

Ciało jako spektakl. Kobiecość w nowych mediach

Wstęp

Przez dziesięciolecia kobiecość była ściśle określonym konstruktem, podlegającym szeregowi wymogów, norm i oczekiwań. Dzięki feminizmowi drugiej fali, który rozpoczął się na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku, kobiety z zachodnich kręgów kulturowych zyskały nie tylko kluczowe prawa, ale także większą swobodę obyczajową¹.

Mimo istotnej zmiany, jaka dokonała się od tamtych czasów, kultura oraz społeczeństwo nadal nakładają na kobiety liczne wymogi estetyczne. Żyjemy w kulturze konsumpcjonizmu, zaś wizualne przedstawienia ciała oraz wszelkie produkty i usługi mu dedykowane stanowią jej istotny element. Przekaz medialny buduje społeczne przeświadczenia dotyczące aktualnie akceptowanych norm cielesności, jednocześnie stanowiąc obszar nieustannego ścierania się treści nastawionych na odmienne cele – z jednej strony tych mających generować głównie zarobek, z drugiej zaś przekazu nastawionego na edukowanie, informowanie, dzielenie się przemyśleniami oraz podważanie *status quo*. Jednak w mediach przeważnie ukazywane są ciała młode, wysportowane oraz zadbane, przez co należy rozumieć eliminację wszelkich potencjalnych niedoskonałości. Nowe media mają ogromny wpływ na kształtowanie świadomości społecznej, a tym samym w znacznym stopniu od nich zależy społeczne postrzeganie kategorii takich jak kobiecość².

Niniejszy artykuł dotyczy sposobów (re)konstruowania kobiecej tożsamości za pośrednictwem mediów społecznościowych, opisuje motywacje oraz ewentualny potencjał emancypacyjny otwartego mówienia o cielesności i świadomego upubliczniania wizerunków ciała. Teoretyczny kontekst celowego, świadomego prezentowania cielesności w internecie został zestawiony z konkretnymi przykładami wykorzystania tej techniki w przestrzeni nowych mediów. Praca skupia się również na kwestii bycia obiektem ciągłej obserwacji oraz na subwersji stosowanej przez kobiety w nowych mediach, umożliwiającej ponowne przejęcie kontroli nad tym, kiedy i w jaki sposób chcą być widziane. Na podstawie krytycznej analizy dyskursu źródeł zastanych udzielę odpowiedzi na główne pytanie badawcze: czy za pomocą nowych mediów istnieje możliwość zredefiniowania kobiecości? Odpowiem również na pytania pomocnicze: o potencjalny charakter emancypacyjny podobnych zabiegów oraz słuszność stosowania *stricte* stereotypowo „dziewczyńskich” gadżetów. Będę poruszać się w obrębie podejścia feministycznego, nauk kulturoznawczych oraz studiów nad nowymi mediami.

Pojęcie kobiecości a konstruowanie tożsamości

W 1990 roku Judith Butler zaproponowała ponowne przyjrzenie się uprawomocnionemu postrzeganiu pojęć „kobieta”, „kobiecość”, opisywaniu zachowań i wyglądków jako „kobiece”. W książce *Uwikłani w płęć* podaje w wątpliwość słuszność dotychczas stosowanych kategorii. Od lat sześćdziesiątych XX wieku feminizm pojmował „kobietę” jako uniwersalną koncepcję, za którą kryła się wspólna tożsamość przypisywana wszystkim przedstawicielkom płci żeńskiej. Butler określa ją jako pojęcie kłopotliwe, punkt sporny oraz źródło obaw³. Zauważa również swoisty paradoks: o ile w dyskursie feministycznym

¹ N. Fraser, *Drogi feminizmu. Od kapitalizmu państwowego do neoliberalnego kryzysu*, przeł. A. Weseli, Warszawa 2014, s. 14-15.

² M. Wasylewicz, *Postrzeganie własnej cielesności w kontekście kultury popularnej – zderzenie wymogów przestrzeni medialnej z rzeczywistością*, [w:] *Kultura mediów, ciało i tożsamość - konteksty socjalizacyjne i edukacyjne*, red. W. Jakubowski, S. Jaskulska, Kraków 2011, s. 240.

