

Marta Baszewska
Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń
e-mail: martabaszewska@gmail.com

Problem „dzieciństwa kulturowego” jako wytworu nowych mediów

DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/RF.2017.014>

Analizując język współczesnych poradników kierowanych do rodziców oraz quasi-eksperymentalnych wskazówek wychowawczych obecnych w przestrzeni Internetu, a także biorąc pod uwagę założenia stosunkowo nowej dyscypliny naukowej, jaką są *childhood studies* i teorii symulakrum Jeana Baudrillarda, nie sposób nie zauważyć, że „świat dziecka jest nieprzenikniony, niedostępny dla tych, którzy przekroczyli próg dorosłości, pozostaje im tylko próba zgadnięcia, kim ono jest i jak postrzega świat”¹. Artykuł porusza zatem problem nowomediального konstruowania dzieciństwa i macierzyństwa, które odbywa się głównie na powierzchni obrazu stanowiącego warunek *sine qua non* zdecydowanej większości portali społecznościowych, zwłaszcza omawianego szeroko Instagrama. Upatrując źródeł nowego podejścia do dziecka w filozofii postmodernizmu i charakterze kultury płynnej nowoczesności (hiperindywidualizm wspierany przez nowe media, estetyzacja życia codziennego, konsumpcjonizm), przedstawiam wizerunki dzieciństwa i macierzyństwa obecne i dominujące (infantylny i melancholijny) w przestrzeni nowych mediów, a także podejmuję próbę zrekonstruowania procesu, czy raczej mechanizmów ich wytwarzania. Odnosząc się do tezy postawionej przez Marshalla McLuhana o determinacji przekazu medialnego przez samo medium, formułuję wnioski dotyczące marginalizacji autentycznych wizerunków dziecka i dzieciństwa, która wynika niejako

¹ E. Maciejewska-Mroczek, *Mrówczka zabawa. Współczesne zabawki a społeczne konstruowanie dziecka*, Kraków 2012, s. 10.

z podprogowych założeń medium. To właśnie ono ze względu na swój ściśle polityczny charakter narzuca użytkownikom określone schematy, wymusza konkretne zachowania komunikacyjne i, oferując złudną możliwość nieograniczonej ekspresji i wolności, skutecznie zniechęca do tworzenia pewnych „szkodliwych”, zdaniem jego twórców, treści. Jednostronny przekaz medialny, jaki do nas dociera, podtrzymujący *status quo*, sprawia, że częściej postrzegamy dzieci jako „wdzięczne stworzonka”, jak w okresie renesansu, odmawiając im prawa do politycznej i etycznej potencjalności². Nie widzimy dzieci takimi, jakimi są, ale takimi, jakimi chcielibyśmy, żeby były.

Dziecko jako podmiot i projekt rodzicielski

Zainteresowanie dzieckiem i dzieciństwem zapoczątkowane kanoniczną już dzisiaj pracą Philippe’a Arièsa wzrosło wraz z pojawieniem się nowych mediów i ich bujnym rozwojem, a co za tym idzie z nowymi tekstami kultury wytwarzanymi w ich obrębie. Zdając sobie sprawę z tego, że nowe czasy przyniosły zupełnie nowe sposoby ekspresji i uczestnictwa w kulturze, których nie знаła epoka przemysłowa, na kwestie dzieciństwa i rodzicielstwa rozumiane jako konstrukty społeczno-kulturowe należy spojrzeć z tej właśnie, nowomediowej perspektywy. Formy społecznego kreowania obrazu rodzicielstwa i dzieciństwa, jakie można zaobserwować w nieustannie zmieniającej się rzeczywistości wirtualnej, mają swoje źródło w dużej mierze w charakterze kultury ponowoczesnej, z zasady polifonicznej, nastawionej na mnogość mikronarracji i mikroświatów. Koegzystencja i konwergencja mediów tradycyjnych i cyfrowych, a zatem także i przenikanie się różnorodnych treści sprawia, że nie sposób mówić o jednym (i jedynym) sposobie postrzegania dziecka i dzieciństwa. Chociaż z analizy materiału źródłowego, jakim są konta instagramowe matek, wyłania się pewna dominująca wizja dzieciństwa, na której kształt ma wpływ samo medium, nie należy zapominać, że w ich obrębie istnieją także inne. Nie ulega jednak wątpliwości, że funkcjonując na obrzeżach głównego dyskursu, są marginalizowane, a nawet traktowane jako „odstępstwo od normy”. Powstaje zatem pytanie, w jaki sposób media z założenia zdemokratyzowane i mające służyć użytkownikom do ekspresji siebie, wymuszają na nich konkretne typy zachowań i praktyk, a także prowokują do dyscyplinowania tych, które nie wpisują się w dominujący i akceptowany przez większość model.

² A. Męczkowska-Christiansen, *Dyskursy dzieciństwa a polityka. Pomiedzy wykluczeniem a obywatelskim uczestnictwem*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2010, nr 2, s. 29–32.

Dzieciństwo kulturowe, rozumiane (analogicznie do *sex* i *gender*) jako obraz dziecka wytwarzany przez kulturę nadającą mu różne znaczenia i funkcje, jest zmienne w czasie i zależne od konkretnego typu kultury³. W ponowoczesności zmiany w postrzeganiu dziecka i dzieciństwa dokonują się na kilku poziomach. Pierwszym z nich jest multiplikacja wzorców wychowania, co wiąże się z hegemonią dyskursu eksperckiego, którego źródła należy szukać w psychoanalizie Zygmunta Freuda. Różne modele funkcjonują na tych samych prawach, mają swoich zwolenników i przeciwników, przy czym żadnego z nich nie można określać jako wiodącego. W przestrzeni, jaką są *social media*, na dużą skalę umożliwiające wymianę poglądów dotyczących wychowania dzieci, nie sposób nie dostrzec pewnych „fal” promowania konkretnych modeli. Rodzice, zwłaszcza matki, tworzący wspólnoty na portalach internetowych poświęconych rodzicielstwu, forach, w blogosferze, w grupach dyskusyjnych na Facebooku, często przyznają się do szumu informacyjnego, jaki wywołuje mnogość poradników i sposobów na bycie „dobrym rodzicem”, a także sposobów na wychowanie, czy wręcz stworzenie „dobrego dziecka”. Wygórowane oczekiwania, jakie stawiają przed sobą współcześni rodzice za sprawą ekspertów, doprowadzają do traktowania dziecka jako „projektu”, długoletniej inwestycji, którą od samego początku należy odpowiednio pokierować. Bruno Bettelheim upatruje źródła takiego postrzegania dziecka w kulturze konsumpcji, w której najważniejszą wartością jest osobisty sukces jednostki⁴. Podając krytykę język poradników, dochodzi do wniosku, że utwierdzają one czytelników w przekonaniu co do istnienia metod, których poprawne stosowanie zapewni im sukces wychowawczy. Niestety, o ile takie działanie sprawdza się w przypadku tworzenia przedmiotów złożonych z konkretnych elementów, o tyle w relacjach międzyludzkich nie jest już skuteczne, bo nie bierze pod uwagę złożoności ludzkiej natury. Poradnictwo za sprawą nowych mediów nie traci więc na swojej popularności, wręcz przeciwnie, przeradza się w hiperpopularność i rodzi hiperniepewność wśród rodziców. Co więcej, życie człowieka ponowoczesnego, czy nowomediального staje się przez to projektem stale *in statu nascendi*. Zamiast szukać niepodważalnych prawd, które określałyby w sposób jednoznaczny charakter rzeczywistości, człowiek woli te prawdy wytwarzać sam, w efekcie czego nadrzędna Prawda nieustannie mu się wymyka, zamiast niej istnieją różne, pluralistyczne, równouprawnione. Należy nadmienić, że nie istnieją intersubiektywne kryteria pozwalające określić normy rodzicielskiego postępowania, co nie zmienia faktu, że zwłaszcza w internecie jako przestrzeni zdemokratyzowanej użytkow-

³ Ibidem, s. 28.

⁴ B. Bettelheim, *Wystarczająco dobrzy rodzice. Jak wychować dziecko*, przeł. D. Kubiczka, M. Gawlik, Poznań 2014, s. 34.

nicy szczególnie chętnie przyjmują postawy normotwórcze, kreując się na autorytety w dziedzinie psychologii, pedagogiki, odżywiania i zdrowia dziecka etc. Użytkownicy zaczynają traktować własne sposoby postępowania jako uniwersalne zasady, które należałoby narzucić innym dla ich dobra.

