mediów może wydawać się odległa od siebie. Gdy myślimy o rodzicielstwie, przypisujemy mu wymiar rzeczywisty, intymny i dostępny jedynie dla rodziców oraz ich dzieci; niemożliwe, a przynajmniej trudne, wydaje się przeniesienie tej sfery do przestrzeni online. Należy jednak pamiętać, że żyjemy w świecie, w którym wszechobecne są różnego rodzaju media i środki masowego przekazu, dostarczające człowiekowi wielu informacji, danych oraz wyobrażeń na temat prezentowanych tematów, w tym również utrwalania obrazów dotyczących życia rodzinnego. Media społecznościowe są przestrzenią, która pozwala rodzicom na dzielenie się swoim życiem rodzinnym ze znacznie szerszą publiką niż jedynie ich najbliżsi. Natalia Stek zauważa, że

rozwój technologiczny na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat wpłynął na przeniesienie wielu aspektów rzeczywistości do przestrzeni online. Relacje społeczne ograniczają się przez to do aktywnego użytkowania portali społecznościowych, co umożliwia pozostawanie w stałym kontakcie ze znajomymi. Specyfika takich stron pozwala na utrwalenie wspomnień w formie wpisów, zdjęć, filmów. Jedną z grup korzystających z takich możliwości są rodzice, którzy chcąc podzielić się z przyjaciółmi wydarzeniami z życia, udostępniają materiały zawierające wizerunek dzieci (Stek, 2021, s. 101).

Ponadto, jak zauważa Anna Błasiak, w kontekście aktywności rodziców w social mediach mówić można już o trendzie, który opiera się na ich aktywności tworzącej rodzaj wirtualnej narracji.

Współcześni użytkownicy Internetu są świadkami występowania nowego trendu wykreowanego przez rodziców, który polega na rozpowszechnianiu w mediach społecznościowych swoich osobistych przeżyć i doświadczeń związanych z rodzicielstwem. Opowieści te można interpretować w kategoriach narracji. Zjawisko to zaczyna mieć masowy charakter i przybiera formę swoistego rytuału. Osoby, które zostały (lub zostaną) rodzicami, publikują w Internecie informacje, zdjęcia lub filmy dotyczące własnego potomstwa, tworząc swoistą opowieść (Błasiak, 2019, s. 378–379).

Duża aktywność polskich rodziców korzystających z aplikacji Instagram pozwala zatem zaobserwować i wyróżnić obrazy współczesnego rodzicielstwa w Polsce.

Współczesne rodzicielstwo

Dla rozważań zagadnienia podjętego w temacie artykułu kluczowe jest wyjaśnienie najważniejszych pojęć, a pierwszym z nich jest *rodzicielstwo*. Za rodzicielstwo można uznać fakt bycia rodzicem.

Bycie rodzicem, odgrywanie roli rodzicielskiej dotyczy osoby dorosłej, która ma zobowiązania rozwojowe i opiekuńczo-wychowawcze wobec dziecka. Należy jednak podkreślić, że korzyści tego procesu są dwustronne, ponieważ rodzic, a nie tylko dziecko, podlega procesowi rozwoju. Obie strony są aktywne i wzajemnie wpływają na siebie (Błasiak, 2015, s. 50).

Kluczowy zatem, poza faktem posiadania potomstwa, jest również aktywny udział rodzica w procesie wychowywania dziecka, realizacja zadań opiekuńczych oraz wspieranie go we wszechstronnym rozwoju. Rodzicielstwem powinno być zatem świadome i aktywne realizowanie roli opiekuńczo-wychowawczej względem dziecka. Współczesne rodzicielstwo, jak zauważa Lucyna Bakiera:

jest najczęściej świadomym wyborem, będącym efektem szacowania inwestycji związanych z dzieckiem oraz ograniczeń wynikających z nowej roli. Bycie rodzicem konfrontowane jest z koniecznością rezygnacji z pewnych dóbr, możliwością utraty pracy, redukcją niezależności, a w przypadku kobiet również spadkiem atrakcyjności fizycznej. Rodzicielstwo stanowi „refleksyjny projekt”, wyrażający względną (a nie bezwzględną) wartość w życiu dorosłych, zależną od osobistych aspiracji, standardu ekonomicznego, komfortu życia (Bakiera, 2014, s. 147).

