



Blogi parentingowe jako platforma (auto)prezentacji współczesnej polskiej rodziny

STRESZCZENIE

CEL NAUKOWY: Celem artykułu jest przedstawienie wyników analizy blogosfery parentingowej pod kątem sposobów prezentacji współczesnej polskiej rodziny.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Problem badawczy został sformułowany w postaci pytań o charakterystykę polskiej blogosfery parentingowej, sylwetki autorów blogów parentingowych i ich motywacje do prowadzenia elektronicznych dzienników oraz zakres prezentowanych na nich treści, będących źródłem informacji na temat rodziny. W części empirycznej wykorzystano głównie metody jakościowe, netnografię i analizę treści oraz pomocniczo badanie ilościowe danych statystycznych.

PROCES WYWODU: W pierwszej części artykułu wyjaśniono zasadność użycia wybranych metod badawczych oraz zaprezentowano dobór próby badawczej. Następnie ukazano specyfikę polskiej rodziny. Kolejno przedstawiono charakterystykę blogów parentingowych i ich autorów. Badaniom poddano również motywacje blogerów i zawartość blogów. Ostatecznie wyodrębniono najpopularniejsze modele polskiej rodziny prezentowane przez blogerów.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Z przeprowadzonych analiz wynika, że tematyka rodziny zwykle bywa podejmowana przez soczewkę własnych doświadczeń. Analizowane blogi nie pokazują problemów rodziny w ujęciu ogólnym, ale skupiają się na rolach matek, ojców czy relacjach z dziećmi. Rodzina jest często widziana jako zbiór indywidualnych problemów spokrewnionych osób.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Rodzina widziana oczami blogerów jest zróżnicowana i zależna od wielu czynników (mody, sytuacji społeczno-ekonomicznej czy kultury). Dlatego proponowana analiza otwiera dyskusję nad zmieniającym się obrazem rodziny, co wydaje się istotne w obliczu braku kompleksowych badań blogosfery parentingowej w Polsce.

→ **SŁOWA KLUCZOWE:** AUTOPREZENTACJA, POLSKA RODZINA, BLOGI PARENTINGOWE, BLOGOSFERA PARENTINGOWA

ABSTRACT

Parenting Blogs as a Platform for the (self-) Presentation of a Modern Polish Family

RESEARCH OBJECTIVE: The paper aims to present the results of the parenting blogosphere analysis focusing on the ways of presenting a modern Polish family.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The research problem was constructed as questions about the characteristics of the Polish parenting blogosphere, profiles of parenting blog authors, the scope and motivation to create content which is a source of information about the family. In the empirical part of the study, qualitative methods, netnography, content analysis and auxiliary quantitative research on statistical data were used.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: The first part of the paper explains the legitimacy of using selected research methods and presents the process of selecting the research sample. Secondly, it describes the specificity of the Polish family. Then, the article presents the characteristics of parenting blogs and their authors. Finally, the most prevalent models of the Polish family presented by bloggers are identified.

RESEARCH RESULTS: The results of the analyses show that the topic of family is usually perceived through one's own experiences. The blogs included in the analysis do not describe family problems in a general context but rather they are focused on the roles of mothers, fathers or relationship with children. The family is often seen as a collection of individual problems of related people.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS, AND RECOMMENDATIONS: The family, from the bloggers' perspective, is very diverse and it depends on many factors (trends, socio-economic situation or culture). The uncertainty associated with the social and environmental acceptance of new family models is becoming increasingly common. Therefore, this study opens a discussion on the changing image of the family presented in social media. The topic seems important in the absence of comprehensive research on the parenting blogosphere in Poland.

→ **KEYWORDS:** SELF-PRESENTATION, POLISH FAMILY, PARENTING BLOGS, BLOGOSPHERE

Wprowadzenie

Społeczna użyteczność Internetu w zakresie wymiany informacji, wiedzy i doświadczeń wymaga czasoprzestrzennej wolności sieci, która zmienia „sposób postrzegania jej [przyp. aut.] użytkowników” (Sarowski, 2017, s. 33). Ich interaktywność (charakteryzująca się płynnością i dowolnością ról komunikacyjnych) oraz społeczny kontekst Internetu wpisują się w trend „wzbierającej fali, polegający na nawiązywaniu kontaktów i powstawaniu wzajemnych zależności pomiędzy użytkownikami” (Li i Bernoff, 2009, s. 29).

Nadawcy i odbiorcy osadzeni w środowisku Web 2.0³ mogą personalizować treści oraz indywidualizować przekaz jako uczestnicy dyskursów i współtwórcy przestrzeni medialnej. Dzięki rolom autorów i dystrybutorów treści wpisują się w kulturę uczestnictwa, którą najlepiej wyraża funkcjonowanie mediów społecznościowych. Te za Ł. Ludkowskim (2012, s. 13) będą rozumiane jako „grupa bazujących na internetowych rozwiązaniach aplikacji, które opierają się na ideologicznych i technologicznych podstawach Web 2.0 i które umożliwiają tworzenie i wymianę wygenerowanych przez użytkowników treści”, przyjmujących postać tekstu, audio, obrazu czy przekazu audiowizualnego.