Drugą, równie ważną kwestią jest objęcie tematu dziecka i dzieciństwa naukową refleksją. Pojawienie się w przestrzeni akademickiej interdyscyplinarnego kierunku, jakim są *childhood studies*, wpłynęło na emancypację tematu dziecka w dyskursie naukowym, wzorując się na feminizmie. Dziecko rozumiane jest przez badaczy studiów nad dzieciństwem jako indywiduum. W badaniach odchodzi się od zaproponowanego przez modernizm podziału na *human beings*, czyli dorosłych, osób pełnowartościowych i *human becomings*, dzieci, które dopiero staną się pełnymi istotami⁵. Nie definiuje się go przez brak dorosłości czy jako nieracjonalne, nieprzygotowane do samodzielnego konstruowania świata, ale uznaje za aktywnego aktora życia społecznego⁶, nadającego znaczenie rzeczywistości nie mniejsze od tego nadawanego przez dorosłych. Dzięki mocy sprawczej, jaką przypisuje się dziecku, zyskuje ono swą podmiotowość, przestaje być wykluczane. W czasach współczesnych dzieciństwo nadal pozostaje kluczowym etapem w życiu człowieka, od którego zależy jego przyszłość, ale zanegowane zostało jednostronne postrzeganie edukacji i socjalizacji. Dzieci uzyskały podmiotowość, tak samo jak relacja rodzica z potomkiem stała się dwustronna, partnerska, co nie zmienia faktu, że za sprawą poradnictwa dziecko bywa postrzegane jako projekt rodzicielski⁷, rzadkie, cenne i prestiżowe dobro, które jest wartością autoteliczną⁸.

Jednym z podstawowych „elementów konstrukcyjnych” współczesnej koncepcji dziecka, widzianego oczami dorosłych, jest jego „przyszłościowy” status (*futurity*). Dziecko nie jest tym, kim jest, lecz tym, kim będzie (jako dorosły)⁹.

Wychowanie przestaje być jedynie wywieraniem wpływu i kształtowaniem bezwolnej, absolutnie plastycznej i całkowicie podatnej na bodźce wychowawcze istoty. Stało się procesem wspólnym, w którym dzieci i rodzice uczestniczą na niemalże równych prawach. Wraz z tymi

⁵ E. Maciejewska-Mroczek, *Mrówcza zabawa...*, s. 38.

⁶ *Ibidem*, s. 62.

⁷ A. Szymanik-Kostrzewska, *Dziecko jako projekt rodzicielski?*, Warszawa 2016, s. 27–32.

⁸ M. Bienko, *Perfekcyjna matka oraz bachor w poradnikach i bezradnikach współczesnej popkultury*, w: *Rodzina wobec wyzwań współczesności. Wybrane zagadnienia*, red. I. Taranowicz, S. Grotowska, Wrocław 2015, s. 92.

⁹ E. Maciejewska-Mroczek, *Mrówcza zabawa...*, s. 13.

tendencjami w zapomnienie odeszło postrzeganie dziecka jako tego, którego należy od świata dorosłych odseparować i poddać „kwarantannie” rozumianej jako pobyt w szkole i innych instytucjach edukacyjno-wychowawczych. Granice między rzeczywistością rodziców i dzieci zatarty się, relacje rodzinne uległy demokratyzacji, rozluźnieniu uległ podział ról w rodzinie, których odgrywanie stało się kwestią wolnego wyboru, a nie narzuconej patriarchalnej tradycji¹⁰. Na akceptację mnogości alternatywnych wzorów życia rodzinnego (monoparentalność, związek partnerski, rodzina patchworkowa czy homoseksualna) wpływa rosnące społeczne przekonanie o wyższości wolności jednostki nad dobrem rodziny. Małgorzata Sikorska, badając zmiany w paradygmacie rodziny i wychowania, za początek ukonstytuowania się „nowej rodziny” opartej na równości, indywidualności i autonomii jej członków uznaje lata 60. i 70. XX wieku¹¹. Przemiany modelu rodziny badacze upatrują właśnie w apogeum indywidualizmu, które to zjawisko bywa uznawane za charakterystyczne dla kultury postmodernizmu¹².

Dziecku przypisano zupełnie nową rolę, dzięki czemu samodzielnie może konstruować własną tożsamość jako aktywny uczestnik kultury, prosument, a zarazem istota od urodzenia dorastająca w otoczeniu nowych mediów, jako aktywny uczestnik kultury konwergencji. Prowadzi to do wykształcenia cechy wielozadaniowości, a zarazem perfekcyjnego opanowania form i możliwości ekspresji i komunikacji (zwłaszcza wizualnej). Nie da się również nie zauważyć, że postmodernistyczne dzieciństwo zyskało nowe wymiary – z jednej strony nastawienie na sensualne przyjemności, z drugiej aspekt komercjalizacji¹³. Rzecz jasna procesy te wywołują reakcje krańcowo różne w opinii zarówno publicznej, jak i eksperckiej, które można przyrównać do tworzenia mitologii dzieciństwa.

[...] zarówno pozytywne, jak i negatywne argumenty [na temat wpływu nowych mediów na dzieci – dop. M. B.] odwołują się do ogólniejszych przeświadczeń na temat dzieciństwa, a w istocie do mitologii dzieciństwa. Z jednej strony dzieci widzi się jako naturalnie obdarzone spontaniczną kreatywnością, która wyzwala się w jakiś samoistny sposób, podczas gdy z drugiej strony dzieci postrzegane są jako bezbronne, niewinne i wymagające ochrony. Ostatecznie oba stanowiska są symptomatyczne dla chronicznego sentymentalizmu, jakim naznaczony jest stosunek na-

¹⁰ M. Sikorska, *Nowa matka, nowy ojciec, nowe dziecko. O nowym układzie sił w polskich rodzinach*, Warszawa 2009, s. 150–152, 156–161.

¹¹ Ibidem, s. 150.

¹² A. Szahaj, *Postmodernizm w kulturze współczesnej*, Bydgoszcz 2001, s. 19.

¹³ D. Buckingham, *Nowe media – nowe postaci dzieciństwa? Zmieniające się środowisko kulturowe dzieci w erze technologii cyfrowej*, w: *Wprowadzenie do badań nad dzieciństwem*, red. M. J. Kehily, przeł. ks. M. Kościelniak, Kraków 2008, s. 157–159.

szege społeczeństwa do dzieci – co przekłada się na ograniczony zasób sposobów konstruowania znaczeń dzieciństwa i tym samym nakłada ograniczenia na życie dzieci [...]¹⁴.

Bez wątplenia dzieciństwo zyskało również w czasach późnej nowoczesności status czasu rajskiego, idealizowanego, podlegającego typowo postmodernistycznej tendencji do kreowania obrazów nostalgicznych, przesyconych tęsknotą za mitologizowaną przeszłością.

Dzieciństwo w epoce, w której nic nie jest pewne, jawi się jako bezpieczna ostoja dla pamięci. Staje się pierwotną, utraconą całością. Powrót do niej jest niemożliwy, a tęsknota za nią pozostaje na zawsze niezaspokojona. Pamięć o dzieciństwie jako jedności, pierwotnie czystej relacji z matką (idealnym „prototypie” wszelkich innych związków) wywoływać musi melancholię, która jest stanem związanym z nieuchronną utratą miłości¹⁵.

Modernizm wytyczył ścisłą granicę między tym, co dorosłe a tym, co dziecięce. Postmodernizm natomiast stara się te granice zatrzeć. Jak prognozował Tarzycjusz Buliński, dzieciństwo utraci swoją odrębność, stanie się coraz mniej „dziecięce”. Zmiana ta jednak nie zakłada zjednienia obu światów, powrotu do patrzenia na dziecko jak na dorosłego, ale upłynnienie kategorii dziecięcości, młodości i starości. Prognozował to już Ariès.

Dzisiaj starość znikła, a w każdym razie znikła z języka mówionego, gdzie słowo „stary” przetrwało jako określenie pogardliwe lub protekcyjne. Można wyróżnić dwa etapy tej ewolucji: w pierwsiem czcigodny, siwowłosy starzec, nestor udzielający dobrych rad, patriarcha o bezcennym doświadczeniu [...]. Nie jest on jeszcze żwawym staruszkiem, ale już też nie zgrzybiałym staruchem z XVI i XVII wieku. [...] w naszych czasach – i to jest etap drugi – starzec znikł. Zastąpił go „mężczyzna w pewnym wieku” oraz „świetnie zakonserwowani panowie i panie”. Są to pojęcia ze świata burżuazyjnego, ale już za chwilę będą ludowe. Technologiczna idea „konserwacji” zajęła miejsce biologicznego i etycznego zarazem pojęcia starości.