Rodzicielstwo wymaga zatem świadomego podjęcia decyzji o podejmowaniu roli rodzicielskiej oraz dostrzeżenia zadań i obowiązków. Świadome podejście do rodzicielstwa, które jest charakterystyczne dla sporej części współczesnych rodziców, wiąże się również z możliwościami samodzielnego budowania swojego obrazu rodzicielstwa, a także podejmowania wielu różnych aktywności związanych z rodzicielstwem.

Pojęcie mediów społecznościowych oraz ich znaczenie w życiu człowieka

Media są stale obecnym elementem w życiu współczesnego społeczeństwa, w tym również rodziców. Jak zauważa Krzysztof Stachura, obecnie zmierzamy

w kierunku społeczeństwa, które określić należy mianem medialnego. W tak zorganizowanym środowisku społecznym środki masowego przekazu są wszechmocne i wszechobecne.

Składają się na kompleksowy system medialno-informacyjny, który wspomaga większość działań ludzkich. Obserwujemy powstawanie świata i kultury realnej wirtualności, które przenikają sposoby naszego codziennego komunikowania i skłaniają do ciągłego emocjonalnego doświadczania i przeżywania coraz bardziej intensywnych wrażeń (Stachura, 2010, s. 88).

Coraz więcej osób wykorzystuje nowe media nie tylko do poszukiwania informacji czy zapewnienia sobie rozrywki, ale przede wszystkim do pozostawania w kontakcie z innymi użytkownikami Internetu. Jak pisze Roman Konik o nowych mediach:

by precyzyjnie zanalizować zagadnienie nowych mediów, należy zatem wprowadzić użyteczną cezurę między mediami nowymi i starymi. Zwyczajowo granicę tę upatruje się nie tyle w konkretnych wynalazkach technicznych, ile raczej w metodach i praktykach komunikacyjnych. Najpopularniejszym, a i najczęściej przyjmowanym intuicyjnie kryterium jest wskazanie na kontekst cyfryzacji. [...] pod pojęciem tym rozumiemy wszystkie te metody i praktyki społeczne związane z komunikowaniem się, reprezentacją i ekspresją, jakie rozwinęły się dzięki cyfrowemu, multimedialnemu, usieciowionemu komputerowi, jak również wszelkie innowacje, jakie za sprawą komputera zostały wprowadzone do innych mediów (Konik, 2016, s. 24).

Obecnie można byłoby wskazać telefon i wiele aplikacji mobilnych, które umożliwiają komunikowanie się z innymi. Gdy mówimy o współczesnych mediach, należy przywołać termin *Web 2.0*, który odwołuje się do użytkowników Internetu po roku 2005 i zwraca uwagę na zmianę interakcji pomiędzy twórcami witryn a ich użytkownikami, co w praktyce oznacza, że odbiorca stał się również aktywnym uczestnikiem społeczności internetowych oraz współtwórcą różnorodnych serwisów i ich zawartości. Mirosław Moroz dodaje również, że

fenomen ekspansji serwisów społecznościowych opiera się na więziach łączących użytkowników i grupy zainteresowań oraz interakcjach pomiędzy nimi. Dynamicznie generowana treść, możliwość komentowania i włączania się w dyskusję, zorientowania się w aktywności znajomych i wyartykułowania własnego zdania stanowi podstawę rozwoju omawianych serwisów zarówno w sensie ilościowym, jak i jakościowym (Moroz, 2010).

Media społecznościowe stwarzają człowiekowi przestrzeń, która pozwala mu obserwować interesujące go osoby, miejsca czy wydarzenia, a także dzielić się z innymi swoimi własnymi doświadczeniami i wydarzeniami, które mają miejsce w jego otoczeniu. Istotną rolę odgrywa tu interakcja z innymi użytkownikami, komentowanie, opiniowanie i nawiązywanie nowych relacji wirtualnych, które dają niekiedy możliwość przeniesienia ich na relacje nawiązywane w pozawirtualnej rzeczywistości.

Internetowa aktywność widowni w dużej mierze opiera się na poddawaniu odbieranych informacji obróbce poznawczej i w dalszej kolejności ich przetwarzaniu na własne doświadczenia. Taka umiejętność wydaje się koniecznością w sytuacji, gdy liczba oferowanych przekazów jest ilościowo nieograniczona. [...] Nawet intensywne korzystanie z nowego medium rzadko oznacza przebywanie w jednym sieciowym miejscu. Użytkownicy nie rzadko poświęcają bardzo krótkie odcinki czasu na przeglądanie wiadomości na jednym portalu internetowym czy nowych notek na regularnie odwiedzanym blogu. Aktywność widowni w sieci to także zaangażowanie jej członków w konkretne doświadczenia medialne oraz zachowywanie kontroli nad śledzonymi treściami i nieuleganie przy tym nadmiernym emocjom (Stachura, 2010, s. 91).

