

MONIKA RYNDZIONEK*

Karierowiczka i egoistka: opór polskich „bezkidek” wobec presji społecznej posiadania dzieci. Analiza przekazów na platformie TikTok

Careerist and egotist: resistance of Polish ‘childfree’ women to social pressure of having children. Analysis of the messages on TikTok platform

Streszczenie

Artykuł omawia zjawisko bezdzietności z wyboru w kontekście licznych presji obecnych w przestrzeni społecznej, a szczególnie w przestrzeni Internetu i platform społecznościowych. Jako punkt wyjścia posłużył opis artykułów na temat przeprowadzonych w ostatnim czasie analiz naukowych i badań dotyczących intencjonalnej bezdzietności. Są one skupione głównie na ruchu #childfree na TikToku. Natomiast przeprowadzone przez autorkę badanie obejmuje analizę polskich treści na platformie TikTok dotyczących bezdzietności, w tym metod społecznej stygmatyzacji i zawstydzania osób wybierających życie wolne od dzieci (*childfree shaming*), jak też strategii obronnych stosowanych przez społeczność bezdzietnych kobiet oraz psychologicznego zjawiska „reguły autorytetu”. Takie podejście badawcze rzuca nieco światła na złożoną dynamikę społeczną wokół decyzji o pozostaniu bezdzietnym lub bezdzietną w obliczu oczekiwań społecznych, oferując istotne spojrzenie na współczesne postawy wobec tej kontrowersyjnej kwestii w społeczności TikToka. W szczególnym stopniu dotyczy to bezdzietnych kobiet, którym przypisuje się niemal obowiązkowo

* Wydział Nauk Społecznych, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Polska, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2942-3309>, e-mail: monika.ryndzionaek@uwm.edu.pl.

macierzyństwo. Platforma TikTok jest ich przestrzenią szerzenia poglądów i obrony własnego stanowiska.

Słowa kluczowe:

bezdziethość z wyboru, presja społeczna, dyskurs na TikToku, stygmatyzacja bezdzietnych, ruch #childfree, opór społeczny, analiza mediów społecznościowych, oczekiwania wobec rodzicielstwa

Abstract

This article delves into the phenomenon of intentional childlessness within the context of many societal pressures prevalent on the Internet and specifically on the social platforms. It encompasses an exploration of recent scientific research and inquiries into the choice of childlessness, with a focus on the #childfree movement on TikTok. The presented study of an author covers an analysis of Polish content related to intentional childlessness on TikTok, dissecting the methods of social shaming directed at individuals opting for a child-free lifestyle, the defensive strategies employed by the child-free community, and the psychological phenomenon of the “authority rule”. This research approach sheds some light on the complex social dynamics surrounding the decision to remain child-free in the face of societal expectations, offering significant insights into contemporary attitudes towards this contentious topic within the TikTok community. This particularly concerns childless women who are almost expected to embrace motherhood as an obligation. TikTok is their space for spreading their views and defending their own position.

Keywords:

childfree choice, societal pressures, TikTok discourse, childfree shaming tactics, #Childfree movement, social resistance, social media analysis, parenthood expectations

1. WPROWADZENIE – ZJAWISKO BEZDZIETHOŚCI Z WYBORU

Opieka nad dzieckiem jako droga do kobiecej samorealizacji zaczęła nabierać znaczenia dopiero w XVIII wieku z powodu kilku równoczesnych zdarzeń. Pierwszym było drastyczne zmniejszenie liczby urodzeń, co wywołało rewolucję demograficzną. Następnie mniejsza liczba dzieci pozwoliła na bardziej indywidualne traktowanie każdego z nich, z większą uwagą i uczuciem (Józefowicz, 2017). Ten okres to także narodziny nowoczesnej emocjonalności, nie tylko w kontekście macierzyństwa. Był to czas, gdy myśli J.J. Rousseau (1955) i jego zwolenników

zaczęły się rozprzestrzeniać. To właśnie wtedy zakończył się pierwszy etap kształtowania europejskiego wzorca macierzyństwa. Następnie Freud (1933) posunął się dalej, twierdząc, że kobiecy los jest zdeterminowany przez jej biologię, utożsamiając kobietę jednoznacznie z rolą matki. Według Freuda (1933) mężczyzna był człowiekiem, podczas gdy kobieta była istotą człowiekopodobną, osiągającą pełnię człowieczeństwa tylko poprzez macierzyństwo. Wówczas kobieta, która nie pragnęła macierzyństwa, natychmiast stawała się obiektem podejrzeń. Paradoksalnie teorię Freuda sformułowano w okresie, gdy ruch emancypacji kobiet zaczynał osiągać pierwsze sukcesy (Józefowicz, 2017). Freud (1933) utrzymywał, że jedyną drogą spełnienia dla kobiety jest rola matki, pomimo że świat otwierał przed nimi szerokie spektrum innych możliwości. Diada Rousseau-Freud odegrała istotną rolę w kreowaniu poczucia winy u tych kobiet, które nie pragnęły lub unikały macierzyństwa. Za losy dziecka Freud i jego następcy obarczali głównie kobietę. Jeśli coś szło nie tak w życiu dziecka, winna była matka i jej rzekomy błąd (Józefowicz, 2017). Teorie te powodowały, że kobiety czuły się winne, jak podkreślają niemal wszystkie feministki, z Betty Friedan (2023) włącznie. Niemniej jednak ludzka natura nie ulega całkowitym przemianom, a nawet najbardziej intensywne wysiłki wychowawcze czasem nie przynoszą oczekiwanych rezultatów. Dodatkowo jest jasne, że nie zawsze kobieta, która całkowicie poświęca się życiu rodziny, musi być najlepszą matką.