Tak ujęte media społecznościowe obejmują m.in. serwisy społecznościowe, wiki, fora dyskusyjne czy blogi. Te ostatnie stały się popularnym i prostym narzędziem dla osób chcących komunikować i publikować swe treści w formule osobistego dziennika (pamiętnika) oraz skutecznym kanałem dotarcia do odbiorców. Pozwalają twórcom (bloggerom), którzy są autorami blogów, na dowolny wybór tematyki i prowadzenie elektronicznego dziennika w formie „serii datowanych śladów” (Lejeune, 2010, s. 36). Dla użytkowników (czytelników, obserwatorów czy komentatorów) blogi są łatwo dostępnym i wiarygodnym źródłem informacji, a przekazywane przez nie treści są ważnym komponentem postrzegania i rozumienia otaczającej rzeczywistości oraz zachodzących w niej procesów i zjawisk.

Celem artykułu jest analiza polskiej blogosfery parentingowej pod kątem sposobów (auto)prezentacji współczesnej rodziny. Badanie pozwoli na ustalenie, czy blogerzy odnoszą się jedynie do wąskiego ujęcia problematyki przez prezentację swych rodzin, czy może propagowane spojrzenie jest szersze. Rozpoznaniu towarzyszy założenie, że blogerzy wykorzystują komunikacyjny potencjał i specyfikę elektronicznych dzienników, charakteryzujących się dużym zaufaniem czytelników, do pokazania różnorodności i przemian zachodzących w tej podstawowej grupie społecznej.

Problem badawczy został sformułowany w postaci pytań o charakterystykę polskiej blogosfery parentingowej, sylwetki autorów blogów parentingowych i ich motywacje do prowadzenia elektronicznych dzienników osobistych oraz zakres prezentowanych tam treści, będących źródłem informacji na temat rodziny. Ujęcie to pozwoli na uzupełnienie istniejących opracowań, co wydaje się istotne w obliczu braku kompleksowych badań blogosfery parentingowej w Polsce.

Metody i narzędzia badawcze

Zasadniczo badania miały charakter jakościowy, z niewielkim komponentem statystycznym dotyczącym liczby odwiedzin na blogach.

³ Termin Web 2.0 odnosi się do sposobu korzystania przez użytkowników z Internetu. „Istotną cechą Web 2.0 jest interaktywność, pozwalająca na interpersonalizowanie sieci”. Szerzej na ten temat: Sarnowski, 2017, s. 34.

Do przeprowadzenia analizy elektronicznych dokumentów zastanych, czyli blogów parentingowych, wybrano netnografię. To metoda, która ma na celu „poznawanie i opisywanie ludzi oraz zjawisk na podstawie dających się zaobserwować w Internecie zachowań i ich efektów” (Cichocki, Jędrkiewicz i Zydel, 2012, s. 206). Dzięki netnografii można było określić specyfikę polskiej blogosfery parentingowej, sylwetki blogerów i ich motywacje. Prace zostały zrealizowane w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem materiałów dostępnych w zastanym środowisku internetowym. Z kolei analiza treści blogów parentingowych umożliwiła wyznaczenie najpopularniejszych modeli współczesnej rodziny oraz określenie ich znaczenia w prezentacji familijnego obrazu.

Głównymi problemami badawczymi były pytania: Kim są blogerzy parentingowi? Jakie są motywacje pisania blogów przez rodziców? Jakie są sposoby prezentacji rodziny i jej specyfiki w blogach parentingowych? Jaki obraz rodziny przedstawia polska blogosfera parentingowa?

Kryteria doboru próby badawczej

Wyszukiwanie blogów parentingowych do badania przy użyciu ogólnych katalogów platform blogowych nie przyniosło oczekiwanych rezultatów. Powodem było ograniczenie tych baz jedynie do blogów dobrowolnie zarejestrowanych. Zatem najlepszym sposobem na ustalenie grupy docelowej okazało się połączenie katalogów platform blogowych z rankingami zamieszczanymi przez samych blogerów. W taki sposób do próby badawczej zakwalifikowano ranking najbardziej wpływowych blogerów (JasonHunt Studio), który jest publikowany od 2009 r. Coroczne zestawienia pokazują 30 najbardziej wpływowych blogerów w kategoriach złota, srebrna i brązowa dziesiątka oraz galerię wschodzących gwiazd blogosfery. Publikowany rozkład jest obiektywny i jak podkreśla jego autor: „zawsze był i pozostanie tworzony uczciwie” (JasonHunt Studio). Cieszy się popularnością⁴ i uznaniem środowiska:

Kolejny rok z rzędu ten ranking jest kopalnią inspiracji w przeróżnych dziedzinach, dziękuję!
:) Brawo za ogrom pracy włożony w niego oraz wielkie gratulacje dla wszystkich twórców!
Pozyskano z: <http://jasonhunt.pl/ranking-najbardziej-wplywowych-blogerow-2018/>
(dostęp: 23.11.2019).