Instagram i jego popularność

O tym, jak bardzo media społecznościowe na stałe wpisały się w naszą rzeczywistość społeczną, świadczy fakt stale rozwijającej się siatki pojęć i zjawisk powiązanych z życiem społecznym oraz mediami społecznościowymi. Jednym z najpopularniejszych serwisów społecznościowych w Polsce jest Instagram. Jest to aplikacja, która umożliwia swoim użytkownikom dzielenie się zdjęciami oraz krótkimi filmami, a także nawiązywanie interakcji poprzez możliwości komentowania oraz wysyłania wiadomości prywatnych między użytkownikami. Jak zauważa Karol Rawski, „Instagram jest dynamicznie rozwijającą się fotograficzną platformą społecznościową, przeznaczoną do publikacji zdjęć oraz dającą swoim użytkownikom możliwość wchodzenia w interakcje poprzez lubienie postów i dodawanie do nich komentarzy, a także publikowanie relacji, wysyłanie wiadomości i prowadzenie transmisji na żywo” (Rawski, 2022, s. 163). Według danych z raportu Datareportal *Digital 2021: Poland* z mediów społecznościowych w Polsce korzysta 25,90 mln osób, co stanowi 68,5% populacji, z czego ponad 9 mln osób korzysta z portalu Instagram, co stanowi niemalże 25% polskiego społeczeństwa. Najwięcej użytkowników mediów społecznościowych można znaleźć wśród osób między 18–34 rokiem życia w stosunku: 60% kobiet i 40% mężczyzn (Datareportal, 2021). Cechą wyróżniającą Instagram na tle innych portali społecznościowych jest z pewnością wysoki wskaźnik interakcji, co w praktyce oznacza znacznie większą niż na pozostałych portalach aktywność użytkowników nie tylko w zakresie publikowanych treści, ale również w reagowaniu, komentowaniu i odpowiadaniu na nie.

Instagram jest jedną z platform, które stwarzają swoim użytkownikom wiele możliwości prezentowania siebie jako rodzica poprzez publikowanie zdjęć, filmów, prowadzenie relacji na żywo, ale również dzięki możliwości wykorzystywania wie-

lu form wypowiedzi tekstowej oraz wchodzenia w relacje z innymi użytkownikami, dzięki którym rodzice mogą podzielić się swoimi przeżyciami, doświadczeniem czy refleksjami na temat rodzicielstwa.

Zjawiska społeczne powiązane z serwisem Instagram

Jednym ze zjawisk społecznych, które można zaobserwować wśród użytkowników Instagrama, jest ekshibicjonizm społeczny, związany z pokazywaniem i prezentowaniem siebie. Można powiedzieć, że ekshibicjonizm społeczny jest formą odkrywania się jednostki przed szerszą grupą społeczną niż tylko rodzina i znajomi. Karina Leksy, opisując go, zaznacza, że „za szczególnie popularne należy uznać umieszczanie na profilach portali społecznościowych zdjęć, które między innymi mają udowodniać, że osoba rzeczywiście jest taka, za jaką stara się uchodzić” (Leksy, 2014, s. 307). Dodaje ona również, że

większość użytkowników Internetu, a w szczególności członków portali społecznościowych zachowuje się tak, jakby niezbyt przejmowała się tym, czy sąsiad, komisja rekrutacyjna lub pracodawca dowiedzą się, co robi dla zabawy. Opisują oglądane miejsca, zamieszczają zdjęcia swojej rodziny, na blogach zwierzają się z poglądów politycznych i dość szczegółowo omawiają najbardziej i najmniej ulubione rzeczy. W rezultacie ludzie mogą zacząć oceniać innych w dużej mierze na podstawie informacji, jakie są ujawniane w sieci. Mogą zakładać, że w realnym świecie osoby te są takie same, jak publiczna twarz w internetowym profilu, i z powodu tego błędnego wyobrażenia mogą postanowić, że nie zaprzyjaźnią się z tymi osobami offline, nie dadzą im pracy lub nie zaproszą na nowy kurs na studiach (Leksy, 2014, s. 307).