³ J. Butler, *Uwikłani w płęć. Feminizm i polityka tożsamości*, przeł. K. Krasuska, Warszawa 2008, s. 45.

zaprzesztao określania patriarchy jako jednolitej kategorii i zaczęto zwracać uwagę na interseksyjność – kontekst uwarunkowań kulturowych, kwestię rasy, klasy, seksualności oraz aspekty ekonomiczne, o tyle w przypadku opisywania pojęcia „kobieta” nadal stosowane były ogromne uproszczenia i uogólnienia⁴. Z tego względu Judith Butler wysuwa postulat przeorganizowania polityki feministycznej oraz stworzenia zmiennej konstrukcji tożsamości⁵.

Olga Tokarczuk we wstępie do polskiego wydania *Uwikłanych w płęć* zwraca uwagę na istotę performatywnego charakteru kobiecej tożsamości. W krótkim tekście o znamienym tytule *Kobieta nie istnieje* mówi o iluzoryczności oraz przyzwyczajeniu kultury zachodniej do twardych, dualnych rozgraniczeń, takich jak natura – kultura, kobieta – mężczyzna, kobiece – męskie. Jak pisze Tokarczuk:

Płęć jest czymś, co bezustannie stwarzamy, co wykonujemy w codziennym życiu, a tożsamość podmiotu jest zawsze performatywna, powstająca dzięki powtórzeniom, a przez to podlega wariacjom i jest niestabilna. Płęć więc, podobnie jak tożsamość „ja”, wydaje się nieustannym show, zestawem znaków i masek, kostiumem, który przybieramy. Nieustanne odgrywanie tego rodzaju show prowadzi do utrwalenia go i w końcu pozostaje wrażenie, że płęć zaczyna się nam wydawać czymś danym, naturalnym, oczywistym. W sensie filozoficznym staje się esencją⁶.

Zmienna tożsamość bynajmniej nie należy do nowych koncepcji. Judith Butler, powołując się na prace Michela Foucaulta, rozpatruje przede wszystkim kontekst seksualności oraz płci kulturowej. Zwraca uwagę na rozmycie znaczeń oraz brak stałości w odniesieniu do tych kategorii, a co za tym idzie – w odniesieniu do tożsamości człowieka. Charakteryzuje ciągłe, płynne zmiany, jakie mogą dokonywać się w tej materii za sprawą nabywanego doświadczenia, przeżywanych wydarzeń i traum, a także świadomych decyzji⁷.

Butler opisuje kwestię performatyki ciała – tworzenia istoty jednostki za pomocą działania, aktów i gestów⁸. W obecnych czasach, gdy internet jest główną przestrzenią komunikacji, temat konstruowania tożsamości nabiera nowego wymiaru.

Stopniowo coraz większa powszechność korzystania z internetu, w szczególności z portali społecznościowych, dokonała znaczącej przebudowy formy kontaktów międzyludzkich. Możliwość przygotowania i starannego dopracowania własnego profilu w mediach społecznych prowadzi do szeregu konsekwencji, o których istnieniu łatwo zapomnieć podczas codziennego użytkowania sieci. Stworzenie identyfikacji wizualnej, swoistej wizytówki jednostki, każdorazowo będzie stanowić wariację na temat tego, jak dana osoba pragnie być widziana i odbierana przez otoczenie. Nie sposób ukazać całej prawdy o człowieku za pośrednictwem ograniczonych kategorii. Sama selekcja materiałów, które decydujemy się udostępnić w sieci, jest aktem kreacji.

Ciało również stanowi przestrzeń stwarzania i przeobrażania tożsamości jednostki. Sposób bycia oraz prezentowania własnej cielesności pozwala wykreować spójny wizerunek. Za pomocą szeregu działań, jakim może być poddawane ciało, jak chociażby regularne ćwiczenia, operacje plastyczne, dieta, dobór strojów, akcesoriów, fryzury i makijażu, mamy możliwość przekazywania komunikatu na temat przynależności społecznej oraz aspiracji. Kultura kapitalizmu i konsumpcjonizm nieustannie zachęcają społeczeństwo zachodnie do pracy nad cielesnymi powłokami, sugerując, jakoby ciągłe przeznaczenie czasu i pieniędzy na pielęgnację – a tym samym sprawowanie kontroli nad *image* – stanowiło źródło powodzenia w życiu, a także swego rodzaju obowiązek w XXI wieku⁹.