Także według E. Badinter (1998) matka jest uważana za główną „szafarkę miłości” dla noworodka i małego dziecka, ale jest to swego rodzaju poświęcenie ze strony matki, dar składany dziecku. Czas i energia, które matka poświęca dziecku, są wszystkim, czego wyrzeka się dla niego. Wiele kobiet jednak uważało i wciąż uważa, że podział ról na ojcowską i macierzyńską, rzekomo konieczny dla właściwego rozwoju dziecka, jest dogmatem teoretyków psychoanalizy. Dlatego też dar matki składany z siebie samej został wkrótce zakwestionowany przez kobiety. Dziś kobiety otwarcie mówią o tym, iż cechy macierzyńskie nie są nieuchronnie przynależne kobiecej płci.

Współczesne rodziny często łączą wspólne doświadczenia i więzi emocjonalne, a nie tylko tradycyjne role. To przypomina o współczesnych czasopiśmie dla przyszłych rodziców, które promują mit nieustannej radości i szczęścia związanego z macierzyństwem. W rzeczywistości jednak nie zawsze jest tak beztrudno. Często ten mit zostaje obalony już podczas ciąży, gdy dolegliwości przyszłej matki sprowadzają ją do roli wyłącznie pojemnika na dziecko, co jest szczególnie bolesne, gdy podobnie traktują ją pracownicy służby zdrowia. Macierzyństwo jest obszarem, który jest mitologizowany, i społecznym konstruktem podlegającym zmianom, co w debacie publicznej jest często pomijane. W Polsce jest

to szczególnie dojmujące, że względu na wciąż głęboko zakorzeniony mit Matki Polki. W rzeczywistości rola Matki Polki pierwotnie opisywała jedynie niewielką grupę kobiet w Polsce, głównie arystokratek. Niemniej jednak, jak zaznacza A. Paczkowska (2022), siła i trwałość tego symbolu sprawiły, że wzorzec Matki Polki zakorzenił się na stałe w polskim społeczeństwie. Obecnie nadal pełni istotną funkcję zarówno opisową, jak i normatywną. Centralnym elementem tego obrazu jest koncepcja kobiety-matki, której głównym zadaniem jest urodzenie i wychowanie dzieci. Jednocześnie pełni ona rolę strażniczki domowego ogniska, zobowiązanej do troski o dobrostan i zdrowie członków rodziny. Ważny jest także wątek narodowy powiązany z wizerunkiem Matki Polki – poprzez pełnienie roli macierzyńskiej kobieta spełnia swój patriotyczny obowiązek i w trakcie procesu wychowania chroni i pielęgnuje polskie wartości, tradycje, wiarę i język (Titkow, 2012), przekazując je kolejnym pokoleniom. Jest to do dziś niezwykle ważny motyw dyskursu macierzyństwa w Polsce.

Sytuacja kobiet jest spowodowana tym, że cały proces socjalizacji jest zorientowany na wdrożenie ich do życia w związku. Tylko taki model życia przedstawia się jako gwarantujący sukces. Zarówno w rodzinie, jak też w szkole, gdzie dominuje dyskurs miłości romantycznej, przekładający się następnie na relacje rówieśnicze (marzenie o białej ślubnej sukni), przygotowuje się dziewczęta do roli macierzyńskiej i małżeńskiej. Ten system socjalizacji jest wzmacniany przez dyskurs medialny, a w nim obok przekazów konsumpcjonistycznych, kreujących kobiety na gospodynie domowe lub seksbomby, istnieją często inne wzmacniające go przekazy, jak np. silny konserwatywny dyskurs prawicy i Kościoła katolickiego w Polsce, kładący nacisk na rolę kobiety jako matki w rodzinie.

Jesteśmy w XXI wieku, a dyskursy przeciwne – wskazujące, że kobieta może się spełniać i rozwijać również nie będąc matką, zaczynają się dopiero przebijać do mainstreamu i zadomawiać w przestrzeni Internetu. Hashtagi takie jak #childfreetok, #childfreebychoice i #nothavingkids są obecne na anglojęzycznym TikToku już od pewnego czasu, ale dopiero od 2020 roku zaczęły zyskiwać znacznie większą popularność. Wszystkie powyższe hashtagi należą do kategorii #childfree, popularnego nurtu na TikToku, który obecnie zaczyna przybierać cechy ruchu społecznego (Navlakha, 2021). Warto zauważyć, że jest to hashtag „childfree” – wolny od dzieci, a nie „childless” – bezdzietny, które jest słowem używanym tradycyjnie na określenie osób, które nie posiadają dzieci, ale w sposób niezamierzony sugeruje coś, czego brakuje, jakąś stratę. Natomiast osoby „childfree” deklarują, że to nie jest strata czy brak, ale wolność, w tym również wolność wyboru życia bez dzieci (Tomaszewska, 2017). Mówienie o bezdzietności jako „childless” wpisuje się w utarte oczekiwania społeczeństwa, że kobieta jest stworzona do posiadania

dzieci. Jest to normą płci przypisaną kobietom, która nakazuje przedkładać obowiązki nad własne pragnienia. W pewnym stopniu tłumaczy to feministyczna koncepcja Adrienne Rich (1980) dotycząca przymusowej heteroseksualności. Według Rich kobiety są przygotowywane do pełnienia ról służących mężczyznom, czy to seksualnie, w domu czy emocjonalnie. Wpisuje się w tę koncepcję także głębokie przekonanie obecne w naszej kulturze, że macierzyństwo jest pragnieniem każdej kobiety. Oczywiście decyzja o nieposiadaniu dzieci dotyczy także mężczyzn, ale w przypadku kobiet w ocenie społecznej wydaje się szczególnie kontrowersyjna. Z tego powodu także większy *hejt* i ostracyzm spotyka bezdzietne kobiety niż mężczyzn. W przestrzeni polskiego Internetu nazywają one siebie „bezkidkami” i próbują bronić swych decyzji oraz prawa wyboru. Zarówno bezdzietność, jak i macierzyństwo są z ich perspektywy równoprawnymi wyborami i jest to odpowiedni czas, aby społeczeństwo zwróciło uwagę na przyczyny takich wyborów, bez osądzania. Stąd mamy wysyp treści o tej tematyce na platformach społecznościowych.