W polskim społeczeństwie dostrzegalna jest coraz większa popularność dzielenia się swoim życiem w mediach społecznościowych. Świadczy o tym fakt dużej liczby użytkowników takich mediów oraz mnogości zdjęć i filmów, które są przez nich na social mediach udostępniane. Chęć zaprezentowania innym swojego życia może wynikać z chęci przekonania samego siebie o swojej atrakcyjności, a także budowania poczucia własnej wartości na podstawie komentarzy czy liczby polubień zdjęć. Internet jest również miejscem, które pozwala na wyrażanie swoich poglądów, a co za tym idzie może spełniać fałszywe poczucie bycia wysłuchanym oraz tego, że własne zdanie jest istotne dla innych ludzi.

Pojęciem, które łączy wcześniej omówione zjawisko ekshibicjonizmu społecznego z pojęciem rodzicielstwa, jest *sharenting*. Sharenting, jak uważa Anna Brosch, „odnosi się do aktywności rodziców przede wszystkim w mediach społecznych, polegającej na nagminnym zamieszczaniu zdjęć i treści dotyczących ich dzieci” (Brosch, 2017, s. 380). Sharenting jest zatem udostępnianiem przez rodziców wi-

zwrunku i treści związanych z ich dziećmi. Jak wskazuje raport *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci?*, w Polsce zdjęciami dzieci dzieli się około 40% rodziców. Rocznie każdy z nich wrzuca do sieci średnio 72 zdjęcia i 24 filmy ze swoimi dziećmi na pierwszym planie. Warto dodać, że rodzice dokumentujący online życie dziecka nie stosują ograniczeń dotyczących wyświetlania materiałów. Aż 42% z nich udostępnia je większym grupom znajomych, liczącym nawet do 200 osób (Bierca i Wysocka-Światała, 2019). Zastanawiając się nad szeroką skalą udostępniania wizerunku dziecka w Internecie, można odwołać się do przytoczonego już wcześniej zjawiska ekshibicjonizmu społecznego. Warto zwrócić uwagę na fakt, że rodzice równie często sami znajdują się na udostępnianych zdjęciach bądź dodane do nich komentarze są związane z udziałem rodzica w prezentowanej aktywności dziecka. Jak podkreśla Monika Puła, zdjęcia publikowane w sieci bardzo dużo mówią o wizerunku osób. „Z jednej strony często dzielimy się swoją prywatnością, publikujemy zdjęcia przedstawiające intymne chwile z naszego życia. Z drugiej strony unikamy zdjęć, które mogłyby pokazać porażki, niepowodzenia oraz jakiegokolwiek nieprzyjemne aspekty życia. [...] Tematyka zdjęć najczęściej dotyczy autora” (Puła, 2018, s. 105). Zatem jednym z powodów, dla których rodzice decydują się na upublicznianie chwil spędzonych z dzieckiem lub też samego dziecka, może być potrzeba stworzenia swojego obrazu jako rodzica dla szerszego grona osób. Poprzez udostępnianie zdjęć rodzice pragną zmanifestować i zdefiniować siebie w roli rodzica. Upublicznianie aktywności dziecka ma za zadanie zbudować również własne poczucie wartości i kompetencji w kwestii rodzicielstwa i zwrócić uwagę na własny udział oraz zaangażowanie w rozwój dziecka.

Aktywność rodzicielska w Internecie może być związana z mechanizmem porównań społecznych według teorii Leona Festingera. Wówczas sharenting może wynikać z potrzeby gromadzenia informacji o innych rodzicach i ich zachowaniach, pozwalających na określenie i ocenę samego siebie. Procesy porównawcze odgrywają zasadniczą rolę w poszukiwaniu własnej tożsamości grupowej, służą ochronie i wspomaganie siebie oraz swojej grupy (Błasiak, 2018, s. 132).

Warto dodać, że wielu rodziców publikujących wizerunek swoich dzieci nie zdaje sobie sprawy z zagrożeń, jakie może powodować takie działanie.

Metodologia badań własnych

Przedmiotem omawianych badań były obrazy współczesnego polskiego rodzicielstwa prezentowane przez użytkowników aplikacji Instagram. Główny problem

badawczy stanowiło pytanie: Jakie obrazy rodzicielstwa zaobserwować można u polskich użytkowników aplikacji Instagram? Problem główny rozszerzały trzy problemy szczegółowe:

- Jakie są najczęściej występujące obrazy polskiego rodzicielstwa kreowane przez użytkowników aplikacji Instagram?
- Czy i jeśli tak, to w jaki sposób można skategoryzować obrazy polskiego rodzicielstwa udostępniane użytkownikom Instagrama?
- Czy i jeśli tak, to jakie są cechy charakterystyczne dla wyróżnionych kategorii polskich obrazów rodzicielstwa kreowanych przez użytkowników aplikacji Instagram?