Wizualne przedstawienia cielesności nie funkcjonują w próżni. Konstruowanie tożsamości za jej pomocą wiąże się z szeregiem uwarunkowań kulturowych oraz mierzeniem się ze stereotypowym postrzeganiem ciała idealnego. Jak stwierdza Andrzej Gwóźdź w artykule *Ciało ekranowe jako medium pamięci kulturowej*:

⁴ Tamże, s. 46-47.

⁵ Tamże, s. 49.

⁶ O. Tokarczuk, *Kobieta nie istnieje*, [w:] J. Butler, dz. cyt., s. 8.

⁷ J. Butler, dz. cyt., s. 186-202.

⁸ Tamże, s. 246-247.

⁹ N. Warszawska, *Kreacja idealnych wizerunków, czyli kult ciała w kulturze popularnej*, [w:] *Kultura mediów, ciało i tożsamość - konteksty socjalizacyjne i edukacyjne*, red. W. Jakubowski, S. Jaskulska, Kraków 2011, s. 227.

Określone strategie prezentowania i reprezentowania ciała, także cechy wizerunków ciała, takie jak płeć, wiek, etniczność, zawierają bowiem informacje definiujące (konstytuujące lub utrwalające) bądź redefiniujące tożsamość jednostkową lub grupową¹⁰.

Z racji tak silnego uwikłania ciała oraz kobiecej tożsamości w kulturowe elementy narzucające normy, standardy i powinności postanowiłam zająć się projektami, których autorki celowo poruszają się wbrew głównemu nurtowi. W artykule przedstawię dwa zaczerpnięte z portalu Instagram przykłady konstruowania kobiecej tożsamości w przestrzeni nowych mediów. Wybrałam je ze względu na odmienną charakterystykę, znaczne różnice w sposobie prowadzenia kont i komunikacji ze społecznością powstałą wokół tych inicjatyw oraz odmienny klimat prezentowanych zdjęć. Istotną kwestią są także uwarunkowania interseksjonalne bezpośrednio dotyczące autorek profili, przekładające się na kształt ich działalności w internecie i poza nim, na ich odbiór społeczny oraz poruszane przez nie typowe kwestie sporne. Równocześnie – mimo licznych rozbieżności zarówno pomiędzy samymi profilami na Instagramie, jak i kategoriami społecznymi, które można odnieść do autorek – obydwie projekty zostały zainicjowane z analogicznych pobudek: potrzeby skonfrontowania się z trudnymi przeżyciami osobistymi i traumą oraz stworzenia przestrzeni do badania granic i refleksji nad własną cielesnością, a także chęci odzyskania kontroli nad wizerunkiem oraz wypracowania indywidualnej retoryki dotyczącej kobiecości, a tym samym poszerzenia tego pojęcia o perspektywy, które nie mieszczą się w głównym nurcie przedstawień kobiecego ciała.

Nuerotic Girl

Zofia Krawiec to artystka, pisarka i kuratorka związana z szeroko pojętą sztuką nowych mediów. W 2016 roku rozpoczęła na Instagramie projekt Nuerotic Girl, w ramach którego publikuje głównie zdjęcia swojej twarzy i sylwetki w połączeniu z feministycznym przekazem¹¹. Autorka swoimi działaniami pragnie zwrócić uwagę odbiorców na hipokryzję zachodniej kultury, która oczekuje od kobiet wiecznie młodego i atrakcyjnego wyglądu, zorientowanego na męskie spojrzenia, a jednocześnie piętnuje otwarte zainteresowanie kwestiami mody, makijażu, cielesności i seksualności. Pierwszy człon nazwy powstał ze słów *Neurotic New Erotic*. Na przekór przyjętym standardom kreowania obrazu Krawiec publikuje selfie zarówno w wyzywających strojach i pozach, z akcesoriami BDSM czy lustrem pomiędzy szeroko rozstawionymi nogami, jak i zdjęcia, na których pozuje w otoczeniu typowo „dziewczyńskich” rekwizytów, wśród których pojawiają się między innymi: zwiewne sukienki, koronkowa bielizna, kwiaty, brokat, różowa tiara czy papierowe motyle naklejone na nagie ciało¹².