2. ZJAWISKO BEZDZIETNOŚCI Z WYBORU W NAJNOWSZYCH BADANIACH NAUKOWYCH

Jedną z nielicznych analiz naukowych dotyczących dyskursu bezdzietności w warunkach polskich została przeprowadzona przez Joannę Tomaszewską w 2017 roku. Jej badanie dotyczyło sposobów wyjaśniania decyzji o bezdzietności oraz relacji z rodziną i znajomymi bezdzietnych z wyboru par. Zidentyfikowane sposoby wyjaśniania bezdzietności przez jej rozmówczynie i rozmówców to przede wszystkim brak potrzeby posiadania potomstwa, brak instynktu rodzicielskiego i związana z tym trwała i niezmienna niechęć do dziecięcych zachowań, ale także kwestie związane z fizycznością – zmiany, często nieodwracalne, jak blizny czy rozstępy, które mogą pojawić się w czasie ciąży. Ważną motywacją są też kwestie ekonomiczne, strach, że dziecko urodzi się chore lub niepełnosprawne, indywidualne doświadczenia z przeszłości (np. konieczność zajmowania się rodzeństwem w młodości), a także troska o społeczeństwo i środowisko naturalne w związku z globalnym przeludnieniem.

Zdaniem innej badaczki, Justyny Wilak (2023), istnieje wiele innych motywów dobrowolnej bezdzietności wśród polskich kobiet. Dokonała ona analizy komentarzy zamieszczanych w Internecie i zidentyfikowała dziewięć motywów bezdzietności: pragnienie wolności, potrzebę spokoju i samotności, niechęć do poświęceń/wzięcia na siebie dodatkowej odpowiedzialności, nielubienie dzieci, lęk przed

ciążą i porodem, lęk przed potencjalną chorobą dziecka, motywy środowiskowe, brak instynktu macierzyńskiego oraz złe doświadczenia z dzieciństwa. Część z nich pokrywa się z powodami zidentyfikowanymi przez J. Tomaszewską (2017), ale pojawiają się też silne indywidualne motywy, jak potrzeba spokoju i niechęć do poświęceń. Badania przeprowadzone ostatnio w Indonezji (Malik et al., 2023) wskazują, że częściej decyzję o bezdzietności podejmują osoby, które mają w tym wsparcie ze strony rodziny, chcą być w swoim życiu wolne i bardziej zrelaksowane, a także czują, że nie są gotowe na posiadanie dzieci i skupiają się na karierze oraz celach ekonomicznych. Zatem wygląda na to, że motywacje są podobne niezależnie od miejsca zamieszkania. Tymczasem osoby przeciwnie bezdzietności uważają, że bezdzietność czyni osobę samolubną i nastawioną indywidualistycznie oraz że jest ona niezgodna z oczekiwaniami w społeczeństwie indonezyjskim (Malik et al., 2023).

W Polsce jest podobnie, chociaż ten temat dopiero zaczyna się przebijać do *mainstreamu*. Istnieją co prawda takie miejsca jak bezdziennik.pl (platforma wsparcia i zrzeszania się osób bezdzietnych), ale wciąż są nieliczne. Bardzo powszechny jest też problem „childfree shaming”, czyli zawstydzania ludzi bezdzietnych, które pełni rolę dyscyplinującą. Jak pisze założycielka strony bezdziennik.pl, media społecznościowe są tak naprawdę „pręgierzami społecznościowymi”, gdzie zawstydzanie ma się lepiej niż kiedykolwiek wcześniej. Jej zdaniem w polskim dyskursie publicznym jest ogrom przekazów, które mają za zadanie pokazać kobietom, jakie jest ich „przeznaczenie”, a jest nim oczywiście macierzyństwo. Nie-matka w tym dyskursie staje się leniwą egoistką, nie-Polką (Broda, 2020). Analiza naukowa przeprowadzona przez Pawła Ciesielskiego (2023) wyraźnie wskazuje, że główne cechy, które mogą wpływać na uprzedzenia innych wobec osób bezdzietnych, to prawicowy autorytaryzm, przekonania polityczne, narcyzm zbiorowy i religijność, a zatem opisywany na portalu bezdziennik.pl dyskurs publiczny może w dużej mierze przyczyniać się do ukształtowania negatywnych postaw wobec bezdzietnych w pewnych grupach społecznych. Badania portugalskie pokazują jednak, że pomimo presji macierzyństwa, z jaką kobiety spotykają się na co dzień, i napiętnowania społecznego, któremu są poddawane przez pronatalistyczne oczekiwania, kobiety bezdzietne z wyboru skutecznie konstruują swoją tożsamość, projektując różne ścieżki samorealizacji. Ponadto wykazano, że istnienie internetowych społeczności bezdzietnych jest w stanie zrekompenzować im brak dostępu przez całe życie do kobiet, które mogłyby być wzorami do naśladowania (*role models*), same nie mając dzieci ani nie chcąc ich mieć (Salgado & Magalhães, 2024).

3. RUCH #CHILDFREE NA TIKTOKU

Niektórzy twierdzą, że pandemia koronawirusa wzmogła zjawisko bezdzietności, ponieważ ujawniła dwie rzeczy: dała ludziom czas na refleksję i ponowne rozważenie swoich osobistych preferencji, a także ujawniła realia systemów opieki zdrowotnej na całym świecie. Badania przeprowadzone w Stanach Zjednoczonych przez Pew Research Center od początku pandemii do maja 2021 roku wskazały, że zarówno w Stanach Zjednoczonych, jak i na świecie nastąpił znaczny spadek dzietności. Już w roku 2020 roku wskaźnik urodzeń w USA spadł o 4% (Barroso, 2021). Podobnie jest też w krajach europejskich, a do podejmowania decyzji o nieposiadaniu dzieci przyczynia się brak bezpieczeństwa ekonomicznego, niepewność polityczna, jak też zmieniające się normy dotyczące płci i mimo wszystko coraz większa akceptacja społeczna dla takich decyzji. Jednak tradycyjne podejście do macierzyństwa nadal dominuje. Kobiety, które decydują się nie mieć dzieci, spotykają się z różnym stopniem napiętnowania, gdy otwarcie o tym mówią. Kobiety, które pozostają bezdzietne z wyboru, gdyż wolą poświęcić się karierze zawodowej niż wychowywaniu dzieci, także często dręczy poczucie winy. Ich zachowanie otoczenie odbiera jako egoistyczne i nienaturalne. Panujące powszechnie stereotypy skutecznie wpływają na postawy kobiet. Z tego właśnie powodu – poczucia winy i napiętnowania w środowisku – wiele kobiet rezygnuje ze swoich pragnień.