Kolejnym źródłem okazały się rankingi blogów parentingowych, „50 największych polskich blogów rodzicielskich” (<https://madrzy-rodzice.pl/2017/10/50-najwiekszych-polskich-blogow-rodzicielskich-ranking/>), „Ranking blogów parentingowych (wg zasięgów) Grudzień 2016” <https://www.szczesliwa.pl/ranking-blogow-parentingowych-grudzien-2016/> (dostęp: 23.11.2019), „Najpopularniejszy blog parentingowy” <http://bielskiemamy.pl/>

⁴ 25 listopada 2019 r. odnotowano 71 004 odsłony rankingu. Według informacji zamieszczono na stronie <http://jasonhunt.pl/ranking-najbardziej-wplywowych-blogerow-2018/> (dostęp: 23.11.2019).

blog-parentingowy-co-to-znaczy-i-ktory-jest-najlepszy/, „Najlepsze blogi parentingowe (pod kątem SEO) w polskiej blogosferze” <https://www.szymonslowik.pl/najlepsze-blogi-parentingowe/> (dostęp: 23.11.2019) oraz „Najlepsze blogi parentingowe – ranking 2019” <https://socialmedia.pl/najlepsze-blogi-parentingowe/> (dostęp: 23.11.2019).

Przy wyborze 50 blogów parentingowych posłużono się wskaźnikiem zasięgu, ponieważ jest on najlepiej dopasowany do celu badania. Kryterium zasięgu jest spójne z możliwością dotarcia do jak największych grup odbiorców. Do określenia zasięgów wykorzystano narzędzie do analizy ruchu sieciowego SimilarWeb, pamiętając, że uzyskane w ten sposób dane są przybliżone, a szczegółowe informacje na temat ruchu posiadają tylko właściciele blogów. Za kryterium rankingu blogów przyjęto wskaźnik *Total Visits*, który oznacza liczbę wizyt na blogu dla okresu od sierpnia do października 2019 r. To pozwoliło na wyodrębnienie jednego bloga ze wskaźnikiem *Total Visits* na poziomie ponad 1,2 miliona, czterech mających ponad 500 tysięcy wizyt, 21 blogów ze wskaźnikiem ponad 100 tysięcy wizyt oraz 24 blogów z liczbą wizyt mniejszą niż 100 tysięcy.

W puli blogów przeznaczonych do analizy znalazły się te, dla których wskaźnik *Total Visits* (SimilarWeb) w badanym okresie wyniósł ponad 20 tysięcy wizyt.

Oblicze polskiej rodziny

Pomimo wielu zmian politycznych, społecznych, ekonomicznych czy technologicznych rodzina pozostaje od 30 lat najważniejszą wartością w życiu Polaków. Badania przeprowadzone w maju 2019 r. przez KANTAR pokazały, że dla 86,4% (mk, 2019) ranga rodziny niezmiennie plasuje się na szczycie systemu podstawowych wartości⁵. Respondenci innych badań (87%) wykonanych przez CBOS (2019) wskazali rodzinę jako konieczny komponent szczęśliwego życia. Definiowana jako podstawowa komórka życia społecznego, która dla 99% respondentów oznacza małżonków z dziećmi, dla 91% matki lub ojców samotnie wychowujących przynajmniej jedno dziecko i dla 83% osoby pozostające w związku nieformalnym i wychowujące dzieci z tego związku (CBOS, 2019, s. 5-6), rodzina ulega przemianom strukturalnym i funkcjonalnym.

Przyczyn takiej sytuacji jest wiele. Można ich szukać na poziomie makroprocesów, globalizacji, transformacji systemowej czy przystąpienia do struktur Unii Europejskiej, które wpłynęły na zmiany społeczno-kulturowe związane z życiem małżeńsko-rodzinnym. W związku z tym odnotowywano (m.in. Szlendak, 2011; CBOS, 2019, s. 5) obniżenie rangi małżeństwa na rzecz związków nieformalnych, odraczenie lub niepodejmowanie decyzji o małżeństwie i prokreacji, wzrost liczby rozwodów, związków nieformalnych i urodzonych w nich dzieci czy ogólny spadek dzietności.

Efektom tych przemian jest poszerzenie pojęcia rodziny. Zdają się to potwierdzać badania przeprowadzone przez CBOS w 2019 r., gdzie zaobserwowano wzrost liczby

⁵ W 1989 r. Ośrodek Badania Opinii Publicznej wskazał, że 90,3% respondentów najwyżej ceni rodzinę.

„respondentów skłonnych za rodziny uważać również konkubinaty osób odmiennej płci wychowujących dzieci – zarówno wspólne, jak i z poprzednich związków” (CBOS, 2019, s. 9). Pojęcie rodziny wymaga redefinicji także ze względu na zmianę jej modelu, który przechodzi od wielopokoleniowej rodziny-klanu, przez rodzinę nuklearną, z podziałem ról, przypisujących kobiecie troskę o dom i potomstwo, a mężczyźnie zdobywanie środków na ich utrzymanie⁶, do rodziny nowoczesnej, gdzie oboje rodziców pracuje, zarabia i realizuje się zawodowo, a kobieta dodatkowo prowadzi dom i wychowuje dzieci. Silverstein i Auerach (2005) wskazują na nowy model rodziny *postmodern family*, która według badań J. Mariańskiego (2012, s. 95) charakteryzuje się większą emancypacją kobiet, złożonością i pluralizacją form życia małżeńsko-rodzinnego.