Metodą badawczą w prezentowanych badaniach była monografia problemu, a zastosowaną techniką – jakościowa analiza treści.

Analizując treść danego komunikatu (którym jest na przykład tekst pisany, nagranie dźwiękowe, film) możemy wyciągnąć wnioski odnoszące się nie tylko do samej treści tego komunikatu, lecz także do jego nadawcy – jak zwraca się do odbiorców, jak widzi rzeczywistość społeczną lub jak ją przedstawia [...] Analiza treści polega na systematycznym (przeprowadzonym według określonych procedur) analizowaniu treści przekazów wybranego rodzaju w poszukiwaniu pewnych prawidłowości (Maj, 2013, s. 127–128).

Narzędzie badawcze stanowiła matryca zawierająca cechy charakterystyczne dla wybranych obrazów rodzicielstwa.

Próbę badawczą stanowili polscy użytkownicy aplikacji Instagram zamieszczający treści o charakterze parentingowym i mający ponad 50 tys. followersów. Badanie trwało trzy miesiące – od grudnia 2022 do marca 2023 roku – i obejmowało codzienną obserwację wybranych kont.

Obrazy polskiego rodzicielstwa obecne na Instagramie

Na podstawie dużej aktywności i różnorodności treści parentingowych w aplikacji Instagram wyróżnionych zostało pięć najczęściej występujących obrazów współczesnego polskiego rodzicielstwa.

Rodzicielstwo bez skazy

Tworzą je fragmenty życia rodzinnego użytkowników Instagrama, którzy prezentują jedynie dobre strony rodzicielstwa. Można zaobserwować u nich zaangażowanie w wychowywanie dziecka, wspólne spędzanie czasu, również takie, które wydaje się być szczególnie atrakcyjne, tj. różne wycieczki czy zabawy w popular-

nych miejscach. Są to rodzice prezentujący siebie jako osoby zaangażowane oraz spełniające się jako rodzice, pomijający w swoich relacjach trudne chwile, jak nieprzespane noce czy trudności wychowawcze. Rodzice prezentujący na swoich kontach ów obraz rodzicielstwa równie często jak swoje rodzicielstwo, tak i swoje dzieci pokazują jako dzieci idealne, bez wad. Chwalą się postępami w rozwoju czy nauce swoich dzieci, pokazują ich sukcesy i zainteresowania. Rzadko udzielają rad dotyczących wychowania czy opieki nad dzieckiem; o wiele częściej pokazują użyteczne przedmioty, których używają do opieki nad dziećmi lub których używają ich dzieci. Zdarza się, że rodzice w tym obrazie rodzicielstwa wykazują dystans do sytuacji rodzicielskich, które ich dotyczą, jednak nigdy bezpośrednio nie pokazują w sposób prześmiewczy swoich dzieci, a wspominają jedynie o zabawnych w ich opinii sytuacjach, które dotyczyły zarówno dziecka, jak i rodzica.

Przykłady takich obrazów codzienności rodzicielskiej można zaobserwować na kontach użytkowników: jakobkosel, ciocialistyle, Jdabrowsky, sylwiaprzybysz, m_rozenek.

Rodzicielstwo bez ogródek

Drugi obraz rodzicielstwa, który można zaobserwować u polskich użytkowników Instagrama, jest nieco odmienny od pierwszego. Rodzice, których można wpisać w ten obraz, zachowują równowagę pomiędzy pokazywaniem pozytywnych aspektów rodzicielstwa – równie często pokazują wiele trudności, jakie mogą się pojawić. Dość ciekawy jest fakt, że część rodziców, których można wpisać w omawiany obraz, bardzo chroni prywatność swoich dzieci – między innymi nie pokazuje ich twarzy. W prezentowanych treściach parentingowych skupiają się bardziej na swoich reakcjach i doświadczeniach w różnych sytuacjach. Często u takich rodziców można usłyszeć o zmęczeniu czy o radości z możliwości wyjścia z domu bez swojego dziecka. Nie obawiają się jednak opowiadać o trudnych sytuacjach, jakie dotyczą ich jako rodziców, ale też o problemach, jakie napotykają na drodze do stawania się rodzicami, np. brak wiedzy, jak poradzić sobie z chorobą dziecka czy o trudnościach z zajściem w ciążę. Są oni również typem rodziców zaangażowanych, chętnie opowiadających o swoim rodzicielstwie z zachowaniem jak największej prywatności swojego dziecka. Jest to obraz rodzicielstwa, który często nie jest kroniką życia dziecka, a kroniką doświadczeń rodzicielskich. Opowieści o wzlotach i upadkach, jakich doświadczają, również zawierają narracje, które dotyczą samych odczuć rodzica. Ów obraz rodzicielstwa cechuje również dystans do sytuacji, jakich rodzice doświadczają, a treści poważne przeplatają się z żartobliwym spojrzeniem na omawiany temat. „Rodzice bez ogródek” często angażują się w propagowanie treści edukacyjnych dotyczących wychowania dziecka, jednak