Platformy społecznościowe, w tym TikTok, stanowią dla nich forum głoszenia swoich poglądów, ale też pozwalają walczyć ze stygmatyzującymi przekazami i normalizować „wolność od dzieci”. Z tego właśnie powodu w ostatnich latach zaczął się intensywnie rozwijać w Internecie ruch #childfree. TikTok jest w tej przestrzeni jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się platform komunikacyjnych na świecie. Budzi liczne kontrowersje, zarówno wśród teoretyków oraz badaczy mediów, jak i wśród samych użytkowników, ale jest niezwykle istotny w wymiarze oddziaływania społecznego, bo jest w szczególności wykorzystywany przez dzieci i młodzież. Badania potwierdzają możliwości wykorzystania tej platformy w zakresie oddziaływania na zachowania społeczne w różnorodnych obszarach życia, np. w sferze zdrowia i polityki. W odróżnieniu od innych mediów społecznościowych, TikTok nie służy tworzeniu lub wzmocnieniu więzi między użytkownikami, ponieważ jest to w głównej mierze medium wymiany lub konsumpcji treści dla wielu rozproszonych użytkowników. Użytkownicy TikToka przede wszystkim dzielą się w efektywny sposób swoimi codziennymi doświadczeniami (Tereszkiewicz, 2022). W Polsce większość użytkowników TikToka stanowią kobiety (Kim są polscy użytkownicy TikToka, 2022). Poprzez

nacisk na imitację treści na TikToku mogą mieć bardziej perswazyjny charakter niż na innych platformach, co może być wykorzystane w komunikacji w obszarach dyskursu publicznego i promowania pożądanych lub niepożądanych zachowań społecznych (Tereszkiewicz, 2022).

Powyższa charakterystyka sprawiła, że właśnie TikTok został wybrany przeze mnie jako źródło danych do analizy dyskursu wokół polskiego ruchu bezdzietnych z wyboru. Analiza przedstawiona w niniejszym artykule pozwala stwierdzić, jakie tematy dominują w dyskursie polskich „bezkidek”, czyli co najbardziej je nurtuje i na ile jest w polskim społeczeństwie przyzwolenie na bezdzietność z wyboru. Tiktokerzy anglojęzyczni wypowiadający się na ten temat próbują wyjaśniać osobiste powody, dla których nie chcą mieć dzieci. Mówią często o tym, że ważne jest, aby kobiety wiedziały, że mają wybór, mimo że społeczeństwo narzuca im bycie matkami. Taka jest motywacja tworzenia przez nich tiktokowych treści. Dla wielu z nich TikTok jest głównym miejscem otwartej komunikacji i odnajdywania ludzi o podobnych poglądach. W anglojęzycznych TikTokach temat bezdzietności z wyboru pojawia się znacznie częściej niż w polskich. Globalny ruch „childfree” doczekał się także pewnych analiz naukowych. Natomiast znacznie mniej materiałów jest dostępnych na temat polskiego ruchu „childfree”, co było główną motywacją do przeprowadzenia tego wstępnego badania o charakterze eksploracyjnym właśnie w polskim TikToku.

4. METODA ZBIERANIA I ANALIZY DANYCH

Ze względu na charakter badania, którego głównym celem była próba określenia, czy temat bezdzietności z wyboru na platformie TikTok w kontekście polskim ma potencjał do dalszych badań i analiz, wybrałam do analizy treści oznaczone tylko jednym hasztagiem: „bezdzietność”. Wyłoniłam w ten sposób ponad 30 materiałów, z czego bezpośrednio tematowi bezdzietności było poświęconych 29 filmików opublikowanych na przestrzeni lat 2022–2023. Posortowałam je według liczby polubień, czyli ich popularności, a następnie analizowałam ich zawartość, nadając ich treści odpowiednie kody (tabela 1). Następnie zrekonstruowałam i ustrukturyzowałam pojawiające się treści.

Obecnie analiza treści jest zdecydowanie najczęściej stosowaną metodą zbierania danych w badaniach platformy TikTok, ponieważ umożliwia badanie różnych cech platformy oraz ich konsekwencji społecznych, kulturowych i politycznych. Platforma generuje mnóstwo treści, które można przeglądać, gromadzić i analizować, nawet bez logowania. Ponadto analiza treści TikToka (filmy, polubienia,

komentarze itp.), jako dyskretna metoda gromadzenia danych, może być skutecznym sposobem obserwowania interakcji uczestników bez ingerencji badacza/ki. Wreszcie metoda ta pozwala na systematyczne porównywanie różnych organizacji i grup promujących swoje interesy (Miltsov, 2022).

Jako że prezentowane tu badanie dało obiecujące rezultaty, kolejny jego etap, zaplanowany w najbliższej przyszłości, będzie polegał na rozszerzeniu wyszukiwania materiałów o inne hasztagi oraz analizie sekcji komentarzy pod wybranymi materiałami.