Blogi rodzicielskie jako część blogosfery

Wyniki przeprowadzonych przez CBOS⁷ w maju 2019 r. badań pokazały⁸, że w Polsce przynajmniej raz w tygodniu korzysta z Internetu prawie siedmiu na dziesięciu dorosłych⁹ (CBOS, 2019, s. 13). Lekturę internetowych dzienników deklaruje prawie jedna trzecia korzystających z sieci (29%). Aktywnością związaną z prowadzeniem blogów lub stron internetowych wykazał się co dwudziesty respondent (5%).

Przedmiotem prowadzonych badań są blogi parentingowe. Należałoby zatem wyjaśnić, jakie jest ich definicyjne rozumienie. Na potrzeby tego artykułu przyjmuje się, że blog to strona internetowa z cyklicznie zamieszczanymi i chronologicznymi wpisami jej autora i komentarzami jego czytelników (Blood, 2002, s. 6). Blogosferę natomiast zdefiniowano jako zbiorowość blogów zamieszczonych w Internecie i skupioną wokół nich społeczność. To pewna sieć powiązań i relacji między poszczególnymi blogami (Wilkowski, 2010).

Specyficzną odmianą blogów są blogi parentingowe. Słowo *parenting* jest zapożyczeniem z języka angielskiego i oznacza rodzicielstwo, wychowywanie dzieci. Mimo że polski odpowiednik „rodzicielski” jest równoważny znaczeniowo określeniu angielskiemu i, jak dowodzi Łukasz Rokicki (2013), za „kolejnym zbędnym zapożyczeniem (...) nie przemawiają ani argumenty językowe, ani typograficzne”, to nazwa *parenting/parentingowe* przyjęła się w określaniu blogów czy blogosfery rodzicielskiej, prowadzonej przez rodziców lub dla rodziców.

Warto odnotować, że wśród samych twórców blogów parentingowych nie ma w tym obszarze zgody, a głosy są podzielone:

⁶ Szerzej na ten temat Silverstein i Auerbach, 2005, s. 33-47.

⁷ Centrum Badania Opinii Społecznej.

⁸ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (348) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich wspomaganym komputerowo (CAPI) w dniach 16-23 maja 2019 r. na liczącej 1079 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

⁹ Powyżej 18. roku życia.

Prowadzę blog o rodzicielstwie, o rodzicielstwie, nie parentingu. Często boleję nad ubożeniem języka polskiego (i ja nie jestem bez winy), jako anglistka pewnie powinnam się cieszyć z napływu anglicyzmów, jednak tak bardzo mi szkoda naszego pięknego języka ojczystego.

Pozyskano z: <http://lukaszrokicki.pl/2013/06/15/parenting-parentingowy/> (dostęp: 23.11.2019).

Sam jestem twórcą takiego bloga i często spotykam się z pytaniami o tę nazwę (...). Blog rodzicielski faktycznie brzmi bardziej zrozumiale dla Polaków. Ale nie można zapominać, że moda na blogi przyszła do nas z Zachodu, a wraz z nią nazwy. Tak jak i Twitter i tweety. Nikt nie myślał o tłumaczeniu tych nazw, chociaż jest to możliwe (...).

Pozyskano z: <http://lukaszrokicki.pl/2013/06/15/parenting-parentingowy/> (dostęp: 23.11.2019).

Mimo różnic w podejściu nazwa przyjęła się i jest powszechnie stosowana, a blogi parentingowe są odmianą blogów specjalistycznych, których główne cele to poszerzanie wiedzy, wymiana doświadczeń i budowa społeczności wokół tematyki związanej z rodzicielstwem.

Blogujący

Podczas analizy wybranych blogów przyjęto założenie, że istotną rolę w prezentowanym wizerunku rodziny odgrywają autorzy blogów. To ich doświadczenia, wiedza, światopogląd, motywacje i strategia prowadzenia elektronicznego dziennika wpływają na prezentowane treści i sposób ich przekazu. Wśród autorów dominują kobiety, tylko w jednym przypadku mężczyzna jest twórcą i prowadzącym (blogojciec.pl). Zdarza się, że pisanie blogów zajmują się małżeństwa (madrzy-rodzice.pl) lub grupy przyjaciół (Mataja.pl, wrolimamy.pl). W przypadku małżeństw wyróżniono dwa modele blogów. Pierwszy, który na potrzeby klasyfikacji nazwano pełnym, gdzie mąż i żona prowadzą swoje tematy na wspólnym blogu (oczekujac.pl, madrzy-rodzice.pl). Drugi model – pomocniczy (flowmummy.pl, buuba.pl), gdy mąż asystuje w części technicznej (opieka informatyczna nad stroną), wizualnej (grafika, zdjęcia, wideo) lub daje okazjonalne wpisy (motheratorka.pl).

