

曬娃時代 曬給誰看？

林明慧 文

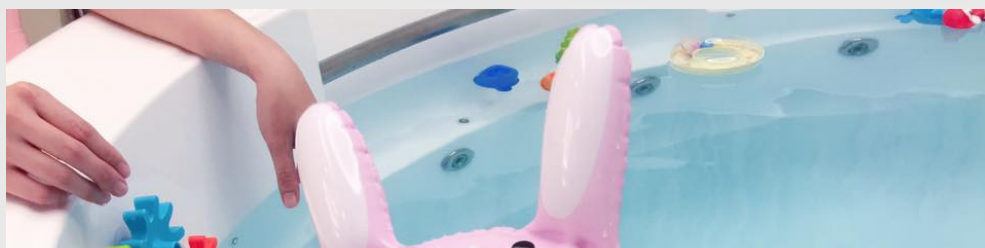
「曬娃」為近年來流行的詞彙，英文稱為**Sharenting**，由**sharing**（分享）以及**parenting**（養育）兩個單字所組成，2016年時成為英國柯林斯辭典的年度熱門詞彙，意指父母透過社交媒體頻繁地上傳孩子的照片或影片。然而，曬娃這種看似只是單純分享孩子成長紀錄的行為，其實背後隱藏著更深沉的意涵，也可能引發難以預測的危機。

曬娃風潮 萌娃變網紅

曬娃風潮起源於網路與社群媒體的蓬勃發展，人們的交際圈從現實擴展至網路的虛擬世界，透過**facebook**、**Instagram**等社群媒體打卡曬自拍、曬美食，並且等待朋友們按讚留言是現代人生活中稀鬆平常的事。

而為人父母之後，看著自己的寶貝從形成胚胎到學會走路、第一次叫爸爸媽媽，每個瞬間都是那麼神奇與值得紀念，令人迫不及待地想向全世界傳遞這份感動，於是隨手拿起手機，拍下孩子可愛的模樣再放上臉書成為了許多父母的育兒日常。根據英國網站**Parent Zone**的統計，父母在第一個孩子五歲以前，平均會在網路上發布約**1000**張的照片。另一則美國**2010**年的調查也指出，超過**80%**的兒童在兩歲以前已經有影像紀錄在網路上流傳。

除了不斷用孩子的萌照洗版外，有些父母甚至會幫孩子成立粉絲專頁，分享育兒點滴的同時，也享受著被廣大粉絲追蹤的夢幻光環。網路紅人「那對夫妻」就時常在**Facebook**粉專上分享親子互動的影片，女兒妮妮逗趣可愛的模樣相當受歡迎，年僅三歲就已經是擁有**234**萬粉絲的小網紅，吸引不少廠商前來邀約合作。而許多明星結婚生子後也跟上曬娃的流行，范瑋琪、賈靜雯及隋棠都是眾所皆知的「曬娃魔人」。