Tabela 1. Charakterystyka próby badawczej

Nr	Tematyka	Liczba polubień	Data publikacji
1	Powody bezdzietności, sposoby zawstydzania bezdzietnych, prawo wyboru	74800	15.04.2023
2	Sposoby zawstydzania bezdzietnych	58200	19.04.2023
3	Sposoby zawstydzania bezdzietnych	31500	12.10.2023
4	Reguła autorytetu – celebryci	15500	10.11.2022
6	Racjonalne argumenty na rzecz bezdzietności	6234	05.08.2022
7	Reguła autorytetu – celebryci	6114	27.11.2022
8	Prawo wyboru	4654	25.12.2022
9	Sposoby zawstydzania bezdzietnych	4136	01.11.2023
10	Powody bezdzietności	4042	24.03.2023
11	Prawo wyboru	3393	26.01.2022
12	Reguła autorytetu – celebryci	2912	22.05.2023
13	Prawo wyboru	2258	12.10.2023
14	Prawo wyboru	1731	22.10.2023
15	Sposoby zawstydzania bezdzietnych	1552	01.08.2023
16	Powody bezdzietności	1486	25.08.2022
17	Prawo wyboru	1082	05.04.2023
18	Sposoby zawstydzania bezdzietnych	691	01.08.2023
19	Sposoby zawstydzania bezdzietnych, powody bezdzietności	654	30.06.2022
20	Racjonalne argumenty na rzecz bezdzietności	546	13.01.2023
21	Racjonalne argumenty na rzecz bezdzietności	255	14.10.2023
22	Sposoby zawstydzania bezdzietnych	238	30.04.2022
23	Prawo wyboru	169	07.11.2022
24	Prawo wyboru	137	10.09.2023
25	Racjonalne argumenty na rzecz bezdzietności	96	13.08.2023

Nr	Tematyka	Liczba polubień	Data publikacji
26	Reguła autorytetu – psycholog	55	27.06.2023
27	Reguła autorytetu – psycholog	55	26.06.2023
28	Sposoby zawstydzania bezdzietnych	46	09.06.2023
29	Reguła autorytetu – psycholog	34	27.06.2023
30	Reguła autorytetu – psycholog	22	27.06.2023

Źródło: Badania własne.

5. ANALIZA POLSKICH TREŚCI NA TEMAT BEZDZIETNOŚCI NA TIKTOKU

Niniejsza część artykułu jest poświęcona analizie i interpretacji filmów na TikToku, które dotyczą bezdzietności z wyboru. Poprzez zgłębianie treści, wypowiedzi oraz sposobów argumentacji na tej platformie starałam się zrozumieć, jakie przekazy, opinie oraz dyskusje generowane są wokół tego tematu.

5.1. ZAWSTYDZANIE BEZDZIETNYCH

Około 1/3 wszystkich filmików dotyczyła zjawiska „childfree shaming”, co świadczy o tym, że jest to istotny temat polskich „bezkidek”, przy czym często wypowiadają się one w imieniu wszystkich osób bezdzietnych, nie tylko kobiet. Wszystkie argumenty zebrane z opublikowanych na TikToku treści udało się podzielić na pięć kategorii: (a) kwestionowanie świadomej decyzji, (b) oskarżanie o antyspołeczne działania, (c) gloryfikacja macierzyństwa, (d) straszenie samotnością, (e) stosowanie różnych praktyk prowadzących do wykluczenia społecznego osób bezdzietnych (przedstawiono je w tabeli 2).

Tabela 2. Argumenty służące zawstydzaniu bezdzietnych (w oparciu o cytaty z platformy TikTok)

Kwestionowanie świadomej decyzji
Będziesz żałować
Zmienisz zdanie, kiedyś ci przejdzie
Pewnie jesteś bezpłodna
Oskarżanie o antyspołeczne działania
To egoizm
Nie chcesz przedłużyć gatunku – marnujesz geny
Nie działasz dla dobra społeczeństwa – niż demograficzny

Gloryfikacja macierzyństwa

Macierzyństwo to powołanie każdej kobiety i naturalna kolej rzeczy każdej pary

Musisz mieć instynkt

Przecież macierzyństwo jest wspaniałe

Straszenie samotnością

Nie masz dzieci, to nie masz dla kogo żyć, nikt cię nie pokocha tak jak dziecko

Nie będzie miał kto ci podać szklanki wody na starość, będziesz sama na starość

Współczuję ci, że nie masz męża ani dzieci – nie ułożyłaś sobie życia

Wykluczenie społeczne

Dyskryminacja w pracy

Nagonka społeczna, osaczenie

Stygmatyzowanie (stara panna, karierowiczka, egoistka, lambadziara)

Źródło: Badania własne.

Spółeczne normy narzucają przekonanie, że macierzyństwo to naturalny etap w życiu każdej kobiety i pary, a brak potomstwa jest interpretowany jako niedostatek, defekt, czy wręcz niepełna sprawność w wykonywaniu teŝej roli. Często nieposiadanie dzieci jest mylnie kojarzone z brakiem odpowiedzialności, lenistwem i wygodnictwem. Wiąŝe się teŝ z dyskryminacją w miejscu pracy, gdzie osoby bezdzietne muszą „ustępować” miejsca osobom z dziećmi np. w wyborze terminów urlopów czy godzin pracy.

Spółeczne piętnowanie bezdzietnych manifestuje się również w przekonaniu, że nie odczuwają oni pełni życia i nie doświadczają prawdziwej miłości. Zazwyczaj narzuca się im przekonanie, że ich życie jest puste i pozbawione sensu. Dodatkowo społeczne oskarżenia często sięgają do sfery osobistej, sugerując, że osoby bezdzietne to bezwzględni egoiści, którzy nie myślą o przyszłości społeczeństwa ani o własnej starości. W kulturze społecznej, szczególnie w kontekście polskim, bycie bezdzietnym może prowadzić do społecznego wykluczenia, a narzucane etykiety typu „stara panna”, „karierowiczka”, „egoistka” czy „lambadziara” mogą sprawiać, że osoby te czują się nieakceptowane lub izolowane w społeczeństwie.