najczęściej polega to na podawaniu informacji o wydarzeniach organizowanych przed ekspertów w danych dziedzinach lub udostępnieniu do tego celu swojej platformy; pytania o radę zadawane przez obserwatorów przekierowują oni do specjalistów w danych dziedzinach.

Do osób prezentujących w swoich mediach społecznościowych takie obrazy rodzicielstwa należą: olazebrowska, zborowskazofia czy maffashion_official.

Cukierkowe rodzicielstwo

Ten obraz rodzicielstwa jest bardzo zbliżony do „rodzicielstwa bez skazy”. Dziecko jednak nie jest tutaj na pierwszym planie, a stanowi ono pewnego rodzaju dodatek, który pozwala dopełnić obraz idealnego życia. Rodzicielstwo pokazane jest w pozytywnym, a wręcz idealnym świetle, rodzice są zawsze uśmiechnięci i chętnie opowiadają o swojej radości i spełnieniu w roli rodzica, a dzieci są zawsze grzeczne, zabawne i ułożone. Tym, co odróżnia „cukierkowe rodzicielstwo” od „rodzicielstwa bez skazy”, jest fakt, że treści parentingowe spełniają również działania marketingowe oraz stanowią *content*, czyli główną tematykę prowadzonych profili, co oznacza, że większość przekazywanych treści odbywa się przy udziale dzieci, mimo że często nie znajdują się one w planie centralnym. Jak zauważa Magdalena Kamińska:

w przypadku „instamatek” sytuacja dzieci, które stanowią główny temat produkowanych przez nie i sprofilowanych tematycznie wokół rodzicielstwa treści komplikuje się jeszcze bardziej, gdyż ujawniane informacje stają się źródłem nie tylko emocjonalnych, społecznych i poznawczych, ale również materialnych zysków dla rodziców. Można powiedzieć, że obecnie dzięki normalizacji praktyki sharentingu niektóre dzieci wykonują mierzalną, opłacaną pracę na rzecz matek, udzielając im swojego wizerunku, dostarczając contentu i tematów do wpisów. Byłoby to zjawisko nie tylko wątpliwe etycznie, ale również prawnie, mogące w przyszłości skutkować oskarżeniami o wykorzystywanie i określonymi roszczeniami finansowymi (Kamińska, 2019, s. 257).

Omawiany obraz rodzicielstwa pokazywany jest często na wakacjach spędzanych za granicą, w luksusowych miejscach, a dzieci są zawsze odpowiednio ubrane i w otoczeniu atrakcyjnych przedmiotów. W niektórych przypadkach zdarza się, że rodzice prezentujący ów obraz rodzicielstwa zakładają konta na Instagramie swoim niczego nieświadomym dzieciom i oprócz aktywności na własnych kanałach społecznościowych piszą w imieniu dziecka na tych założonych z wykorzystaniem danych osobowych dzieci.

Do najpopularniejszych influencerów, u których można zaobserwować taki obraz, należą: Andziaks, jej partner lucky_luka_official oraz the_happyfamily.

Rodzicielstwo z uśmiechem

Omawiany obraz rodzicielstwa charakteryzuje się poczuciem humoru i dużym dystansem do realizowanych przez rodziców zadań. Mniej na tych profilach dostrzec można dzieci, a bardziej subiektywną ocenę rodziców dotyczącą różnych sytuacji rodzinnych związanych bezpośrednio z ich własnym zachowaniem, jak również z zachowaniem ich dzieci, czy też codziennych wydarzeń i sytuacji, które spotykać mogą każdego rodzica. Rodzice z uśmiechem dzielą się ze swoją społecznością wieloma przemyśleniami, pokazują codzienność w krzywym zwierciadle. W odróżnieniu od pozostałych obrazów rodzicielstwa obserwatorzy takich kont nie spotykają się bezpośrednio z rodzicielstwem autorów profili, a są zachęceni do własnych refleksji nad wydarzeniami z nim związanymi oraz zaakceptowania własnych trudów i niedoskonałości, przy wykorzystaniu do tego filmików, memów czy zdjęć o charakterze humorystycznym. Pokazują oni również stereotypy, które najczęściej pojawiają się w różnych opiniach na tematy dotyczące rodzicielstwa. Nie udzielają oni rad, ale zdarza się, że umieszczają na swoich profilach informacje czy cytaty mające charakter edukacyjny, ale również inspirujący dla swoich odbiorców. W odróżnieniu od innych obrazów rodzicielstwa ten nie bazuje na chęci prowadzenia kroniki dokonań rodzicielskich, a jego celem jest raczej budowanie poczucia wspólnoty doświadczeń z odbiorcami.