Wygląda na to, że każdej epoce odpowiada specyficzna periodyzacja życia i jakiś jeden uprzywilejowany okres życia człowieka: dla XVII wieku jest to młodość, dla XIX – dzieciństwo, dla naszego stulecia – wiek młodzieńczy¹⁶.

¹⁴ Ibidem, s. 156.

¹⁵ E. Maciejewska-Mroczek, *Mrówcza zabawa...*, s. 49.

¹⁶ P. Ariès, *Historia dzieciństwa. Dziecko i rodzina w czasach ancien régime'u*, przeł. M. Ochab, Warszawa 2010, s. 54–55.

Tendencje te są wyraźnie widoczne w nowych mediach, w których przekaz, głównie reklamowy skierowany do dorosłych nabiera charakteru dziecięcego, infantyilizującego. Kultura konsumpcyjna wzmaga w dorosłych konsumentach chęć stania się na powrót dzieckiem. Prowadzi to do upowszechnienia się postawy niedojrzałej, którą Francesco M. Cataluccio określał jako syndrom Piotrusia Pana¹⁷. Apogeum infantyliacji upatruje się właśnie w postmodernizmie i definiuje jako współwystępowanie takich cech, jak niedojrzałość, banalność przekazu, trywialność, łatwość odbioru i kicz¹⁸.

Odgadnąć, kim jest dziecko, a kim matka

Nowe media jako narzędzie służące do komunikacji, wyrażania siebie, kontaktu z kulturą, a także tworzenia nowatorskich form wypowiedzi publicznej i intymnej zarazem zastępują dzisiaj znane wcześniej pamiętniki, dzienniki, listy, czy nawet prasę lub literaturę. Nie można jednak zapominać o tym, że wiele treści umieszczanych w sieci powstaje niejako za „zasłoną ekranu”¹⁹.

pamiętnikarze i blogerzy wykorzystują pisanie w internecie jako swego rodzaju lustro, w którym mogą przyjrzeć się sobie uważniej, jako narzędzie tworzenia własnego „ja” w społeczeństwie cyfrowym, lecz także jako zasłonę, która zawsze będzie skrywać przed czytelnikami znaczną część życia autora²⁰.

Należy zatem zastanowić się nad tym, jaki wizerunek czy wizerunki są kreowane przez użytkowników *social mediów*. Jak medium przekazu, jakim jest blog prowadzony na Instagramie, a zwłaszcza fotografia będąca jego głównym składnikiem, zgodnie z ideą Marshalla McLuhana, determinuje sam przekaz, jak go zmienia, jakie własności mu nadaje, a zatem, za pomocą jakich środków i mechanizmów manipuluje wizją dzieciństwa i wreszcie, na ile nowe media okazują się przestrzenią reprodukcją cechy typowe dla epoki postmodernizmu, której przecież są owocem. Jak zauważa Maciej Wróblewski,

¹⁷ F. M. Cataluccio, *Niedojrzałość. Choroba naszych czasów*, przeł. S. Kasprzysiak, Kraków 2006, s. 11.

¹⁸ M. Telicki, *Moda na infantyilizację – tezy i antytezy do dyskusji*, w: *Mody w kulturze i literaturze popularnej*, red. S. Buryła, L. Gąsowska, D. Ossowska, Kraków 2011, s. 71–72.

¹⁹ J. W. Rettberg, *Blogowanie*, przeł. M. Szczubiałka, Warszawa 2012, s. 29.

²⁰ Ibidem.

teksty kultury, będące przedmiotem analizy antropologicznej, wspieranej właściwymi danemu obszarowi sztuki narzędziami, tylko pozornie mówią o dziecku. [...] sztuka o dziecku i zarazem kierowana do dziecka [...] oraz wytwarzane przez dorosłego dokumenty, włączane do bogatego obszaru intymistyki [...], a traktujące w części choćby o dziecku i dzieciństwie, są zespołem dyrektyw o społeczno-kulturowych konsekwencjach. Nie tyle komunikują o rzeczywistości dziecka, ile za pośrednictwem różnych mediów – obecnie także elektronicznych – imitują, naśladują obraz dziecka, stanowiąc przykład symulakrum [...]”²¹.

W związku z powyższym należy zastanowić się, jaką rolę współcześni nowomediałni rodzice przypisują dzieciństwu, jak postrzegają ten okres życia człowieka. Czy też – jakiego rodzaju mit lub mity (w rozumieniu Rolanda Barthesa) dzieciństwa bywają utrwalane w mediach społecznościowych, a co za tym idzie, jakim manipulacjom ze strony rodziców, czyli *de facto* tych, którzy mają władzę²², podlegają. Mity dzieciństwa obecne w nowych mediach wymagają, podobnie jak zakładała to hermeneutyka, podejrzliwości, odkrywania i demaskowania.

Przemiany w obrębie dyskursów dzieciństwa dokonywały się niemal symultanicznie z przemianami samego rodzicielstwa, zwłaszcza macierzyństwa. Dyskurs feministyczny sukcesywnie podawał w wątpliwość istnienie instynktu macierzyńskiego, dekonstruował stereotypy związane z macierzyństwem rozumianym jako jedyna droga rozwoju i samorealizacji kobiety czy z koniecznością poświęcania się dla dziecka i stawiania jego dobra ponad dobrem własnym. Pisała o tym Betty Friedan, stwierdzając, że „zbudowano wokół matki całą mistykę. Odkryto nagle, że można ją uważać za odpowiedzialną za wszystko lub prawie wszystko”²³. Tak rozumiany konstrukt macierzyństwa służył jako patriarchalny mechanizm opresji, izolował bowiem kobiety, doprowadził do gettoizacji macierzyństwa i dzieciństwa, dyscyplinował wszelkie odstępstwa od „uświęconego” modelu, a kobiety obarczał całą odpowiedzialnością za proces wychowawczy. Wpędzając matki w poczucie winy, kreował wizję doskonałego macierzyństwa polegającego na absolutnej ofierze na rzecz innych (mężczyzny i dzieci). Te sztucznie wykreowane ideały, niestety wciąż obecne w kulturze, którym nie można było dorównać, rodziły i nadal rodzą kompleks nie dość dobrej matki. I to właśnie z nimi w różny sposób i z różnym skutkiem starają się także walczyć instamatki, czy matki-bloggerki, tworząc quasi-siostrzeńskie

²¹ M. Wróblewski, *Symulacja dzieciństwa. Czy możliwa jest antropologia dzieciństwa?*, „Literatura Ludowa” 2013, nr 4–5, s. 53–54.

²² R. Barthes, *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, wstęp K. Kłosiński, Warszawa 2000, s. 245, 253–254, 260–271.

²³ B. Friedan, *La Femme mystifiée*, przeł. A. Grzybek, Paris 1975, s. 213–214, cyt. za: E. Badinter, *Historia miłości macierzyńskiej*, przeł. K. Choiński, Warszawa 1998, s. 240.

wspólnoty²⁴. Jednym z głównych stereotypów ulegających osłabianiu, a nawet ośmieszaniu przez same matki jest stereotyp Matki Polki.

Wspomniana już wcześniej polifoniczność, jako jedna z cech charakterystycznych postmodernizmu, znajduje swój wyraz właśnie w nowych mediach. Mimo że zarówno blogi, jak i Instagram składają się z mikronarracji obrazujących mikroświaty macierzyństwa i dzieciństwa różniące się od siebie czasem nawet skrajnie, z treści publikowanych w sieci wyłania się kilka najbardziej charakterystycznych. „Rodzicielstwo to długoterminowe zobowiązanie, a zarazem ciągle balansowanie pomiędzy powinnościami a egoizmem”²⁵, to myśl, która najlepiej ujmuje to, jak matki funkcjonują w przestrzeni *social mediów* i jaki wizerunek macierzyństwa kreują. Na popularności zyskuje stopniowo narracja promująca dystans do roli społecznej, jaką jest bycie matką, a także do samego dziecka. Instagram, bardziej niż blogi, głównie dzięki funkcji nagrywania filmów staje się narzędziem emancypacji macierzyństwa, przestrzenią, w której kobiety mają szansę stworzyć alternatywny sposób przeżywania macierzyństwa oraz wypracować inne spojrzenia na dziecko (niż jako na bezbronną istotę bezapelacyjnie wymagającą ciągłej opieki i chętnie współpracującą z rodzicem w procesie enkulturacji). Nie boją się pisać o negatywnych emocjach, jakie wyzwalają w nich dzieci, co nie zawsze spotyka się z pozytywnym odbiorem, a nawet przyznawać się do błędów, lenistwa, bycia nieperfekcyjną matką i panią domu, postrzegać dziecka jako „złośliwego buntownika”²⁶. Matki próbują zaznaczyć w ten sposób swoją odrębność, odmienne spojrzenie, ułożyć własną, wciąż jednak niszową, mikronarrację.