Decyzja o pozostaniu bezdzietnym często jest silnie osadzona w indywidualnych preferencjach, wyborach życiowych czy nawet w wyborze zaangażowania społecznego. Pomimo tego osoby decydujące się na życie bez potomstwa często muszą zmagać się z koniecznością obrony swojej decyzji przed społecznymi

stereotypami, niezrozumieniem otoczenia oraz nietolerancją wobec swojego wyboru. To prowadzi do konieczności ukrywania lub wyjaśniania swoich decyzji, co w rezultacie ogranicza ich swobodę wyboru życiowego oraz stwarza dodatkowe obciążenia. Oskarżenie, że dana osoba będzie żałować decyzji o pozostaniu bezdzietnym, niesie ze sobą presję i sugestię, że wybór ten jest czasowy oraz prowadzi do myślenia, że w przyszłości jednostka może odczuwać stratę lub niedosyt z powodu braku potomstwa. To narzucanie wątpliwości i niepewności co do decyzji, która jest głęboko osobista.

Oskarżenia o egoizm związane z wyborem życia wolnego od dzieci stawiają jednostkę w roli skupionej na sobie i niezdolnej do empatii. Takie napiętnowanie sugeruje, że decyzja o pozostaniu bezdzietnym jest nieetyczna i nie uwzględnia społecznych oczekiwań czy wartości, co może prowadzić do poczucia winy. Twierdzenie, że brak potomstwa to brak doświadczenia pełni życia, miłości czy sensu, niesie ze sobą przekonanie, iż życie bezdzietne jest ubogie, puste i niekompletne. To nacisk społeczny sugerujący, że osoba bez dzieci nie może osiągnąć satysfakcji ani pełni szczęścia.

Twierdzenie, że instynkt musi nakazywać posiadanie dzieci, sugeruje, że to naturalny imperatyw każdej jednostki. Jest to narzucanie przekonania, że wybór stylu życia bez dzieci jest sprzeczny z biologicznym odruchem i instynktem. Mówienie, że macierzyństwo jest powołaniem każdej kobiety i naturalną kolejną rzeczą każdej pary, narzuca społeczny wzorzec, według którego rodzicielstwo jest nieodłącznym obowiązkiem. To stawianie jednego, konkretnego życiowego wyboru ponad wszystkie inne. Ponadto oskarżanie o brak płodności jest bolesnym atakiem na jednostkę, sugerującym, że brak dzieci wynika z wady, która uniemożliwia posiadanie potomstwa, a nie z własnego świadomego wyboru.

5.2. LINIE OBRONY

Z powodu opisanych powyżej sytuacji, które na co dzień spotykają bezdzietnych, pojawiają się też próby obrony własnych decyzji i wyjaśniania jej prawdziwych motywów. W toku analizy wyłonione zostały trzy główne linie obrony stosowane przez „bezkidki”:

- wyjaśnianie powodów bezdzietności,
- odpieranie ataków za pomocą danych naukowych i racjonalnych argumentów,
- obrona prawa do różnych wyborów.

Osoby bezdzietne często bronią swoich wyborów, wyjaśniając zróżnicowane powody, które prowadzą do decyzji o pozostaniu bez potomstwa. Kobiety pod-

kreślają, że często brak oparcia w partnerze jest jednym z powodów, które nie skłaniają do decyzji o posiadaniu dzieci. Mówią także otwarcie o chęci prowadzenia wygodnego stylu życia, gdyż lubią sen, spokój i satysfakcjonującą dynamikę we własnych związkach, a posiadanie dzieci wiąże się z wieloma wyrzeczeniami (jedna z nich mówi wprost: „chcę się rozwijać, a nie podporządkować życia pod małego terrorystę”). Ponadto wyjaśniają, że ich decyzja wynika też często z braku gotowości do macierzyństwa czy też braku instynktu macierzyńskiego. Dzieci są widziane jako ryzykowna inwestycja, wymagająca wyrzeczeń i poświęceń, które mogą nie być zgodne z ich aktualnymi priorytetami życiowymi. Dodatkowo obawiają się potencjalnych zagrożeń zdrowotnych związanych z ciążą oraz obciążenia, jakie przynosi odpowiedzialność za dziecko. Jako najmniej istotne, ale obecne, pojawiają się motywy związane z odpowiedzialnością społeczną – nie mając dzieci, „bezkidki” nie przyczyniają się do pogarszania sytuacji na Ziemi związanej z przeludnieniem, zmianami klimatu, wojnami itp. Jest to w dużej mierze zgodne w przedstawionymi wcześniej wynikami badań Joanny Tomaszewskiej (2017) i Justyny Wilak (2023).

W obronie swoich stanowisk osoby bezdzietne obalają argumenty popierające posiadanie dzieci, posługując się danymi naukowymi i racjonalizacją. Przeciwstawiają się przekonaniu, że zwiększenie dzietności naprawi system emerytalny, wskazując jego inne wady, które są przyczyną niewydolności. Odwołują się również do danych statystycznych, wskazując na błędy w argumentach popierających posiadanie dzieci, albo podkreślając koszty wychowania jako rzeczywistą barierę posiadania potomstwa.

Ważnym elementem obrony jest podkreślenie prawa każdego człowieka do różnych wyborów życiowych, w tym wyboru pozostania bezdzietnym. Osoby te widzą w tej decyzji swoje prawo do wolności wyboru, podkreślając, że bez dzieci także można cieszyć się życiem, a ich wybory powinny być szanowane, niezależnie od opinii społecznych, norm czy oczekiwań. Dodatkowo wyrażają swój dystans wobec narzucania opinii czy oceniania tych decyzji, podkreślając, że każdy ma prawo do indywidualnych wyborów życiowych, które są osobistą sprawą jednostki. Nawet jeśli ktoś podejmuje decyzję, że zamiast dziecka woli mieć kota (co jest również przedmiotem TikToków), to nie powinno być to w żaden sposób oceniane.