Do przedstawicieli tego obrazu rodzicielstwa można zaliczyć z pewnością profile mamanaobrotach24h oraz blogojciec.

Rodzic doradca

Treści na profilach rodziców, których można wpisać w ten obraz rodzicielstwa, mają charakter poradników. Rodzice ci, gdy opowiadają o swoim rodzicielstwie, starają się tworzyć treści w taki sposób, aby były one jak najbardziej użyteczne dla osób odwiedzających ich profile. W tych obrazach tematyka związana jest ściśle z rodzicielstwem, trudno znaleźć tam posty niezwiązane z nim. Dzieci są chętnie pokazywane w niemal wszystkich sytuacjach życia codziennego, a ich aktywność jest często uzupełniona jakimś komentarzem ze strony rodzica. Rodzic doradca chętnie opowiada o swoich sukcesach rodzicielskich i pozytywnych doświadczeniach, zdecydowanie trudniej odnaleźć treści, które mówią o jakichś niepowodzeniach. Tym, co odróżnia „rodzica doradcę”, od tego, który prezentuje obraz „rodzica bez skazy”, jest fakt, że o ile dzieci nie są pokazywane jako idealne, to działania i zachowania rodzica zazwyczaj się bezbłędnie i odpowiednio do danej sytuacji. Co ciekawe, ten obraz rodzicielstwa widoczny jest głównie u kobiet. Opowiadają one o swoich doświadczeniach, sprawdzonych sposobach

na poradzenie sobie z trudnościami oraz odpowiadają na wiele pytań zadawanych przez swoich obserwatorów. Warto tutaj dodać, że porady często opierają się jedynie na doświadczeniach matek, praktycznie nie można tutaj dostrzec odesłania do innych źródeł.

Przykładem obrazu „rodzica doradcy” na Instagramie są między innymi: *dzieciaki_cudaki*, *mataja_blog* oraz *toja_mama*.

Warto dodać również, że u niektórych użytkowników można zaobserwować przeplatające się wzajemnie obrazy rodzicielstwa i w zależności od bieżącej aktywności można wyróżnić u nich więcej niż jeden obraz. Najczęstszym z przedstawionych obrazów jest zdecydowanie „rodzicielstwo bez skazy”, choć zgodnie z wkraczającym powoli do Polski trendem naturalności i szczerości – coraz więcej rodziców decyduje się na pokazywanie „rodzicielstwa bez ogródek” i zdobywa się na coraz bardziej szczerze i osobiste wyznania.

Podsumowanie

Ze względu na znaczącą rolę mediów w życiu społecznym i ich silne oddziaływanie należy pamiętać, że obrazy rodzicielstwa, jakie prezentowane są za pomocą mediów, będą miały istotny wpływ na postrzeganie i realizowanie rodzicielstwa przez współczesnych rodziców. Media społecznościowe, do których zaliczany jest Instagram, stanowią dla rodziców istotne źródło wiedzy i informacji, a tym samym kształtują i modelują postawy współczesnych rodziców.

Współczesne pokolenia dzieci i ich rodziców to pokolenia, które są zarówno użytkownikami Internetu i mass mediów, jak również uczestnikami wirtualnego świata, tworzącymi go i kreującymi, a tym samym wyznaczającymi zmiany w zakresie uwarunkowań społeczno-kulturowych. Prowadzi to do licznych przekształceń w obszarze funkcjonowania społecznego związanego chociażby z modyfikacjami w zakresie tradycyjnych wzorców rodzicielstwa oraz procesami opiekuńczo-wychowawczymi. Współczesny rodzic to bowiem często osoba, która uczy się rodzicielstwa, pozostając w stałym kontakcie z wirtualną rzeczywistością, skąd czerpie wiedzę oraz informacje dotyczące wychowania i opieki nad dzieckiem. To także osoba, która poprzez stały kontakt z innymi użytkownikami social mediów, uzyskuje potwierdzenie prawidłowej realizacji zadań rodzicielskich, przez co może spełniać się w roli matki lub ojca (Uram i in., 2020, s. 154).