Szukają doświadczeń spoza tradycyjnej sfery macierzyństwa, podróżują w zaawansowanej ciąży, ostentacyjnie nie gotują, poporodowo wracają do biegania i sztangi, udowadniają, że można ćwiczyć jogę z dziećmi i spać pod namiotem z kilkumiesięcznym oseskiem. Zdjęciami z tych chwil piszą na tablicach i instagramach herstorię. Każda swoją²⁷.

²⁴ W ich relację nieodzownie wpisana jest rywalizacja, która nie pozwala na pełne siostrzeństwo.

²⁵ M. Bieńko, *Perfekcyjna matka...*, s. 93.

²⁶ *Ibidem*, s. 97–104.

²⁷ A. Olszewska-Konopa, *Formatkowanie. Mamusie na forach*, „Dwutygodnik” 2015, wyd. 167, <http://www.dwutygodnik.com/arttykul/6108-formatkowanie-mamusie-na-forach.html>, [dostęp: 30.05.2017].

Kicz, infantyliżacja i melancholia, czyli dzieciństwo w kwadratowym kadrze

Nowe media z jednej strony stały się głównym źródłem informacji i treści dostarczanych człowiekowi ponowoczesnemu, poprzez które kreuje się wzorce, ideały i wartości. Z drugiej natomiast ich strona formalna zmusza do wykształcenia pewnych cech, które tworzą postmodernistyczną tożsamość. Jak wskazuje Tarzycjusz Buliński, nowe media charakteryzują własności, takie jak:

Zacieranie różnicy pomiędzy modernistycznie pojmowanymi fikcją a prawdą (raczej konstruowanie i doświadczanie zapośredniczonego przez medium obrazu rzeczywistości niżli uczestniczenie w niej samej), tworzenie wrażenia uczestniczenia w realnej wspólnotcie (funkcja fatyczna raczej niż komunikacyjna) czy też fragmentaryzacja przekazu (hipertekstualność rozproszonego raczej niż linearna, zwarta opowieść). Wszystkie one współtworzą człowieka o zmiennej tożsamości poruszającego się po estetycznej przestrzeni od impulsu do impulsu, będącego bardziej Benjaminowskim *flaneur* niż *voyeur*²⁸.

Rozkład wielkich opowieści rodzi poczucie żalu i tęsknoty²⁹, które prowadzą do jednego z zasadniczych doświadczeń ponowoczesności, czyli melancholii. Nie jest ona jednak rozpatrywana w znaczeniu takim, w jakim pojawiała się w kulturze od czasów starożytnych, czy w okresie romantyzmu lub modernizmu. W kontekście ponowoczesnym melancholia staje się afirmacją braku, prowokującą człowieka do tworzenia nowych konstruktów kulturowych³⁰, zwłaszcza konstruktów dzieciństwa, a także poszukiwania wspólnot, które mogłyby zapełnić pustkę egzystencjalną, nadać sens. W ten sposób zamiast nadrzędnych oświeceniowych wielkich narracji rodzą się mikronarracje, równorzędne, niepodlegające hierarchizacji, równoprawne w zdemokratyzowanej przestrzeni społecznego dyskursu. Nie ma już zarazem wielkich autorytetów, wieszczów roszczących sobie prawo do tworzenia wielkich opowieści, kreować je może każdy, a także swobodnie między nimi wybierać. Ta swoboda czy dowolność wyboru okazuje się jednak złudna, podobnie jak demokratyzacja mediów, do których dostęp wciąż jest egalitarny. Mechanizmy władzy kontrolujące mikronarracje już na etapie

²⁸ T. Buliński, *Człowiek do zrobienia. Jak kultura tworzy człowieka: studium antropologiczne*, Poznań 2002, s. 197–198.

²⁹ J.-F. Lyotard, *Kondycja ponowoczesna. Raport o stanie wiedzy*, przeł. M. Kowalska i J. Migasiński, Warszawa 1997, s. 85–86.

³⁰ M. Dąbrowski, *Ponowoczesna melancholia. Modelowanie rozumienia*, „Anthropos?” 2007, nr 8–9.

ich powstawania, poprzez aprobatę opowieści uważanych za słuszne, tym samym dyscyplinują, a nawet skutecznie blokują istnienie tych, które mogą być szkodliwe, czyli stwarzać realne zagrożenie dla autorytetu władzy. Nie bez znaczenia pozostaje także wpływ konsumpcjonizmu, który wymusza na użytkownikach konkretne postawy, zachowania i reakcje, uniemożliwiając tworzenie treści wolnej od ideologii, akceptowanych społecznie kanonów, schematów, formatów i oczekiwań odbiorców. Instamatki, czerpiące korzyści materialne z prowadzonej działalności w sieci obowiązuje pewna ściśle określona netykieta, która staje się barierą trudną do przekroczenia. Media społecznościowe umożliwiają „zdemokratyzowanej masie” przejęcie ról artystów, spośród których każdy (ten, który ma dostęp do medium i posiadał umiejętności korzystania z niego) uzyskał prawo do tworzenia „własnej” (podlegającej manipulacjom ze strony medium) „powszechnie” dostępnej mikropowieści. Nie są jednak, wbrew zachęcająco brzmiącym sloganom, w jakie się je opatruje, niezależne, lecz powstają w celu ujarznienia użytkowników, skierowania ich uwagi w stronę, która podtrzymuje *status quo* i zniechęca do podejmowania działań innych niż te powszechnie akceptowane. Użytkownicy przyjęli więc nową rolę społeczną i stali się prosumentami, konsumując i zarazem produkując wytwory i teksty kultury w większej mierze nie według własnych potrzeb, lecz wedle dostarczanych przez cyfrową rzeczywistość wzorców i recept, a także gotowych form tworzenia własnego wizerunku, kreowania osobowości czy swoistych prefabrykatów (np. narzędzi przeznaczonych do szybkiej i intuicyjnej obróbki treści – zdjęć, filmów, tekstów, muzyki – działających w aplikacjach umożliwiających korzystanie z serwisów społecznościowych).

Medium, za pomocą którego najłatwiej tworzyć mit dzieciństwa i jego symulakrum w *social mediach*, jest obraz. To na nim najczęściej skupiają uwagę użytkownicy. Jest odbierany niemal natychmiastowo, dlatego trafia do odbiorcy szybciej i łatwiej od linearnego tekstu. Fotografia cyfrowa pozwala na nieskończone wręcz generowanie obrazów, a co za tym idzie na powielanie wzorców. Demokratyzacja medium fotografii sprawia, że każdy może prowadzić swój album ze zdjęciami online i do tego właśnie służą takie portale jak Instagram. Użytkownicy dzielą się za jego pośrednictwem wystylizowanymi, wykadrowanymi i przeestetyzowanymi zdjęciami, których w większości nie można traktować jako autentycznych. Do tworzenia sztucznych, a nawet kiczowatych zdjęć zachęca sama aplikacja obfitująca w barwne filtry, suwaki, różnego rodzaju elementy wizualne, którymi użytkownicy mogą „polepszać” zdjęcie. Z tego też powodu często mówi się o „instagramizacji życia”, czyli procesie sztucznego, determinowanego przez portal dokumentowania rzeczywistości. Ludzkie doświadczenie zostaje w ten sposób pozbawione autentyczności przeżywania, „przycięte do kadru”, ponieważ zostaje dopasowane do konkretnego formatu, podlega wyreżyserowaniu, za-

projektowaniu. Takie działanie służy uzyskaniu aprobaty przez społeczność, a to z kolei wpływa na wzrost samooceny użytkownika, który za pomocą fotografii tworzy możliwie jak najlepszą wizualnie, co wcale nie oznacza prawdziwą, wizję samego siebie.