Na zdjęciach Krawiec właściwie nie pojawia się uśmiech. Ma to związek z tak zwaną Teorią Smutnej Dziewczyny, terminem wprowadzonym w roku 2015 przez artystkę Audrey Wollen, również działającą w internecie¹³. Koncepcja ta zakłada opór wobec kapitalistycznego pojmowania szczęścia, które nierozzerwalnie wiąże się z sukcesem zawodowym i gromadzeniem dóbr. Wollen poddaje krytyce rozpatrywanie każdej dziedziny życia jedynie w kategoriach wygranej lub porażki oraz spychanie wszelkiej odpowiedzialności za uzyskane efekty na jednostkę. Teoria Smutnej Dziewczyny przypomina o interseksjonalności i uwarunkowaniach społeczno-ekonomicznych, które w zależności od sytuacji mogą znacznie utrudniać lub wręcz uniemożliwiać realizację określonych celów. Równocześnie smutek, żyz i niezadowolone prezentowane na zdjęciach realizujących założenia tego nurtu wyrażają bunt przeciwko

¹⁰ A. Gwóźdź, *Ciało ekranowe jako medium pamięci kulturowej*, [w:] *Media, ciało, pamięć. O współczesnych tożsamościach kulturowych*, red. A. Gwóźdź, A. Nieracka-Ćwikiel, Warszawa 2006, s. 129.

¹¹ Profil Zofii Krawiec na Instagramie [https://www.instagram.com/zofia.krawiec/, dostęp 09.01.2019].

¹² Z. Krawiec, *Nuerotic girl*, „Obieg” 2017 nr 4 [http://obieg.u-jazdowski.pl/numery/performans-teraz/nuerotic-girl, dostęp 9.01.2019].

¹³ T. Tongco, *Meet Audrey Wollen, The Feminist Art Star Staging A Revolution On Instagram* [https://www.huffingtonpost.com/entry/audrey-wollen-the-feminist-art-star-staging-a-revolution-on-instagram_us_5660ddde4b079b2818e0993, dostęp 09.01.2019].

wymogom estetycznym, jakie od dziesięcioleci nakładane są na kobiety – bycie zadbaną, uśmiechniętą, radosną i przyjemną dla otoczenia – bez względu na aktualnie przeżywane problemy i rozterki¹⁴.

Impulsem do stworzenia Nuerotic Girl było dla Zofii Krawiec rozstanie z partnerem oraz związana z tym konieczność przepracowania cierpienia i samotności. Publikowanie zdjęć na Instagramie miało działanie autoterapeutyczne: autorka miała nadzieję sprowokować dyskusję na temat uczuć i emocjonalności, które we współczesnym świecie często spychane są na dalszy plan w imię efektywności i zorientowania kultury kapitalizmu na nieustanne dawanie z siebie więcej. Równocześnie poprzez publikowanie zdjęć ciała w publicznej przestrzeni mediów społecznościowych Krawiec chciała pokazać, w jaki sposób możliwe jest konstruowanie kobiecej tożsamości na własnych zasadach¹⁵. Zapytana, co dał jej projekt Nuerotic Girl, odpowiedziała:

Mój Instagram polega na tym, że wsłuchuję się w siebie. Moja dziewczynskość to nie jest „Ania z Zielonego Wzgórza”, która chce mieć partnera-opiekuna, a równocześnie pozostać silna i niezależna. Moja dziewczynskość to raczej mieszanka cierpienia, szczęścia, lęku, samotności, bliskości. Żyjąc tak jak żyję i pozwalając sobie na przeżywanie tego, czuję się zalewana emocjami. One są czasem bardzo trudne, ale dzięki temu, że zajmuję się pisaniem i sztuką, naturalnie przychodzi mi zmienianie ich w tekst i w obraz¹⁶.

W ten sposób medium społeczne staje się swoistym pamiętnikiem, ale również przestrzenią służącą oswojeniu trudnych emocji i przeżyć. Publiczny charakter zamieszczanych treści wymusza konfrontacje nie tylko z własnymi lękami, lecz również z reakcjami użytkowniczek i użytkowników Instagrama, którzy również często oferują wsparcie, zrozumienie dla aktualnych rozterek, jak i hejt i nieprzychylnie komentarze. Warto nadmienić, iż projekt Krawiec był krytycznie oceniany nie tylko przez internautów, ale też przez inne artystki i działaczki feministyczne. Agata Pyzik w artykule: *Jeśli muszę się rozbierać, nie chcę być częścią waszej rewolucji* wymieniła pięć powodów, dla których selfie-feminizm (do którego zalicza się profil Nuerotic Girl) początkowo wywołał w niej intensywny sprzeciw jako forma wykluczająca i szkodliwa. Według Pyzik selfie-feminizm:

1. Wydaje się być przeznaczony głównie dla osób młodych i konwencjonalnie atrakcyjnych.
2. Potwierdza, że kobieta może wejść do sfery publicznej tylko za pomocą swojego ciała/seksu. Jest to więc emancypacja bardzo ograniczona. Dopóki kobiecie ciało nie zostanie w sferze publicznej zrównane z męskim, potwierdza naszą opresję. A może wtedy okaże się, że nie musimy się rozbierać? Jeśli muszę się rozbierać, nie chcę być częścią waszej rewolucji.
3. Jest super skopofiliczny, przypomina soft-porno i na poziomie estetycznym spełnia wszystkie upodobania uprzedmiotawiających kobiety seksistowskich mężczyzn.
4. Jest ultra narcystyczny.
5. Jest banalny.¹⁷

Mimo licznych zarzutów Pyzik dostrzega złożoność sytuacji, a główny problem z selfie-feminizmem sytuuje obok samego zjawiska: w braku rzeczywistej dyskusji wewnątrz środowisk feministycznych w Polsce na temat działań prowadzonych przez artystki stosujące podobne zabiegi jak Krawiec oraz – szerzej – w braku rozmów o miejscu młodych dziewcząt w mediach społecznościowych¹⁸.

¹⁴ Z. Krawiec: *„Dziewczyny są świadome, że są spektaklem”*. Rozmowę przeprowadziła Anna Pajęcka [http://www.entertheroom.pl/life/22-wywiady/7227-dziewczyny-sa-swiadome-ze-sa-spektaklem-rozmowa-z-zofia-krawiec, dostęp 9.01.2019].

¹⁵ Z. Krawiec: *Supergirls: Zofia Krawiec*. Rozmowę przeprowadziła Basia Czyżewska [https://i-d.vice.com/pl/article/evzmvj/supergirls-zofia-krawiec, dostęp 09.01.2019].

¹⁶ Tamże.

¹⁷ A. Pyzik, *Jeśli muszę się rozbierać, nie chcę być częścią waszej rewolucji. Krytyka selfie-feminizmu*. [https://magazynsum.pl/jesli-musze-sie-rozbierac-nie-chce-byc-czescia-waszej-rewolucji-krytyka-selfie-feminizmu/, dostęp 09.01.2019].

¹⁸ Tamże.

Body Posi Panda

Megan Jayne Crabbe to pochodząca z Wielkiej Brytanii blogerka i influencerka działająca w ruchu Body Positive. W sieci używa nazwy *Body Posi* (od słowa *positive* – P.P.) *Panda*, a głównym kanałem jej działalności internetowej jest Instagram¹⁹. Motywacją do rozpoczęcia działań zorientowanych wokół cielesności były osobiste przeżycia Crabbe, która od czternastego roku życia zmaga się z zaburzeniami odżywiania. W 2014 roku po raz pierwszy zetknęła się z ruchem Body Positive, po czym postanowiła wprowadzić jego założenia do codziennego życia i dzielić się przemyśleniami w internecie²⁰. Trzy lata później wydała książkę poświęconą tej tematyce, zatytułowaną *Body Positive Power: How to stop dieting, make peace with your body and live*²¹.

Ruch Body Positive powstał w kontrze do mainstreamowego postrzegania ciała jako przestrzeni, na którą należy wciąż nakładać nowe ograniczenia, poddawać ciągłej kontroli, za wszelką cenę starać się dopasować do wąskich, trudnych do zrealizowania norm. Propozycja ta zakłada, iż każde ciało – bez względu na rozmiar, kolor, owłosienie, blizny czy poziom sprawności ruchowej – jest dobre, zasługuje na szacunek oraz akceptację²². Osoby związane z tą inicjatywą starają się także zwracać uwagę na potrzebę dywersyfikacji medialnych przedstawień cielesności – jako elementu bezpośrednio oddziałującego na późniejsze oczekiwania wobec wyglądu własnego i innych²³.