Blogerzy to osoby o różnych zainteresowaniach i profesjach. Są wśród nich lekarki, chemiczki, specjalistki z zakresu komunikacji społecznej i PR, pedagogi i pedagogzy, biotechnolożki, położne, psycholożki, fotografki, graficy, informatycy, instruktorki nurkowania, socjolożki, prawniczki, wedding plannerki, germanistki, anglistki, nauczycielki francuskiego, autorzy książek dla dzieci i rodziców. Paleta wyuczonych czy wykonywanych zawodów jest długa i obrazuje różnorodność reprezentowanych środowisk, co powinno być gwarancją na pozyskiwanie opinii niejednorodnych i trafiających do urozmaiconych zbiorowości.

Czasem w opisach „O mnie” obok określenia profesji pojawiają się autodefinicje, odnoszące się do ról żon, matek, ojców, np. „młody ojciec” (blogojciec.pl), czy opiekunek gospodarstw domowych, np. „dyrektorka domowego cyrku” (Matkawariatka.pl),

„licencjonowana mama” (Nebule.pl). Trzecia grupa opisów jest związana z wyznawaną filozofią życia lub cechami charakteru, „niepoprawna optymistka, totalnie zakręcona na punkcie pozytywnego myślenia” (Flowmummy.pl), optymistka, pedantka, choleryczka, wojownicza (Szczesliwa.pl). W jednym przypadku blogerka (matkawariatka.pl) nawiązała przy autoprezentacji do rodziny, określając siebie jako „animatorkę życia rodzinnego”.

Motywacje

Zapowiedzi tematyki niektórych blogów zawierają najczęściej towarzyszące autorom motywacje. Zdarza się jednak, że blogerzy traktują prezentację przesłanek w sposób szczególny i by wyjaśnić przyczyny i okoliczności im towarzyszące, wyodrębniają niewielkie sekcje (np. Po co piszę?):

Czemu? (...) bo fajnie czasem się powspierać w doli rodzica i pokazać prawdziwe wiążące się z tym emocje (...).

Pozyskano z: <https://mataja.pl/o-nas-2-0-szkic/> (dostęp: 30.11.2019).

Zatem blogi parentingowe stają się wizytówkami charakteryzującymi rodziców i rodziny. Analiza motywacji pokazuje, że podstawowymi przesłankami są: popularyzowanie własnych poglądów, zaznajamianie z nimi innych osób, dzielenie się swymi doświadczeniami i wiedzą, poradnictwo często związane z wykonywanym zawodem. Równie często jednak blogowanie jest efektem niezgody na panujące stereotypy odnoszące się do ról pełnionych w rodzinie i poza nią, rytuałów, sposobów pielęgnacji i wychowania dzieci, zachowań, zainteresowań czy potrzeb. Inne przesłanki dotyczą chęci bycia w grupie ludzi czy nawiązania kontaktu z tymi, którzy rozumieją problemy autorów i utożsamiają się z nimi. Przedstawianie na blogach relacji z podróży czy opisów zainteresowań jest swoistą odskocznią od codzienności.

Analizowane blogi są też sposobem na autokreację autorów, którzy stają się opiniotwórczy. Jako liderzy opinii mogą przybierać role ekspertów, gromadzących dane na temat produktów czy usług i dzielić się z innymi, bądź łączników, biorących udział w dyskusjach stron zainteresowanych wytworami rynku czy sprzedawców rekomendujących lub wpływających na decyzje konsumenckie (Eccleston i Griseri, 2008, s. 594-595). Ta ostatnia rola sprawia, że powszechne stało się określenie *influencer* (ang.) rozumiane jako osoba, która może swoją opinią wpłynąć na grono co najmniej kilkuset osób poprzez wykorzystanie własnych kont w mediach społecznościowych (Kawalec, 2016).

Autorzy blogów rodzinnych są osobami wpływowymi, o czym może świadczyć ich liczna obecność¹⁰ w prestiżowym rankingu najbardziej wpływowych blogów w 2018 r. organizowanym przez JasonHunt.

¹⁰ Jeden w Złotej Dziesiątce (maginekolog.pl), dwa w Srebrnej Dziesiątce (hafija.pl, blogojciec.pl), trzy w Brązowej Dziesiątce (Matkawariatka.pl, Nieperfekcyjnamama.pl,

Taka sytuacja oznacza, że blogerzy są postrzegani jako osoby wiarygodne, profesjonalnie zajmujące się parentingiem, z doświadczeniem, własną grupą odbiorców, które są znane nie tylko w obszarze blogosfery rodzicielskiej, ale także poza nią. Taki status autorów analizowanych blogów zdają się potwierdzać liczne nagrody i eksperckie wystąpienia w mediach, na konferencjach czy innych forach.