Patchworkowy przekaz, z jakim użytkownicy spotykają się na Instagramie składa się z różnorodnych pod względem formy treści. Wizerunek dziecka obecny jest zarówno na amatorskich portretach zrobionych z zaskoczenia (lub mających sprawić takie wrażenie), ukazujących spontaniczne emocje i gesty, jak i pozowanych, ale także w formie *selfie* lub *mirrorselfie*, dodatkowo portrety noworodków pojawiają się w formie *flat lay photo*, czyli zdjęcia zrobionego z góry, pod kątem prostym. Typem fotografii dominującym w portalu, bez względu na to, jakiego tematu dotyczą, są, powołując się na rozróżnienie Lanoli Kathleen Stone, zdjęcia autentyczne wraz ze zdjęciami idyllicznymi³¹. Do rzadkości należą natomiast zdjęcia fantastyczne, wyrażające autorską, często odrealnioną wizję fotografa-artysty. Fotografia noworodkowa, zapoczątkowana przez fotografkę Anne Geddes, cieszy się ogromną popularnością i wpisuje w estetykę *cuteness*, rozpowszechnionego na dużą skalę zjawiska popkultury. *Cuteness*, będąc kategorią estetyczną, ma za zadanie wywoływać zachwyt, wzbudzać współczucie i empatię i jest zarezerwowana dla przekazów wizualnych. Obraz odbierany w kategorii *cuteness* musi opierać się na wizualnym schemacie tzw. „ikony dziecka”³². Ten fenomen kulturowy działa uzależniająco, co udowodniły badania mózgu, dzięki którym odkryto tzw. *cuteness factor*, odpowiadający za odczuwanie przyjemności na widok bezradnego stworzenia i chęć zaopiekowania się nim. Obiekt wizualny musi spełniać jednak poniższe cechy:

okrągła i zbyt duża w stosunku do całego ciała głowa, duże okrągłe, odstające uszy, jasne, okrągłe, osadzone nienaturalnie nisko oczy, nieukształtowany nos (przypominający guzik), miękkie, sflaczałe, trzęsące się koniczyny oraz kołysanie się na boki, chwiejny, nieporadny i zabawny chód³³.

Do odbiorców dociera zatem czuły, a nawet kliwy obraz dzieciństwa, a także macierzyństwa, stanowiący symulakrum rzeczywistości. Wrażenia te potęguje kolorystyka i nasycenie fotografii. Zdecydowana większość profili obfituje w zdjęcia utrzymane w technice *high key* (typowej dla medium i stanowiącej element jego poetyki), czyli odznaczające się wysoką jasnością, a także zdjęcia z miękkim czy nawet słodkim

³¹ L. K. Stone, *Fotografowanie dzieciństwa. Uwiecznij przemijające chwile najmłodszych!*, przeł. J. Pasek, Gliwice 2013, s. 10.

³² M. Wrześniak, *Różowo mi. O modzie na różowy cuteness w sztuce i kulturze, w: Mody w kulturze i literaturze popularnej...*, s. 176–178.

³³ Ibidem, s. 177.

światłem. Instamatki dbające o stronę wizualną udostępnianych treści przeważnie używają barwnych filtrów, dzięki którym zdjęcia sprawiają wrażenie odrealnionych. Subtelna, stonowana, pastelowa kolorystyka wprowadza nastrój spokoju, a duże natężenie bardzo jasnego światła przywodzi na myśl wręcz boski, zmitologizowany rajski świat. Nie bez znaczenia dla odbioru zdjęć jest ich statyczna kompozycja. Dzięki niej, a także dzięki doborowi miejsca, w którym fotografowane jest dziecko (uporządkowanego, pozbawionego przypadkowych elementów scenarii), uchwycona przestrzeń jawi się jako bezpieczna, przytulna i kojąca. Ta autentyczność przywołująca na myśl szczęście i poczucie stałości, okazuje się złudna i wcześniej zaaranżowana. Na tej podstawie można mówić o swoistej „pornografii nieautentyczności”. Wyidealizowane wizerunki dzieci stanowią tylko pozór autentyczności, są kreowane sztucznie na potrzeby medium i zgodnie z oczekiwaniami odbiorców. Wyblakłe fotografie układające się w *layout* przypominający *patchwork* przywołują na myśl idyllę. Na nowomediálną wizję dzieciństwa składa się zatem nostalgiczny, czy wręcz melancholijny nastrój przywołujący na myśl beztronski czas, który dla dorosłych nieodwracalnie przeminął i do którego nie ma już drogi powrotu.

Cechą konstytutywną zarówno późnej nowoczesności, jak i dzieciństwa konstruowanego za pomocą Instagrama jest melancholia³⁴. To ona jest źródłem i zarazem także efektem obecnych w sieci wizerunków dzieci. Wystylizowana z dbałością o każdy szczegół rzeczywistość, począwszy od ubrania dziecka, wystroju wnętrza, po obróbkę graficzną zdjęcia, ma swoje źródło także w postrzeganiu człowieka i jego doświadczenia w kategoriach marki. Zawód matki-blogerki, a zatem także *trendsetterki* i *influencerki* niejako wymusza na twórczyni pewne standardy zachowań i konkretną jakość zamieszczanych treści. Dzieciństwo uchwycone w kwadratowym kadrze Instagrama (najbardziej powszechny format zdjęć umieszczanych w mediach społecznościowych) wpisuje się również w charakterystyczny dla kultury postmodernizmu nurt estetyzacji zwykłego życia. Najbardziej prozaiczne i błahe elementy i chwile z życia dziecka urastają do rangi sztuki, podczas gdy matka staje się bohaterką masowej wyobraźni.

Nostalgia będąca świadomie stosowaną konwencją opowiadania o świecie nie jest pozbawiona wymiaru konsumpcyjnego. Często bywa uznawana za wzór uczestnictwa w kulturze, prowadzi do mitologizowania prywatnej przeszłości, biografii, a zarazem spełnia potrzebę poszukiwania sensu.

³⁴ M. Dąbrowski, *Ponowoczesna melancholia. Modelowanie rozumienia*, „Anthropos?” 2007, nr 8–9, <http://www.anthropos.us.edu.pl/anthropos5/texty/dabrowski.htm> [dostęp: 25.06.2016].

Pamięć i tęsknota za przeszłością jest tym, co daje nam poczucie indywidualności i wyjątkowości [...]. To wspomnienia konstytuują nasze niepowtarzalne „ja”. [...]

Nostalgia uświadamia nam upływ czasu, przypomina o przemijaniu. Nowe technologie zmieniły horyzont czasowy naszego życia. [...] Skoro, jak pisze William Gibson, przyszłość już tu jest, to czyż teraźniejszość nie zostaje automatycznie zdegradowana do roli przeszłości? Może dlatego zamiast doświadczać, koncentrujemy się na zapamiętywaniu, robiąc codziennie zdjęcia?³⁵

Nostalgia nie jest tu zatem rozumiana jako cierpienie, którego źródłem jest tęsknota za tym, co niedostępne (np. utracona ojczyzna), ale jako wartość pożądana. „Zatem moda na nostalgię może być – i jest – myślowo symbolicznym równoważnikiem czyjegoś wewnętrznego »ja«, czego zewnętrznym jedynie przejawem są: przebieranka i ozdoby”³⁶.

Dyskurs fotograficzny uznaje dzieciństwo za czas niezwykle „kruchoy”, szybko przemijający, w którym każdy kolejny krok w rozwoju nieodwracalnie oznacza utratę poprzedniego stanu. Jest to zatem stan wiecznej melancholii, której można przeciwdziałać jedynie poprzez tworzenie symulaków w postaci fotografii. Analogicznie niezwykle stanem jest w tej perspektywie macierzyństwo i sam okres ciąży. Oczekiwanie na potomka i przygotowywanie się na jego przyjście widoczne na zdjęciach jawi się oglądającemu jako czas szczególny, same przyszłe matki określają go często jako ważny okres, od którego zależy dalszy rozwój dziecka. Według retoryki poradników dla fotografujących matek dzieciństwo jest cudem, magicznym i niepowtarzalnym okresem pełnym wyjątkowych i niepowtarzalnych chwil, z których niemal wszystkie zasługują na uwiecznienie. Samo dziecko zyskuje w ten sposób pozycję szczególnego bohatera, a nawet wprost bywa nazywane w fotograficznych poradnikach gwiazdą filmową, a także istotą stworzoną przede wszystkim do zabawy. Podobnie przedstawiana jest sama czynność fotografowania dzieciństwa, wedle postulatów poradników dobra zabawa okazuje się warunkiem *sine qua non* dobrego zdjęcia. Dziecko zaś, parafrazując słowa Susan Sontag, istnieje na świecie po to, by znaleźć się na fotografii³⁷, czego dowodem są cyfrowe albumy *mamarazzi*³⁸ w sieci. Jednym z ważnych celów fotografowania dzieci bez względu na

³⁵ M. Filiciak, A. Tarkowski, *Dwa zero. Alfabet nowej kultury i inne teksty*, Gdańsk–Warszawa 2014, s. 42.

³⁶ W. J. Burszta, *Yes. Nostalgiczne strefy pamięci*, „Konteksty. Polska Sztuka Ludowa” 1994, nr 1–2, s. 54.