Podobnie jak internetowy profil Zofii Krawiec projekt Body Posi Panda również ma charakter autoterapeutyczny, przy równoczesnym zorientowaniu na wzbudzanie dyskusji i przełamywanie utartych schematów myślenia o kobiecej cielesności. Crabbe z jednej strony dzieli się na instagramowym profilu swoimi obawami i słabościami: zamieszcza fotografie z zapłakaną twarzą, pisze o tym, jak niekiedy trudno jej znieść własny wygląd, niejednokrotnie wspomina o strachu przed odrzuceniem oraz ocenami związanymi z wyglądem fizycznym czy wagą. Jednocześnie publikuje zdjęcia, z których bije radość i optymistyczne nastawienie: dominują na nich żywe barwy, kwiaty, zwiewne stroje; autorka często się uśmiecha, pokazując swoje ciało z dystansem i poczuciem humoru. Opisuje przy tym doświadczenie długoletniej walki o samoakceptację, a na jego podstawie stara się udzielać rad, które mogą okazać się przydatne dla osób przechodzącym podobne rozterki. Jak sama niejednokrotnie stwierdza, zdaje sobie sprawę z tego, że według mainstreamowego postrzegania kobiecego ciała jest gruba, a co za tym idzie – nieatrakcyjna. Uważa jednak, że zamiast spędzać całe życie na próbach dogonienia nieosiągalnego, sztucznie wykreowanego ideału (co zresztą robiła przez wiele lat) i unieszczęśliwiać się w ten sposób woli cieszyć się z tego, że jej ciało jest sprawne, pozwala na poruszanie się i funkcjonowanie²⁴. Crabbe wprost pisze o szkodliwości budowania kobiecej tożsamości jedynie wokół wyglądu. Słowo „feminizm” pojawia się na profilu sporadycznie, jednak w całej działalności wyraźnie widoczny jest rys typowy dla interseksjonalności. Do regularnie podejmowanych w kontekście cielesności tematów należą chociażby kwestie rasy, chorób, niepełnosprawności czy orientacji seksualnej.

Internetową działalność Megan Jayne Crabbe wyróżniają elementy edukacyjne i (auto)terapeutyczne, a także konstruowanie przez autorkę tożsamości na własnych zasadach. Dodatkowo wokół profilu powstała niezwykle liczna i aktywna społeczność – konto *Bodyposipanda* obserwuje na Instagramie ponad milion użytkowników, a dyskusje pod kolejnymi postami wskazują na ich zaangażowanie i zainteresowanie poruszonymi sprawami. Komentarze nierzadko zawierają słowa poparcia dla działań

¹⁹ Profil Megan Jayne Crabbe na Instagramie [<https://www.instagram.com/bodyposipanda/>, ostatnia wizyta 09.01.2019].

²⁰ bodyposipanda: My Journey To Body Positivity [<http://www.bodyposipanda.com/2015/10/my-journey-to-body-positivity.html>], dostęp 09.01.2019].

²¹ Amazon.co.uk: Megan Jayne Crabbe [<https://www.amazon.co.uk/Body-Positive-Power-learning-yourself/dp/1785041320/>], dostęp 09.01.2019].

²² Everyday Feminism, *What Is The Body Positive Movement?* [<https://everydayfeminism.com/2015/12/what-is-body-positivity/>], ostatnia wizyta 09.01.2019].

²³ C. Santiago, *The Body Positive Movement – The Big Picture* [<http://bodypositivity.com/the-body-positive-movement/>], dostęp 09.01.2019].

²⁴ bodyposipanda: My Journey To Body Positivity [<http://www.bodyposipanda.com/2015/10/my-journey-to-body-positivity.html>], dostęp 09.01.2019].

podejmowanych przez Crabbe oraz szczegółowe osobiste historie związane z zaburzeniami odżywiania, problemami z samoakceptacją i szeroko pojmowaną cielesnością.

Podsumowanie

Kobiecemu ciału było i jest stawianych wiele wymogów estetycznych. Nowe media oraz internet w teorii pozwalają na demokratyzację treści w nich obecnych, jednak pomimo znacznej zmiany, jaka zaszła na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat, dominujący przekaz nadal gloryfikuje ciała młode, sprawne i szczupłe. Wzrost świadomości społecznej w kwestiach feminizmu i nierówności ze względu na płeć oraz upowszechnienie portali społecznościowych przyczyniły się do sytuacji, w których kobiety decydują się odejść od głównego nurtu i za pomocą ogólnodostępnych narzędzi zmieniają, tworzą i redefiniują swoją tożsamość. Tym samym odzyskują kontrolę nad istotną częścią siebie: z estetycznych obiektów mających zaspokajać (głównie męskie) spojrzenia stają się podmiotami będącymi w stanie decydować o tym, kiedy, w jaki sposób i czy w ogóle zechcą zaprezentować się internetowej publiczności²⁵.