Zawartość blogów

Kolejnym elementem badania jest weryfikacja krótkich opisów zawartości blogów, które pełnią funkcję anonsów/zwiastunów. Autorzy nadają tym fragmentom tytuł: „O czym piszę”. Najczęściej treści odnoszą się do rzeczywistości, w której funkcjonują, związanej z macierzyństwem/ojcostwem, karmieniem piersią, prowadzeniem domu, gotowaniem, zabawami z dziećmi, relacjami w małżeństwie, dbaniem o siebie, podróżami czy pracą zawodową. Zapowiedzi świadczą o chęci dzielenia się swoimi doświadczeniami, wiedzą czy walce z mitami na temat macierzyństwa/ojcostwa i stereotypami:

Będzie o mitach macierzyństwa, o rozczarowaniach, trudnościach i kłamstwach. O tym wszystkim, o czym na ogół się nie mówi, bo „nie wypada” albo „bo wstyd się przyznać”.

Pozyskano z: <https://maginekolog.pl/370836-2/> (dostęp: 25.12.2019).

Blogerzy wiedzą, że ich odbiorcy oczekują wiarygodnych treści, dlatego nie unikają wyznań o niedoskonałości:

bez wstydu mówimy o swoich słabościach.

Pozyskano z: https://nieperfekcyjnamama.pl/2019/06/03/zatrzymac-kolo-nim-bedzie-za-pozno/boy-110762_1280/ (dostęp: 29.11.2019).

W zapowiedziach analizowanych blogów często pojawia się tematyka rodziny: „Na szczęśliwa.pl znajdziesz fragmenty z naszego rodzinnego życia (...) Tutaj zobaczysz nasz rodzinny kalejdoskop” (szczęśliwa.pl), „(...) zabawne historie z życia rodziny (...) (maginekolog.pl), „chciałam (...) podzielić się (...) tym, co pięknego i dobrego spotyka naszą rodzinę” ([Moi Mili.pl](http://MoiMili.pl)), „Nie jesteśmy standardową rodziną. (...) Wspólnie wychowujemy nasze dzieci i na blogu przeczytasz, jak to wygląda w praktyce” (mamandthecity.pl).

Niektórzy autorzy nadają swym blogom kategorię: blog rodzinny. To zwykle dzienniki prowadzone przez oboje rodziców. Tematyka obejmuje sprawy codziennego funkcjonowania, widziane oczami kobiety i mężczyzny, i skupia się na ich rolach, odpowiedzialności wobec rodziny partnera/ki i wobec siebie. Jak podkreślają, chcą w autentyczny i odpowiedzialny sposób pokazać życie rodziny.

Krystyaniedenerwujmatki.pl) oraz trzy w kategorii Wschodzące Gwiazdy (Ronja.pl, Mamoholiczka.pl, Wikilistka.pl).

Pokazujemy (...) jak tworzyć szczęśliwą rodzinę i nie sprawić by zapomnieć o sobie.
Pozyskano z: <https://oczekujac.pl/o-blogu> (dostęp: 29.11.2019).

Szersze ujęcie rodziny, przez pryzmat społeczeństwa, oferuje autorka blogu nishka.pl:

Piszę o życiu w rodzinie i społeczeństwie, dzielę się ciekawostkami socjologicznymi i psychologicznymi, cytuję nasze rodzinne dialogi.

Pozyskano z: <https://www.nishka.pl/o-mniewspolpraca/> (dostęp: 28.11.2019).

O kreatywnym życiu rodziny w otoczeniu książek, gier, zabawek i wędrówek po górskich szlakach pisze autorka blogu leciobocian.pl, która recenzuje i rekomenduje publikacje ukazujące najmłodszym czytelnikom znaczenie rodziny.

Obraz rodziny ulega zmianie, a wraz z nim ewoluują sposoby jej prezentacji. Blogerzy uczestniczą w tych zmianach, obserwują je i zadają w swych dziennikach pytania o obecny kształt i sens podstawowej komórki społecznej:

No właśnie – rodzinę. Tylko co teraz znaczy to słowo?

Oczywiście, to osoby spokrewnione. Ale dziś rodzina to też osoby, które razem mieszkają i się kochają, choć niekoniecznie łączą ich więzy krwi ani papier z USC.

Pozyskano z: <https://www.tekstualna.pl/rodzina-patchworkowa/> (dostęp: 30.11.2019).

Odpowiedzi wskazują na dużą zmienność, różnorodność i panujące trendy. Rodziny są opisywane z perspektywy doświadczeń własnych, przypadków przyjaciół, znajomych czy wreszcie w odniesieniu do problematyki będącej częścią dyskursu publicznego. Zwykle materiały o rodzinie dotyczą własnych przypadków, którymi autorzy chcą się podzielić. W dyskusjach podejmowanych na analizowanych blogach pojawiają się następujące modele rodzin:

- patchworkowa, będąca „układanką”, zrekonstruowaną, gdy rozwiedzione osoby ponownie wchodzi w związki z bagażem doświadczeń i dziećmi, tworząc nowe związki;
- blogowo-instagramowa, osadzona w wirtualnym świecie, wykreowana często na potrzeby sesji zdjęciowych, które są ilustracją tekstów blogera. Taka autoprezentacja tworzy rodzaj iluzji, a upiększanie życia rodzinnego wiąże się zazwyczaj z dążeniem do ideału, z pokazywaniem innym, że szczęśliwa rodzina istnieje;
- aktywna, często pojawia się na łamach blogosfery parentingowej. Jest atrakcyjna, umieszczana w pięknej scenerii wspólnych podróży, wypraw, zabaw czy uprawianych sportów. Taka rodzina jest wartościowana pozytywnie;
- konsumpcyjna, która testuje, próbuje, rekomenduje produkty i usługi przydatne innym. Prezentacja modelu rodziny konsumpcyjnej jest popularnym tematem wpisów i przedstawiana jest przez pryzmat rodzin autorów. Działalność ta jest często powiązana z komercyjnym wykorzystaniem blogów i wpływem ich autorów na związaną z nimi społeczność;

- ekonomiczna, która jest prezentowana relatywnie rzadko, głównie w kontekście finansów, wydatków, oszczędności, planowania zakupów;
- duża, o tym modelu dyskutuje się często w przestrzeni publicznej. W blogosferze parentingowej jest prezentowany przez pryzmat codziennego życia, dekalogu rodziców wielodzietnej rodziny i przywilejów, jakie daje Karta Dużej Rodziny.

Często we wpisach pojawia się rodzina określana mianem współczesnej, widziana z dwóch perspektyw, zewnętrznej kreacji (na pokaz) i wewnętrznej, rzeczywistości, która dotyczy także rutyny dnia codziennego.

Zakończenie

W zakresie realizowanego procesu komunikacji blogi parentingowe prezentują szerokie możliwości (auto)prezentacji rodziny. Blogerzy wykorzystują różnorodne formy przekazu (tekst, audio, zdjęcia, wideo). Starają się je doskonalić poprzez profesjonalizację swych umiejętności edytorskich, fotograficznych, realizatorskich czy wykorzystanie odpowiedniego sprzętu. Reprezentacja różnych środowisk zawodowych pozwala na spojrzenie eksperckie w tematyce zgodnej z wyuczonym zawodem, umiejętnościami czy zainteresowaniami. Różnorodność sytuacji życiowych, od rodzin pełnych po matki samotnie czy w nowych związkach wychowujące swe potomstwo, sprawia, że spojrzenie na rodzinę jest wielowymiarowe i pełniej oddaje jej rzeczywisty obraz. Sprzyja temu też narracja prowadzona przez odmiennych autorów (matki, ojców czy oboje rodziców), co zdaje się, choć w niewielkim stopniu (ze względu na dominantę kobiet blogerek), obiektywizować prezentowany punkt spojrzenia.

Blogerzy reprezentują wielopłaszczyznowe podejście do tematyki parentingowej. Jedni skupiają się na swych rodzinach i przyglądają się wielu codziennym i niecodziennym problemom przez soczewki mikroskali. Pozostali kontrastują własne życie z szerszymi pojętymi problemami innych rodzin czy społeczeństwa. Wnikliwie analizują trendy kulturowe, przyglądają się nowościom na rynkach wydawniczych, testują i rekomendują produkty, weryfikują swoje przyzwyczajenia w odniesieniu do modnego lifestyle'u. Wielu blogerów przygląda się otaczającemu i zmieniającemu światu oraz stara się z niego wybrać i zaimplementować dla swej rodziny to, co najlepsze. Czasem są to kwestie zawodowe, innym razem zaczerpnięte z nauki koncepcje czy namysł filozoficzny nad zmieniającym się modelem rodziny. Towarzyszą im rozmaite motywacje, od potrzeby ekspresji, akceptacji społecznej, po autopromocję siebie i swych najbliższych. Źródła motywacji są osadzone w teorii potrzeb Masłowa, „co pozwala na (...) zaspokajanie potrzeb związanych z poczuciem bezpieczeństwa, przynależnością do grupy, narzędziami służącymi do samorealizacji i sposobami na zdobycie uznania innych czy chęcią zwrócenia na siebie uwagi” (Frontczak, 2006, s. 318, za: Gregor i Kaczorowska-Spychalska, 2016, s. 49).

Strategie prezentacji rodziny wybierane przez blogerów parentingowych można określić jako dualne. Z jednej strony rodzina jest ukazywana przez pryzmat problemów,

bezsilności, popełnianych błędów, codzienności. Taki przekaz wzbudza zaufanie, skraca dystans, świadczy o autentyczności wyznań i spotyka się ze zrozumieniem czytelników. Często autorzy szukają wsparcia i chcą poczuć się pewniej w walce ze swymi problemami. Inni wchodzą w rolę edukatorów, dzielą się doświadczeniami, omawiają skutki podejmowanych decyzji, przestrzegają, nawiązują do tematów trudnych, pokazują, jak wygrać z przeciwnościami losu. Drugie podejście, które na potrzeby artykułu nazwano celebryckim, to prezentacja świata pięknego, rodzin szczęśliwych zorientowanych na modne podróże i nowości. Wiąże się ono ze zjawiskiem estetyzacji, tworzeniem idealnych i często nierealnych obrazów rodzin.