³⁷ *Ibidem*.

³⁸ S. Wasmuth, *Mamarazzi. Fotografowanie dzieci. Poradnik dla mam*, przeł. J. Pasek, Gliwice 2011, s. 15.

to, czy są to zdjęcia amatorskie, czy profesjonalne, jest przekazywanie autentycznych emocji (niekoniecznie tylko pozytywnych) i naturalnego, prawdziwego wyrazu twarzy oraz nastroju. Jednak i od tej zasady zdają się odchodzić instamatki, nie pokazując całego wachlarza rozmaitych emocji. W centrum ich zainteresowania znajduje się zazwyczaj radosne, roześmiane dziecko, ewentualnie skupione na jakiejś czynności. Unika się publikowania zdjęć z grymasem na dziecięcej twarzy czy dziecka płaczącego. Jest to uwarunkowane, po pierwsze, faktem, że w *social mediach* marginalizuje się treści niesłużące kreowaniu pozytywnego obrazu siebie, unika poruszania kontrowersyjnych tematów, które mogłyby zaburzyć nasz wizerunek. Po drugie, medium to wykorzystywane bywa do tworzenia swoistej autobiografii rejestrowanej przez urządzenia cyfrowe i systemy informatyczne. Instagram prowokuje użytkownika do wykorzystania potencjału medium fotografii, w wyniku czego potrzeba zrobienia zdjęcia i troska o własny wizerunek na nim utrwalony okazuje się ważniejsza od przeżycia konkretnej chwili³⁹.

Media techniczne i ich archiwum tworzone w czasie rzeczywistym przestają być lustrem, w którym człowiek może oglądać wycinki ze swojej historii. Dostępne jest bowiem dla niego całe życie. Przeżywa on siebie w postaci danych. Oznacza to możliwość wyboru tego, co mu się podoba, i tego, czego nie chce zachować. Miejsce obiektywnego lustra zajmuje subiektywny bank danych odbijający preferowany przez człowieka obraz. Konsekwencją tej zmiany jest to, że ludzie wolą, aby inni widzieli ich przez pryzmat najlepszych fragmentów ich życia. Zamieszczając w Internecie zdjęcia, wybierają te, w których są niepodobni do siebie, ale mogą zostać uznani za atrakcyjnych⁴⁰.

Instagram wpływa na ludzkie zachowania⁴¹, prowokując do bezrefleksyjnego powielania charakterystycznych dla tego medium rytuałów, które urastają do rangi wzorca. Uniemożliwia to poszukiwanie oryginalnych, niepowtarzalnych i jednostkowych sposobów własnej ekspresji ani nie pozostawia miejsca na spontaniczność⁴², zamiast której użytkownicy uczą się nawzajem „zainscenizowanej autentyczności” niebędącej czymkolwiek innym niż czystą grą pozorów⁴³. Dochodzi więc do paradoksu, gdyż medium pozornie zachęcające do wyrażania siebie w istocie nakłania do powielania schematów zachowań, co z kolei prowadzi do masowej unifikacji przekazu, a co za tym idzie do konstru-

³⁹ R. Ilnicki, *Autobiografie czasu rzeczywistego. Sposoby fabularyzowania życia w cyberkulturze*, „Studia Kulturoznawcze” 2016, nr 2: *Fabularyzacja życia*, s. 119.

⁴⁰ Ibidem, s. 122.

⁴¹ M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków 2016, s. 64.

⁴² R. Ilnicki, *Autobiografie...*, s. 120.

⁴³ M. Szpunar, *Kultura...*, s. 151–163.

owania tylko jednego, oczekiwanego przez odbiorców obrazu dzieciństwa i macierzyństwa. Infantyilizacja zachowań rodziców, do jakiej zachęcają nowe media, Instagram i Snapchat w szczególności, manifestuje się w niedojrzałych, naiwnych i zarazem egzaltowanych reakcjach, ubiorze rodziców, zwłaszcza matek, które często za pomocą stroju stylizują się na nastolatki. Warto zwrócić uwagę, że ogromną rolę w kreowaniu wizerunku „instarodzicielstwa” odgrywa pierwiastek ludyczny, co ma związek z kulturą infantyilizacji, której przejawy widoczne pozostają także w języku. Większość czynności wykonywanych przez matki nosi znamiona zabawy rozumianej nie tyle jako forma kulturotwórcza, nadająca życiu ramy, porządek, tworząca zasady, jak opisywał ją Johan Huizinga⁴⁴, ile jako specyficzny sposób na życie; nie tyle nieodłączny element dzieciństwa wspomagający rozwój, enkulturację, ile jako rozrywkę, współtworzącą typową dla postmodernizmu atmosferę wiecznego święta.

Instagram to także świat wiecznego dziecka, w którym zatarły się granice między dzieciństwem, młodością a wiekiem dojrzałym⁴⁵. Jak zauważa Tomasz Szlendak:

[...] bycie młodym bardziej oznacza dziś sposób uczestniczenia w świecie kultury popularnej, aniżeli jakiś wiek metrykalny. Dzieci i dorośli, zlewając się w jedną kategorię konsumpcyjnej młodości, zaczynają myśleć podobnie, objawiać podobne gusta, kupować te same usługi i produkty, przejawiać te same potrzeby z seksualnymi włącznie⁴⁶.

Wszystkie opisane praktyki „instarodziców” pozwalają sformułować tezę o karnawalizacji⁴⁷ ich życia. Wyraźnie widoczne odwrócenie ról⁴⁸ dziecko-rodzic spowodowane jest wieloma czynnikami, jak chociażby przemianami w modelach współczesnej rodziny, a zatem i funkcji

⁴⁴ J. Huizinga, *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*, przeł. M. Kurecka i W. Wirpsza, Warszawa 2007.

⁴⁵ T. Szlendak, *Komercjalizacja dzieciństwa. Kilka uwag krytycznych o niewygodach wychowania dzieci w kulturze konsumpcji*, „Kultura i Edukacja” 2005, nr 2, s. 20.

⁴⁶ Ibidem, s. 21.

⁴⁷ *Karnawalizacja. Tendencje ludyczne w kulturze współczesnej*, red. J. Grad, H. Mamzer, Poznań 2004.

⁴⁸ Mówiąc o odwróceniu ról, nie odwołuję się do zjawiska z zakresu psychologii, jakim jest parentyfikacja. W badaniach poświęconych m.in. teorii przywiązania wyróżnia się dwa rodzaje parentyfikacji: instrumentalną i emocjonalną, wskazując zarówno na jej „zdrowy”, jak i destrukcyjny aspekt. Ten ostatni nakazuje rozumieć parentyfikację jako dysfunkcję rodziny polegającą na obarczaniu dziecka „dorosłymi” obowiązkami, zadaniami i problemami, którym nie jest w stanie sprostać ze względu na ograniczone siły w tym zakresie, a także na nieukończony proces rozwoju psychiki. Szerzej o tym fenomenie: K. Schier, *Dorośle dzieci. Psychologiczna problematyka odwrócenia ról w rodzinie*, Warszawa 2015.

jej poszczególnych członków, zmianami w dyskursach na temat dziecka i dzieciństwa czy wreszcie przeobrażeniami, jakim nieustannie podlega współczesna cywilizacja. Jak zauważa Szlendak

[...] sami dorośli wcale nie chcą być dorosłymi. Chcą być młodzi. Zatem wszyscy świadomi swoich wyborów konsumenci lokują się dzisiaj w jednej kategorii społecznej – rozciągniętej do ekstremalnych granic **młodości, która jest** nie tyle stanem zaawansowania rozwoju cielesnego i psychicznego, co **tożsamością do wynajęcia**. [...] bycie młodym bardziej oznacza dziś sposób uczestniczenia w świecie kultury popularnej, aniżeli jakiś wiek metrykalny⁴⁹.

Presja estetyzacji, którą wywołują na sobie użytkownicy Instagrama, a także sam serwis poprzez udostępnianie im coraz to bardziej zaawansowanych funkcji edycji zdjęć mających na celu ich „upiększanie”, sprawia, że „instarodzice” świadomie rezygnują z upubliczniania wybranych aspektów ich codziennej egzystencji, które mogłyby budzić negatywne skojarzenia lub niechęć, wstręt, odrazę czy wprawiać oglądających w zakłopotanie. W związku z tym sfera ikoniczna ich profili nie zawiera zdjęć czy filmów dotyczących fizjologii czy chorób. Informacje o tych sferach życia pojawiają się bardzo rzadko nawet w sferze werbalnej. Ukrywanie nie dotyczy tylko kwestii odbieranych jako kontrowersyjne, ale także elementów przestrzeni domowej czy pozostałych członków rodziny. Osobą, która prawie nigdy nie pojawia się czy to na zdjęciach, czy w Instagram Stories, poza profilami prowadzonymi przez oboje rodziców, jest ojciec. Mężczyźni obecni są niezwykle rzadko, sami zazwyczaj nie tworzą treści w serwisie, kobiety przydzielają im role jedynie epizodycznych bohaterów widocznych w tle lub fragmentarycznie. Na podstawie wypowiedzi „instamatek” można sformułować hipotezę, że mężowie/partnerzy nie przejawiają szczególnej chęci do publikowania swojego wizerunku w internecie.