W przedstawionych wcześniej obrazach rodzicielstwa prezentowanych przez polskich użytkowników Instagrama na uwagę zwraca fakt, że większość z pokazanych przykładów rodziców to rodzice dzieci do 10 roku życia, a zdecydowana

większość – do 5 roku życia. Może mieć to znaczenie szczególnie dla młodych rodziców, którzy wśród treści parentingowych będą poszukiwali informacji oraz inspiracji, a także na ich podstawie będą kształtowali własne rodzicielstwo. Istotne wydaje się zatem obserwowanie zmian, jakie zachodzą w wirtualnej rzeczywistości w obszarze rodzicielstwa, gdyż mają one istotny wpływ na współczesnych rodziców i odgrywają istotną rolę w kształtowaniu się ich świadomości rodzicielskiej.

Bibliografia

- Bakiera, L. (2014). Zaangażowanie w rodzicielstwo na tle współczesnej rodziny. *Kultura i Edukacja*, 102(2), 146–172. <https://doi.org/10.15804/kie.2014.02.07>
- Bierca, M., Wysocka-Świtała, A. (2019). *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci?* <https://cluepr.pl/sharenting-po-polsku-czyli-ile-dzieci-wpadlo-do-sieci/>
- Błasiak, A. (2015). Współczesne rodzicielstwo – tendencje zmian i ich uwarunkowania. W: J. Karbowniczek, A. Błasiak, E. Dybowska (red.), *Dziecko, rodzina, wychowanie. Wybrane konteksty* (s. 47–68). Akademia Ignatianum w Krakowie, Wydawnictwo WAM.
- Błasiak, A. (2018). Sharenting – współczesną formą rodzicielskiej narracji. *Horyzonty Wychowania*, 17(42), 125–134, artykuł 42.
- Błasiak, A. (2019). Narracje rodziców w przestrzeni mediów społecznościowych. *Biografistyka Pedagogiczna*, 4(1), 373–386, artykuł 1.
- Brosch, A. (2017). *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?* W: H. Krauze-Sikorska, M. Klichowski (red.), *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa* (s. 379–399). Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Datareportal. (2021, 11 lutego). *Digital 2021: Poland*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-poland>
- Kamińska, M. (2019). „Madki” kontra trolle. Użytkownicy mediów społecznościowych przeciwko oversharentingowi. *Media i Społeczeństwo*, (11), 251–269.
- Konik, R. (2016). Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów. *Dyskurs: Pismo Naukowo-Artystyczne ASP we Wrocławiu*, 22, 20–39.
- Leksy, K. (2014). Ekshibicjonizm społeczny w przestrzeni wirtualnej – rozważania społeczno-pedagogiczne. *Chowanna*, 1, 305–317.
- Maj, A. (2013). Analiza treści. W: M. Makowska (red.), *Analiza danych zastanych: przewodnik dla studentów* (s. 127–147). Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Moroz, M. (2010). Źródła efektywności przekazu marketingowego w serwisach społecznościowych. *E-mentor*, 36(4), 62–67.
- Puła, M. (2018). Kreowanie własnego wizerunku w mediach społecznościowych. *Edukacja – Technika – Informatyka*, 26(4), 102–106.
- Rawski, K. (2022). Instagram jako narzędzie kreowania narracji o mieście. W: M. Bolek, M. Dajnowski, K. Rawski (red.), *Teksty Internetu – Internet tekstów* (s. 161–180). Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

- Stachura, K. (2010). (Nowe)? widownie. Doświadczenia odbiorców mediów w kulturze konwergencji. W: P. Francuz, S. Jędrzejewski (red.), *Nowe media i komunikowanie wizualne* (s. 85–94). Wydawnictwo KUL.
- Stek, N. (2021). Sharenting jako aktywność rodziców w sieci na przykładzie portalu społecznościowego Instagram. W: D. Siemieniecka, M. Szablowska-Zaremba (red.), *Internet jako przestrzeń relacji społecznych – szanse, ograniczenia, perspektywy* (s. 101–116). Wydawnictwo KUL.
- Uram, P., Reiter, M., Graf, O. (2020). Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach. *Pedagogika Społeczna*, 19(2(76)), 153–164.