Ze szczególnie ostrymi reakcjami i krytyką spotykają się na platformie TikTok wypowiedzi niektórych polityków, jak np. słynne już stwierdzenie, że dziś młode kobiety nie rodzą dzieci, bo „dają w szyję”, albo że trend rodzenia pierwszego dziecka po trzydziestce jest zgubny i jest konsekwencją „mówienia kobietom, że nie muszą robić tego, do czego zostały przez pana Boga powołane”.

5.3. REGUŁA AUTORYTETU

Do obrony decyzji o bezdzietności są wykorzystywane także znane postaci i eksperci. Jest to wykorzystanie tzw. reguły autorytetu, która odnosi się do powoływania się na znane postaci, celebrytów lub specjalistów w danej dziedzinie jako autorytety, których opinie mają przekonywać lub legitymizować pewne stanowiska. W przypadku obrony własnej decyzji o pozostaniu bezdzietną twórczynie treści na TikToku wykorzystują celebrytów oraz autorytety w dziedzinie psychologii do wzmocnienia swojej argumentacji. Bezdzietne celebrytki są przez nie przywoływane i cytowane, aby podkreślić wagę swojego stanowiska. Są to aktorki, jak np. Jennifer Aniston, która mówiła w wywiadach, że była nazywana egoistką i karierowiczką z powodu braku potomstwa, lub piosenkarki, jak np. Doda, mówiąca o tym, że nie trzeba brać pod uwagę krytyki społecznej i można ją zignorować. W filmikach pojawiła się też pisarka Joanna Bator, która podkreśla, że nigdy nie żałowała swojej decyzji o nieposiadaniu dzieci, co jest kontrą do opisanych wcześniej „argumentów zawstydzających”.

Specjaliści, zwłaszcza psychologowie, również odgrywają rolę we wzmacnianiu tej argumentacji. Poprzez odnoszenie się do badań, które pokazują, że osoby bezdzietne nie żałują swoich decyzji i są szczęśliwsze, psycholog wzmacnia przekaz, że takie podejście życiowe może być równie satysfakcjonujące. Dodatkowo, kiedy taki ekspert odnosi się do kwestii uzasadnionych obaw przed ciężką, zwłaszcza w obecnej sytuacji politycznej w Polsce, czy prezentuje bardziej realistyczny obraz macierzyństwa, porównując go do idealizowanych wizerunków na Instagramie, pomaga obalić mit o wyłącznie pozytywnym aspekcie posiadania dzieci. To wszystko służy utwierdzeniu osób bezdzietnych w ich decyzjach, przy wykorzystaniu autorytetów i faktów naukowych jako wsparcia dla ich stanowiska, a jednocześnie przekonaniu reszty społeczeństwa, że jest to wybór stylu życia jak każdy inny.

6. PODSUMOWANIE

Kobiety są od najmłodszych lat socjalizowane w taki sposób, aby tradycyjne wzorce ról rodzinnych stały się dla nich ważne. Doświadczają swoistego treningu do ról rodzinnych. Właśnie w dziewczynki „wdrukowywana” jest odpowiedzialność za rodzinny ład i porządek. W mediach wciąż dostrzegalne są nierealistyczne porady dotyczące poczucia szczęścia w związku i wychowania dzieci, kierowane właściwie wyłącznie do kobiet. Można też dostrzec promowany na co dzień model

„idealnej” rodziny – 2+2, uśmiechnięci młodzi ludzie: mama, tata i dwoje dzieci, najlepiej chłopiec i dziewczynka. W tym modelu kobieta jest przedstawiana jako ta, która buduje i naprawia relacje rodzinne. Ten dyskurs „szczęśliwej rodziny”, obecny m.in. w mediach społecznościowych, spełnia rolę ukierunkowującą ambicje kobiet. Zarówno seriale, jak i reklamy, artykuły w czasopismach i informacje w Internecie jednoznacznie wskazują, jak powinna wyglądać „szczęśliwa” rodzina i jaka jest w niej rola kobiety. Dodatkowym elementem wzmacniającym te przekazy jest dominujący w polityce dyskurs konserwatywno-katolicki. Trudno jest nie ulec tej wizji i nie przyswoić sobie przekonania, że jedyne pełne i spełnione życie jest w rodzinie i z dziećmi. Przeciwne argumenty w dyskursie publicznym są marginalizowane.

Przez ostatnie dwieście lat bezsprzecznie panowała taka promacierzyńska ideologia. Pewne jest jednak, że macierzyństwo to nie zawsze pierwotne i instynktowne zajęcie kobiety. Także liczący sobie tysiąc lat wzorzec tradycyjnego podziału obowiązków domowych jest tak silnie zakorzeniony w naszej kulturze i świadomości, że kobiety będące matkami często w ogóle nie mają odwagi wyrazić swego niezadowolenia z tego niesprawiedliwego układu. Odpowiednio zadane pytania jednak doskonale uwypuklają złe samopoczucie kobiet w małżeństwie i swego rodzaju dystans wobec macierzyństwa (Badinter, 1998). Widoczna staje się przy tym zależność, że im kobiety są młodsze, bardziej wykształcone i aktywne zawodowo, tym większe odczuwają niezadowolenie w małżeństwie i tym rzadziej wiążą sukces i szczęście kobiety z macierzyństwem (Badinter, 1998). Tym niemniej tego typu przekazy nie przebijają się tak silnie do dyskursu publicznego jak promacierzyńskie i prorodzinne.

O panującym układzie decydują krzywdzące przekonania społeczne („gotowanie, prasowanie, sprzątanie – to jest rola kobiety”), ale także wyuczone poczucie odpowiedzialności kobiet i brak wsparcia, często nawet ze strony najbliższych. Nawet w związkach tzw. dwóch karier rodziców (Ostrouch-Kamińska, 2011) nie ma równego podziału obowiązków domowych (większość prac i odpowiedzialności i tak spada na kobiety) i zawsze to kobieta jest oceniana, nawet w środowisku zawodowym, przez pryzmat jakości swojego prywatnego życia („u niej małżeństwo nie koliduje z karierą”). U kobiet i mężczyzn kształtuje się odmienne oczekiwania wobec związku i rodziny, co powoduje poczucie niespełnienia w związkach i ukrytą frustrację, ponadto głównie kobiety padają ofiarą dyskursu, który bardzo rygorystycznie narzuca im, kim mają być i w jaki sposób wywiązywać się z tych ról.