Oprócz nostalgicznego, czułego, czy nawet cikliwego podejścia do dziecka obecnego we wspólnocie „instamatek”, funkcjonuje na równych prawach postawa prześmiewcza, traktująca i przedstawiająca dziecko jako istotę, która poprzez swoje niedorośle zachowania bawi dorosłych swoją nieporadnością lub wyobraźnią (folklor dziecięcy). Dziecko śmieje dorosłego z jednej strony samą swoją istotą, z drugiej zaś to rodzice angażują sytuacje, których celem jest dostarczanie samym sobie prostej czy wręcz banalnej rozrywki.

Cechą charakterystyczną strategii ukazywania dzieci na Instagramie jest otaczanie ich swoistym kultem. Ma to związek z ponowoczesną antropologią dziecka i dzieciństwa, wedle której jest ono wartością au-

⁴⁹ T. Szlendak, *Komercjalizacja...*, s. 20 [pogrubienia autora].

totaliczną, a jednocześnie luksusowym dobrem, które należy „celebrować”, oddawać mu cześć. Ubieranie dziecka na wzór rodzica, a także wyposażanie go w dostosowane do nich kopie „dorosłych” przedmiotów, dzięki czemu staje się ono miniaturką dorosłego, jest częstym zabiegiem stylizacyjnym i świadczy o przemyślanym aranżowaniu sceny zdjęcia. Odgrywa to rolę estetyczną, co nie jest tożsame z traktowaniem i postrzeganiem dziecka jako mającego te same prawa i obowiązki co dorośli jak w średniowieczu, o czym pisał Ariés. Ponowoczesne konstruowanie wizerunku dziecka jako małego dorosłego czy kopii rodzica ma zupełnie inny charakter. Dziecko, odgrywając rolę modela, bywa wykorzystywane jako *trendsetter*. Genezy takiej praktyki można upatrywać w środowisku celebrytów oraz hollywoodzkich gwiazd⁵⁰. Zjawisko to można odczytywać jako kolejny przejaw estetyzacji życia codziennego⁵¹, a także komercjalizacji samego dzieciństwa, które służy reklamowaniu marek (pokazowa konsumpcja) i zarabianiu poprzez lokowanie produktu. Dzieciństwo staje się zatem pretekstem do demonstrowania stanu posiadania. Dziecko podlega w ten sposób reifikacji, stając się ponadto hedonistycznym obiektem, którego oglądanie łączy się z doznawaniem przyjemności zarówno przez ich matki, jak i przez użytkowników odwiedzających ich konta z egzaltacją wyrażających swoje zauroczenie „rozkoszną małą istotką”⁵². Podejście do dziecka, które swoim zachowaniem i wyglądem z jednej strony rozczula, a z drugiej bawi rodzica, jest na Instagramie niemal wszechobecne. Wiąże się też nieodzownie z kulturą schlebiana, której kwintesencję stanowią nowe media.

Twórcy nowych mediów narzucili pewną poetykę opowiadania o sobie i swoich bliskich, której większość użytkowników bezrefleksyjnie się poddaje, chociażby przez uleganie presji estetyzacji, lokując się w głównym nurcie. Co więcej, ma to związek ze świadomością, że każdy użytkownik staje się performerem odgrywającym przed internetową wi-

⁵⁰ M. Bienko, *Perfekcyjna matka...*, s. 95–96.

⁵¹ M. Featherstone, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, przeł. P. Czaplinski i J. Lang, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, wyb., oprac. i przedmową opatrł. R. Nycz, Kraków 1998, s. 304–306. Mówiąc o estetyzacji życia codziennego, badacz ma na myśli trzy obszary zjawisk. Po pierwsze – sferę dorobku artystów awangardowych z I poł. XX wieku (np. surrealiści, dadaści), którzy w pismach, dziełach i własnych biografjach wcielali postulat zatarcia granicy między sztuką a życiem codziennym. Po drugie – tendencję do przekształcania życia w dzieło sztuki (np. u dandyków). Po trzecie – zalew znaków i symboli, głównie obrazów, w życiu codziennym współczesnego społeczeństwa.

⁵² Takie postrzeganie dziecka wiąże się z jego infantyлизacją, traktowaniem jako zabawki czy maskotki wywołującej radość i zachwyty dorosłych, i bezpośrednio łączy z dyskursem „wdzięcznego stworzonka”, o którym pisała Astrid Męczkowska-Christiansen. Zob. A. Męczkowska-Christiansen, *Dyskursy dzieciństwa a polityka. Pomiędzy wykluczeniem a obywatelskim uczestnictwem*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2010, nr 2, s. 32–34. Por. P. Ariés, *Historia dzieciństwa...*, s. 6.

downią niekończący się występ powtarzalnych czynności i zachowań, które dzieją się na żywo. Prowokuje więc to do ich naśladowania i ponawiania. Rodzic, który chce należeć do wspólnoty „instarodzciców” czy rodziców-bloggerów, powinien dostosować się do reguł w niej panujących. Stąd trudność w znalezieniu innych niż wyidealizowane, nacechowane czułością i nostalgią wobec dziecka obrazów dzieciństwa. Na wyobrażenie dziecka i dzieciństwa w nowych mediach poza masowym i automatycznym powielaniem wzorców wpływa także stosunek oglądających i komentujących, a co za tym idzie ich oczekiwania względem treści analogiczne do oczekiwań wszystkich wykorzystujących cyfrowe media do zaspokojenia popędu podglądania. Można w związku z tym mówić o instagramizacji życia, czy inaczej rzecz ujmując, „pornografii nieautentyczności”.

Tworzenie konstruktów dzieciństwa za pomocą nowych mediów odbywa się przede wszystkim na poziomie wizualnym ze względu na to, że obraz dominuje w przestrzeni internetu. Memy są przykładem treści słowno-obrazowej, która najlepiej ujmuje problem pozorności mówienia o dziecku. Można je rozpatrywać jako przejaw władzy dorosłych i ich „kolonializującego języka”, który jest nieudaną próbą odtworzenia tego, czym jest dzieciństwo. Mówienie w imieniu dzieci, narzucanie swojego dorosłego postrzegania ich dziecięcej rzeczywistości cieszy się na Instagramie dużą popularnością. Każda sytuacja warta uwiecznienia na zdjęciu, jeżeli nie jest opisywana w sposób czuły, a nawet kliwowy, zostaje obrócona w słowno-wizualny żart, powodując rozbawienie odbiorców. Wspólnota instarodzciców narzuca swój punkt widzenia i interpretację sytuacji ze świata dziecka, projektując kategorie i wartości określające interakcje w „świecie dorosłych” na kontakty w „świecie dzieci”. Innym przykładem demaskującym władzę dorosłych jest aranżowanie dziecięcego pokoju, które jawi się jako fetysz, „dorośli ingerują w przestrzeń będącą pozornie enklawą nieskrępowanego dzieciństwa”⁵³. Wszystko to świadczy o mistyfikacji rzeczywistości na potrzeby medium. Sztuczność powielana przez kolejnych reprezentantów cyberrodzicielstwa sprawia, że wspólnota ta okazuje się wspólnotą tworzącą mit dzieciństwa jako okresu szybko przemijalnego, ale zarazem beztroskiego, waloryzowanego pozytywnie, konotującego niebiańskość, niewinność i idylliczność.