Tematyka rodziny jest popularna wśród blogerów i zwykle bywa podejmowana przez soczewkę własnych doświadczeń. Rzadziej autorzy konfrontują problematykę ogólnospołeczną w odniesieniu do zmiany zachowań czy przyzwyczajzeń własnych domowników. Rodzina widziana oczyma blogerów jest bardzo zróżnicowana, a jej model ewoluuje w zależności od wielu determinant (mody, sytuacji społeczno-ekonomicznej czy kultury).

Analizowane blogi nie pokazują problemów rodziny w ujęciu ogólnym, ale skupiają się na rolach matek, ojców czy relacjach z dziećmi. Rodzina jest często widziana jako zbiór indywidualnych problemów spokrewnionych osób. Wyraźna jest też zmiana definicji rodziny, której towarzyszy niepewność związana z akceptacją społeczną i środowiskową nowych modeli. Stąd przy ich opisach pojawiają się częste odwołania do głęboko zakorzonego wzorca, którym jest rodzina tradycyjna, rozumiana jako ostoja dla jej członków.

BIBLIOGRAFIA

- Blood, R. (2002). *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Cambridge: Perceus Publishing, 6.
- CBOS (2019). *Korzystanie z internetu, Komunikat z badań*, 95/2019. Warszawa, 13-14.
- Cichocki, P., Jędrkiewicz, T. i Zydel, R. (2012). Etnografia wirtualna. W: D. Jemielniak (red.), *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- JasonHunt Studio, *Ranking najbardziej wpływowych blogerów 2018*. Pozyskano z: <http://jasonhunt.pl/ranking-najbardziej-wplywowych-blogerow-2018/> (dostęp: 25.11.2019).
- Eccleston, D. i Griseri, L. (2008). How Does Web 2.0 Stretch Traditional Influencing Patterns? *International Journal of Market Research: Web 2.0 special issue*, 50(5).
- Gregor, B. i Kaczorowska-Spychalska, D. (2016). *Blogi w procesie komunikacji marketingowej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 49.
- <http://bielskiemamy.pl/blog-parentingowy-co-to-znaczy-i-ktory-jest-najlepszy/> (dostęp: 23.11.2019).
- <https://madrzy-rodzice.pl/2017/10/50-najwiekszych-polskich-blogow-rodzicielskich-ranking/> (dostęp: 23.11.2019).
- <https://socialmedia.pl/najlepsze-blogi-parentingowe/> (dostęp: 23.11.2019).
- <https://www.szczesliwa.pl/ranking-blogow-parentingowych-grudzien-2016/> (dostęp: 23.11.2019).
- <https://www.szymonslowik.pl/najlepsze-blogi-parentingowe> (dostęp: 23.11.2019).
- Kawalec, B. *Kim jest Influencer? Po zasięgach i charyzmie ich poznać*. Pozyskano z: <https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/275/kim-jest-influencer-po-zasiegach-i-charyzmie-ich-poznac> (dostęp: 07.12.2019).

- Lejeune, P. (2010). „Drogi zeszycie...”, „drogi ekranie ...”. O *dziennikach osobistych*, przekł. A. Karpowicz, M. i P. Rodakowie. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Li, Ch. i Bernoff, J. (2009). *Marketing technologii społecznych*. Warszawa: MT Biznes.
- Ludkowski, Ł. (2012). Social media po polsku. W: K. Budek (red.), *Raport Social Media w biznesie*. Raport Internet Standard 2/2012, Warszawa, 13.
- Mariański, J. (2012). *Małżeństwo i rodzina w świadomości młodzieży maturalnej – stabilność i zmiana*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- mk, *30 lat temu zrobiono Polakom sondaż wartości. Dziś go powtórzyliśmy. Co się zmieniło?* Pozyskano z: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114883,24841416,jak-zmienilismy-sie-w-ciagu-30-lat-od-pracy-i-religii-wazniejsi.html> (dostęp: 28.11.2019)
- Rokicki, L. (2013). *Parenting, parentingowy*. Pozyskano z: <http://lukaszrokicki.pl/2013/06/15/parenting-parentingowy/> (dostęp: 25.11.2019).
- Sarowski, Ł. (2017). Od Internetu Web 1.0 do Internetu Web 4.0 – ewolucja form przestrzeni komunikacyjnych w globalnej sieci. *Rozprawy Społeczne*, t. 11, 32-39.
- Silverstein, L. i Auerach, C. (2005). (Post)modern families. W: J.L. Roopnarine i U.P. Gielen (red.), *Families in Global Perspective*. Boston: Person Education.
- tw, *Platformy blogowe: na czele Blogspot, mocno w dół Wordpress i Blox.pl, Tumblr.com przyciąga najdłużej*. Pozyskano z: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/platformy-blogowe-na-czele-blogsopot-mocno-w-dol-wordpress-i-blox-pl-tumblr-com-przyciaga-najdluzej> (dostęp: 29.11.2019).
- Wilkowski, M. (2010). *Warsztat: blogi naukowe dla opornych. Historia i media*. Pozyskano z: <http://historiaimedia.org/2010/05/04/warsztat-blogi-naukowe-dla-opornych/> (dostęp: 25.11.2019).

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>