Stereotypy w tym obszarze są groźne przede wszystkim dlatego, że paraliżują zdolność do realistycznej oceny sytuacji i przez swą powszechność rzutują na postawy wielu kobiet, które rezygnują ze swoich planów życiowych, ze swojego

rozwoju osobistego, czy z poczucia misji społecznej na rzecz macierzyństwa. W kwestiach posiadania dzieci kobiety są bardziej zdeterminowane. Macierzyństwo z jednej strony stanowi istotną część życia oraz istotny składnik tożsamości kobiety, gdyż taki przekaz otrzymuje ona w procesie socjalizacji, ale macierzyństwo to nie tylko radości, uniesienia i powód do dumy. To także rozczarowania, ból, cierpienie, poczucie utraty części siebie, uprzedmiotowienie. Nie każda kobieta jest gotowa na taki wybór.

Wnioski płynące z przedstawionej tu wstępnej analizy rzucają światło na podejścia prezentowane przez twórczynie treści na TikToku wobec bezdzietności z wyboru – od pokazywania niesprawiedliwości i stygmatyzacji, z którą się spotykają, poprzez próby wyjaśnienia i obrony swojego stanowiska, aż po angażowanie na rzecz sprawy wizerunków celebrytek lub opinii autorytetów. Wnikliwa analiza tych treści pozwala zrozumieć głębsze uwarunkowania społeczne, kulturowe i emocjonalne, które kształtują dyskusję wokół życiowych wyborów jednostki. Wartościowe wnioski płynące z tej analizy mogą posłużyć za podstawę do dalszych badań nad społecznym postrzeganiem bezdzietności, a także stanowić punkt wyjścia do refleksji nad wyzwaniem związanym z akceptacją indywidualnych decyzji życiowych wobec społecznych oczekiwań. Z całą pewnością jest to temat wart dalszych pogłębionych badań.

Bibliografia

- Badinter, E. (1998). *Historia miłości macierzyńskiej*. Wydawnictwo Volumen.
- Barroso, A. (2021). *With a potential 'baby bust' on the horizon, key facts about fertility in the U.S. before the pandemic*, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2021/05/07/with-a-potential-baby-bust-on-the-horizon-key-facts-about-fertility-in-the-u-s-before-the-pandemic>.
- Broda, E. (2020). *Childfree shaming, czyli o zawstydzaniu bezdzietnych*, <https://www.bezdziennik.pl/blog/2020/11/06/childfree-shaming-czyli-o-zawstydzaniu-bezdziennych>.
- Ciesielski, P. (2023). Predictors of prejudice towards childfree individuals in Poland. *Scandinavian Journal of Psychology*. DOI: 10.1111/sjop.12985.
- Freud, S. (1933). *New Introductory Lectures to Psychoanalysis*. W.W. Norton.
- Friedan, B. (2023). *Mistyka kobiecości*. Czarna Owca.
- Józefowicz, A. (2017). Społeczno-kulturowe wyobrażenia o macierzyństwie w retrospekcji historycznej i współcześnie a rekonesans badawczy. *Ars inter Culturas*, 6, 97–112.
- Kim są polscy użytkownicy TikToka – raport Get Hero*. (2022).
- Malik, R., Panondang, E.M., Hidir, A., Harahap, R.H. (2023). Konstruksi sosial pada masyarakat pro dan kontra fenomena childfree di kota medan. *Hudan Lin Naas*, 1(2), 165–176.
- Miltsov, A. (2022). Researching TikTok: Themes, methods, and future directions. W: A. Quan-

- Haase, L. Sloan (red.). *The Sage Publications Handbook of Social Media Research Methods* (wyd. 2, s. 664–676). Sage Publications. DOI: 10.4135/9781529782943.n46.
- Navlakha, M. (2021). *The rise of the childfree movement on TikTok*, <https://mashable.com/article/childfree-tiktok>.
- Ostrouch-Kamińska, J. (2011). *Rodzina partnerska jako relacja współzależnych podmiotów. Studium socjopedagogiczne narracji rodziców przeciężonych rolami*. Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Paczkowska, A. (2022). „Pomiędzy rolami”. Narracje Polek czasu politycznej, ekonomicznej i kulturowej transformacji, *Forum Oświatowe*, 2(68), 69–86. DOI: 10.34862/fo.2022.2.4.
- Rich, A. (1980). Compulsory Heterosexuality and Lesbian Existence. *Journal of Women's History*, 15(3), 11–48.
- Rousseau J.J. (1955). *Emil, czyli o wychowaniu*. Zakład im. Ossolińskich, Wydawnictwo PAN.
- Salgado, F., Magalhães, S.I. (2024). “I am my own future” representations and experiences of childfree women, *Women's Studies International Forum*, 102, 102849. DOI: 10.1016/j.wsif.2023.102849.
- Tereszkiewicz, A. (2022). TikTok – przegląd badań naukowych. *Media i społeczeństwo*, 16, 211–231. DOI: 10.53052/MiS.2022.16.13.
- Titkow, A. (2012). Figura Matki Polki. Próba demitologizacji. W: R.E. Hryciuk, E. Korolczuk (red.), *Pożegnanie z Matką Polką? Dyskursy, praktyki i reprezentacje macierzyństwa we współczesnej Polsce* (s. 27–48). Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Tomaszewska, J. (2017). Childfree?: praktyki dyskursywne osób bezdzietnych z wyboru w Polsce, *Tematy z Szewskiej*, 2(19), 67–84. DOI: 10.23734/tzs.2017.2.67.84.
- Wilak, J. (2023). Why Do Polish Women Want to Stay Childless? Analysis of Voluntary Childlessness Motives. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 67(3), 130–141.