Podobne zabiegi stosowały i nadal stosują artystki tworzące w ramach sztuk wizualnych, szczególnie w pracach traktujących o kobiecości. Twórczynie dotyczące tematu kobiecego ciała oraz tożsamości niejednokrotnie poruszają problemy tożsame z tymi, które podejmowane są w kontekście nowych mediów. Przykład znajdziemy w opracowaniu Izabeli Kowalczyk *Matki-Polki, Chłopcy i Cyborgi... Sztuka i feminizm w Polsce*, w którym autorka opisuje między innymi multimedialny spektakl *She-Ona. Media Story*.²⁶ Dzieło autorstwa Izabelli Gustowskiej, prezentowane na poznańskim Festiwalu Teatralnym Malta w 2008 roku, porusza kwestie nieuchwytności, opresji, a także obserwacji oraz czerpania satysfakcji z przejmowania nad nią kontroli. Jest to również: „[...] opowieść o kobiecie uniwersalnej, a raczej o roli kobiety w spektaklu”²⁷. *She-Ona* to wielowątkowa koncepcja, której nie sposób określić za pomocą jednej kategorii.

Omawiając przedstawienie, Kowalczyk niejednokrotnie zwraca uwagę na performatyzację życia obecną w każdym jego aspekcie oraz niemożność oddzielenia fikcji od rzeczywistości, charakterystyczną dla pracy Gustowskiej.²⁸ Pisz:

To mieszanie rzeczywistości każe wrócić do problemu mediów oraz medializowanej obecności. Poprzez telematyczne światy zmienia się nasze postrzeganie tożsamości (która jest rozproszona, zmienna, płynna). Granice pomiędzy codzienną rzeczywistością i realnością mediów są coraz bardziej płynne i niemożliwe do określenia, a ponadto te rzeczywistości wzajemnie na siebie wpływają. Można mówić o wirtualizacji rzeczywistości.²⁹

Obecnie, niemal dekadę później, przenikanie się obydwu tych płaszczyzn jest jeszcze bardziej zintensyfikowane. Za sprawą rozwoju nowych mediów oraz ich nieustannej obecności w życiu człowieka wymieniona przez Kowalczyk „codzienna rzeczywistość” oraz przestrzeń medialna stały się właściwie tą samą materią – w związku z czym wyraźne, dualne rozgraniczenia przestały mieć sens³⁰.

Polskie artystki postfeministyczne chętnie sięgają po te same zabiegi, które opisałam w kontekście działalności Zofii Krawiec i Megan Jayne Crabbe. Symptomatyczną kwestią są tutaj typowo kobiece gadżety i stylizacje. Artystki takie jak chociażby Monika Drożyńska czy Justyna Koeke, korzystając z haftu, włóczki, brokatu i przesłodzonej estetyki, w ironiczny sposób wyrażają swoje opinie na temat

²⁵ O przejmowaniu spojrzenia przez kobiety w kontekście tańca brzucha pisała Angela M. Moe. Zob. A. Moe, *Unveiling the gaze*, [w:] *Feminist Theory and Pop Culture*, red. A. Trier-Bieniek, Rotterdam 2015, s. 1-17

²⁶ I. Kowalczyk, *Matki-Polki, Chłopcy i Cyborgi... Sztuka i feminizm w Polsce*, Poznań 2010, s. 177-186.

²⁷ Tamże, s. 183.

²⁸ Tamże, s. 178-179.

²⁹ Tamże, s. 180.

³⁰ N. Jurgenson, *Digital Dualism versus Augmented Reality* [<https://thesocietypages.org/cyborgology/2011/02/24/digital-dualism-versus-augmented-reality/>, ostatnia wizyta 23.02.2019].

zastanych schematów dotyczących kobiecości³¹. Podobnie postępuje Basia Bańka, która w swoich różowych dziełach, pełnych koralików i cekinów, zapisuje osobiste przeżycia i wrażenia, równocześnie próbując określić swoją kobiecość za pomocą aktu tworzenia. Marta Świetlik tak opisała jej pracę z 2003 roku, zatytułowaną *Ja też chcę*:

Płótno obrazu zostało podzielone na dwie części, w górnej jest namalowana kobieta leżąca w pozie przypominającej postaci z dzieł dawnych mistrzów malarstwa. Podpis poniżej głosi, iż jest to „Piękna Wenus”, a jeszcze niżej doczepiony kawałek białej koronki skrywa osobiste wyznanie „Ja też chcę”, w domyśle: być jak ona. Basia skupia się na poszukiwaniu własnej tożsamości, samookreślaniu się, jednak nie dociera ona do jednoznacznej odpowiedzi. Jej podmiotowość jest niedookreślona, płynna, przybiera różne formy, stąd w jej pracach widać wiele sprzeczności, niedomówień i niekonsekwencji. Z jednej strony posługuje się śmiałą, odważną erotyką, wykorzystuje symbole płciowości, z drugiej infantylizuje; przedstawia siebie w roli niewinnej dziewczynki³².

Zamiast bezrefleksyjnie godzić się na wtłoczenie w stereotypowy wizerunek, artystki używają typowo kobiecych stylizacji i gadżetów na własnych warunkach. Poprzez zabawę modą, makijażem i wizerunkiem dokonują trawestacji modelu kobiecości³³.

Autorki obydwu omówionych w artykule profili korzystają z bliźniaczo podobnych zabiegów; projekty te stanowią zarazem formę uporania się z osobistymi problemami i lękami, możliwość sprawdzenia siebie i własnych granic, jak i bezpieczną przestrzeń, w której ich głos ma najistotniejsze znaczenie. Równocześnie inicjatywy te przyciągają osoby zainteresowane pokrewnymi kwestiami, ze zbliżonymi priorytetami, co pozwala na wymianę doświadczeń oraz pogłębione dyskusje w ramach utworzonych społeczności.

Czy zatem nowe media są w stanie zredefiniować kobiecość? W przypadku jednostki – z całą pewnością. Jeżeli zaś mowa o szerszym kontekście, dostrzegam istotną wartość oddolnych akcji zainicjowanych w internecie, zmierzających do zwiększenia różnorodności w mediach. Nie jestem jednak w stanie ocenić, czy inicjatywy stworzone przez Zofię Krawiec, Megan Jayne Crabbe oraz im podobne autorki są w stanie realnie wpłynąć zarówno na stereotypowe postrzeganie kobiecości, jak i na najpopularniejsze medialne przedstawienia kobiecego ciała. Konieczna jest zatem dalsza obserwacja zjawiska oraz nieustawanie w staraniach, aby media ukazywały możliwie jak najbardziej zróżnicowane wizerunki kobiecości, i nie tylko.

³¹ M. Świetlik, *(Post)feministyczne trawestacje. O dziewczyńskich zabawach artystek ostatniej dekady*, „Polisemia” 2011 nr 3 [http://www.polisemia.com.pl/numery-czasopisma/numer-3-2011-7/postfeministyczne-trawestacja, dostęp 23. 02.2019].

³² Tamże.

³³ Tamże.

Streszczenie/Summary

Celem artykułu jest przedstawienie sposobów tworzenia osobistych narracji o kobiecej cielesności i tożsamości z wykorzystaniem mediów społecznościowych. Rozważania dotyczące możliwości konstruowania tożsamości, jej zmienności i ulotności – głównie w ujęciu Judith Butler – poprzedziły analizę porównawczą projektów z przestrzeni nowych mediów. Ich autorki wykorzystują Instagram jako przestrzeń eksploracji, badania granic, tym samym definiują kobiecość na własnych zasadach. Artykuł porusza również temat wpływu uwarunkowań kulturowych na kwestię kobiecego ciała jako obiektu nieustannej obserwacji oraz wskazuje na feministyczny kontekst prezentowania nienormatywnych wizerunków na portalach społecznościowych.

Słowa kluczowe: tożsamość, cielesność, kobiecość, nowe media, media społecznościowe, Instagram, feminizm

Body as a spectacle: Femininity in new media

The aim of the article is to present ways to create personal narratives about feminine corporality and identity with the use of social media. Considerations on the possibility of constructing identity, its variability and elusiveness – mainly in terms of Judith Butler – were preceded by a comparative analysis of projects in the new media space. Their authors use Instagram as a space for exploration, testing boundaries, and thus define femininity on their own terms. The article also focuses on the impact of cultural factors on the issue of the female body as an object of constant observation and the feminist context of presenting non-normative images on social networks.

Keywords: identity, corporality, femininity, new media, social media, Instagram, feminism