Nowomediálne przekazy, a co za tym idzie wizerunki dziecka i dzieciństwa opierają się w dużej mierze na dwóch koegzystujących ze sobą tendencjach, jakimi są kicz oraz *cuteness*. W tej właśnie estetyce utrzymana jest zdecydowana większość fotografii publikowanych przez instamatki. Z tej mnogości profili zawierających zdjęcia kiczowato ubranych dzieci korzystających z tych samych zabawek, czytających te same książki, ich pokoi, a nawet całych domów urządzonych w podobnym stylu

⁵³ Ibidem, s. 134.

zauważenie kilku, które odznaczałyby się oryginalnością i przyciągały uwagę widza nieszablonowym podejściem do przedstawiania relacji rodzic–dziecko jest bardzo utrudnione. Takie konta jednak istnieją⁵⁴ i, co wydaje się zaskakujące, nie cieszą się dużą popularnością. Nie wpisują się bowiem w mainstreamowy „lukrowany” przekaz, odślaniają często tematy nieporuszane na pozostałych profilach i blogach „instamatek”, uznawane za kontrowersyjne i spotykające się z negatywnym odbiorem, poddają wiele pomijanych przez resztę „instasfery” spraw refleksji i zachęcające do wymiany myśli i doświadczeń.

Idealizowanie dzieciństwa, jakiego dokonują instamatki, można odczytywać jako poczynioną przez nie próbę dotarcia na nowo do własnego dzieciństwa, odtworzenia go. Przyświeca im „myślenie o dzieciństwie jako »krajnie przeszłości«, do której nie ma powrotu”⁵⁵. Poddanie dzieciństwa refleksji, urządzenie pokoju, zakup zabawek, dokładne projektowanie i rozplanowywanie przestrzeni dziecka, czytanie poradników i magazynów poświęconych powyższemu aspektowi – wszystko to dowodzi tezy, że posiadanie potomka staje się projektem o dużym znaczeniu dla egzystencji dorosłego – świadomego, zaangażowanego rodzica. Nadmierna dbałość o kształt estetyczny dzieciństwa własnych dzieci we wszystkich jego wymiarach może mieć charakter kompensacyjny, prowadzi do idealizowania własnej przeszłości.

Kulturowy obraz dzieciństwa rozpięty jest pomiędzy dwoma obszarami: przyszłością i przeszłością. Z jednej strony, dziecko postrzegane jest przez pryzmat tego, kim się stanie w przyszłości. Jest przyszłym dorosłym, nadzieją na przetrwanie kultury, potencjałem, którego nie można zmarnować. Z drugiej jednak strony dziecko to przeszłość – osobista historia każdego z nas, jako że każdy dzieckiem kiedyś był i zachował jakieś wspomnienia z tego okresu. [...]

Potrzeba sięgnięcia do przeszłości zdaje się uniwersalna; jest jednym ze sposobów budowania tożsamości w rozchwianym świecie ponowoczesnym⁵⁶.

Bycie dorosłym rozumiane jako utrata pierwotnej dziecięcości, przejście na drugą stronę, uniemożliwia zrozumienie tego, czym dokładnie jest dzieciństwo, a każda próba odtworzenia, czy niejako powrotu do własnego dzieciństwa jest nacechowana sztucznością i wiąże się z mito-

⁵⁴ Użytkowniczkami, które najbardziej wyłamują się ze schematów bezrefleksyjnie naśladowanych na Instagramie i potrafią omijać ograniczenia samego medium, a nie jedynie odpowiadać na oczekiwania odbiorców są następujące charyzmatyczne instamatki: @nishka, @radomska, @namacierzynskim, @mama_lekarz_rodzinny, @mumandthecity, @flowmum i @fox.mama, a także charyzmatyczni rodzice tacy jak: @superstylerblog.

⁵⁵ E. Maciejewska-Mroczek, *Mrówcza zabawa...*, s. 240.

⁵⁶ Ibidem, s. 240–241.

logizowaniem tego okresu. Wspomnienia dorosłych z czasów ich dzieciństwa, a także ich wyobrażenia na temat tego, kim jest dziecko dodatkowo zakłócają odgadnięcie istoty „dziecięcości”. Dziecko i dzieciństwo będące wynalazkiem współczesności, przechodząc stopniowy proces emancypacji współcześnie zyskało wyjątkową pozycję w kulturze. Wraz z rozwojem nowych mediów, które udostępniły użytkownikom nowe formy do tworzenia mikroopowieści, umożliwiły dzielenie się życiem prywatnym, a także wpływają na sam proces dorastania w zupełnie nowej rzeczywistości, dziecko i dzieciństwo znalazły się w centrum zainteresowania badaczy. Nie są one jednak autonomicznymi kategoriami, lecz podlegają społecznemu konstruowaniu i redefiniowaniu. Każdy typ „dorosłej” kultury nadaje im inne znaczenia, próbując dotrzeć do ich istoty, tworzy rozmaite, niejednokrotnie różniące się między sobą dyskursy, konstrukty i mity (w myśl ustaleń Rolanda Barthesa), które wielokrotnie powielane zostają uznawane za prawdziwe. Fakt współlistnienia w ramach jednego medium, jakim jest Instagram, wielu mikroopowieści, a co za tym idzie, także wielu mitów dzieciństwa, okazuje się jednak złudny, ponieważ na pierwszy plan zawsze wysuwa się jeden, dominujący i niejako zasłaniający pozostałe, wizerunek dziecka i dzieciństwa, a co za tym idzie także rodzicielstwa. Pozostałe ulegają marginalizacji, znajdują się niejako w cieniu tego, który idealizuje dzieciństwo, ukazuje je jako czas miniony, odrealniony, bezpieczny i szczęśliwy. Dzieje się tak ze względu na medium przekazu, które stanowi narzędzie władzy i nie jest wolne od jej kontrolujących mechanizmów. Nowe media, z założenia demokratyczne, w rzeczywistości bardziej ograniczają niż zachęcają do wyrażania siebie w nieskrępowany sposób, a koniec końców zniewalają użytkowników i podprogowo zniechęcają do tworzenia innych niż przeestetyzowane i wyidealizowane wizerunków dziecka, dzieciństwa i macierzyństwa.

Streszczenie

Problem „dzieciństwa kulturowego” jako wytworu nowych mediów

Celem artykułu jest pokazanie, w jaki sposób nowe media kształtują obraz dzieciństwa kulturowego. Przekazy kulturowe na temat dzieci, zwłaszcza stworzone w przestrzeni mediów społecznościowych, nie są wolne od ideologii i stanowią narzędzie władzy w rękach dorosłych. Dziecko i dzieciństwo traktowane jako konstrukty społeczno-kulturowe nieustannie wytwarzają nowe znaczenia, tworząc simulacrum. Przyjmując McLuhanowskie założenie, że media są określane przez samo medium, autorka zastanawia się nad relacją między wizerunkiem

dziecka a medium, które go tworzy. Rozważa, czy użytkownicy mediów świadomie wytwarzają treść medialną, czy raczej konkretny rodzaj medium z jego własnymi zasadami i konwencjami wpływa na treść wytwarzaną przez jego użytkowników. Nowe media jako wynalazek kultury postmodernistycznej odzwierciedlają cechy samej ponowoczesności. Według Rolanda Barthesa wzmacniają one także kilka mitów dotyczących dzieciństwa, manipulując w ten sposób odbiorem dziecka w kulturze. Analiza blogów rodzicielskich i postów matek na Instagramie pozwala przyrzeć się dominującemu obrazowi dzieciństwa i pokazać, jakie role i wartości przypisuje się dzieciom przez kulturę. Ponadto umożliwia postawienie tezy o infantylności kultury zdeterminowanej przez media wizualne oraz pogłębiającą się unifikację ludzkich zachowań, co pozwala zwrócić uwagę na mechanizmy władzy, na to, co ukryte i zmarginalizowane w dyskursie głównego nurtu.

Słowa kluczowe: kulturowe konstruowanie dzieciństwa, macierzyństwo, nowe media, fotografia, postmodernizm, kicz, melancholia

Summary

The problem of cultural childhood as a product of new media

The purpose of the article is to show how new media influence and shape the image of cultural childhood. Cultural texts about children, especially those created in the social media space, are not ideology-free and constitute the tool of power in the adults' hands. The child and childhood treated as socio-cultural constructs continually produce new meanings, creating simulacra. Starting from the McLuhanian assumption of media being determined by the medium itself, the author ponders over the relation between the image of the child and the medium which creates it. Hence she considers if media users produce media content consciously or rather a particular type of medium with its own rules and conventions influences the content which is produced by its users. New media as the invention of postmodern culture reflect the features of postmodernity itself. According to Roland Barthes, it also strengthens several myths of childhood, thus manipulating the perception of a child in culture. The analysis of parenting blogs and posts by mothers on Instagram provides insights into the dominant image of childhood, and shows what kind of roles and values are ascribed to children by culture. Additionally, it allows to propose a thesis about the infantilization of culture determined by visual media and the growing unification of human behaviour, and directs our attention to the mechanisms of power, to what is hidden and marginalized in the main discourse.

Keywords: cultural construct of childhood, motherhood, new media, photography, postmodernism, kitsch, melancholy