藝人賈靜雯時常在Facebook粉專上分享女兒咻咻的照片，咻咻因為長相可愛而深受大家喜愛。（照片來源／賈靜雯Facebook粉專）

為什麼愛曬娃？ 滿足尊重需求

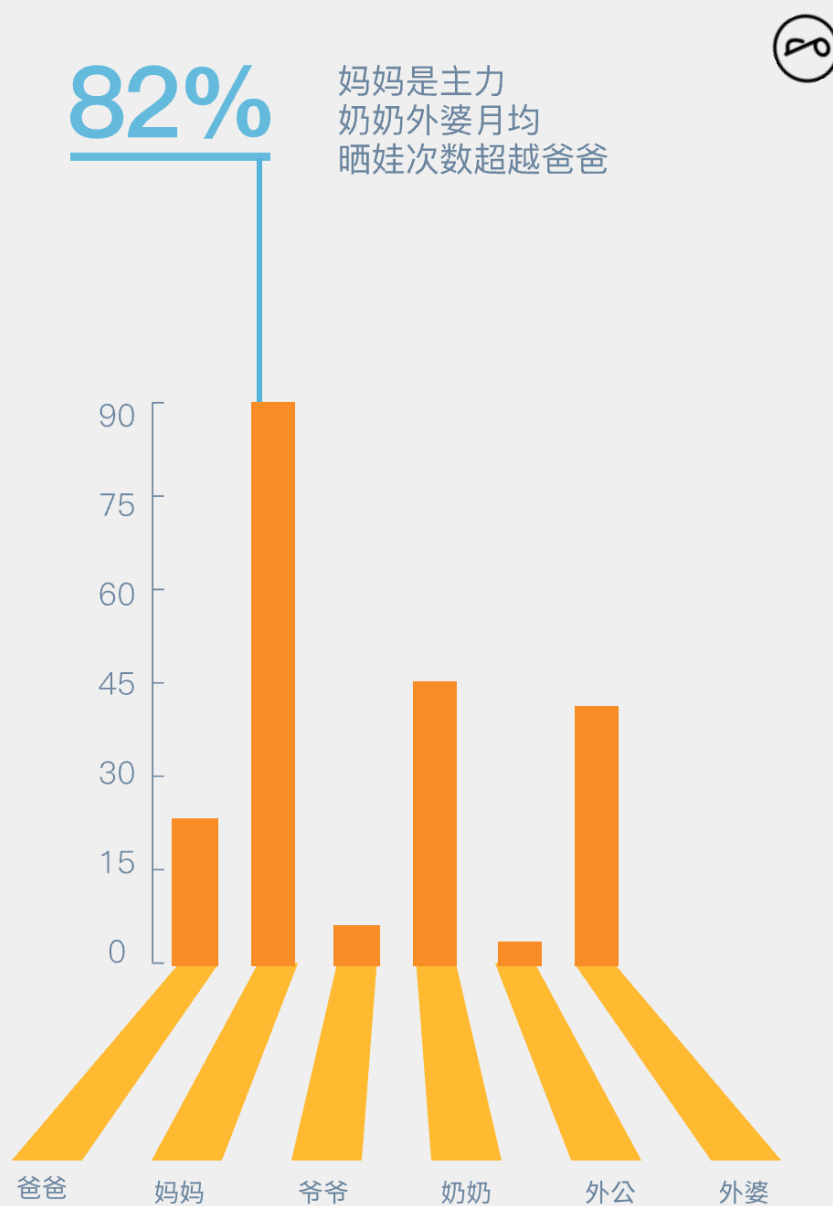
有些人認為曬娃的行為只是單純想向大家分享孩子可愛的模樣，希望讓螢幕前的眾人也能一同體會育兒的喜悅，也可以藉此和遠方的親友聯絡感情。此外，遇到育兒問題或困擾時，可以透過社交媒體迅速得到解決方法，和其他父母交流孩子的成長狀況也有助於減輕育兒的壓力與苦悶。

而進一步從心理學的層面探討，曬娃可能是為了滿足父母的尊重需求。根據馬斯洛的需求理論，人類在滿足低階的生理及安全需求後，會希望自我價值能被社會肯定與認可。在傳統「男大當婚、女大當嫁」的價值觀下，成立家庭與生兒育女是天經地義的事，過了適婚年齡仍獨自一人可能會被貼上「魯蛇」、「沒人要」等負面標籤。藉由分享孩子的動態可以讓外界得知他們的生活是遵循社會常理的，進而獲得安心與滿足的感覺。

女性比較愛曬娃？

有趣的是，通常我們在網路上看到的曬娃照幾乎都來自於女性。根據中國育兒App親寶寶的《2016年中國家庭曬娃報告》，發現媽媽曬娃的比例遠超過爸爸。一則研究新手媽媽在社交平台上行為的論文也顯示，超過98%的新手媽媽曾透過Facebook分享生產或是育兒心得，80%的母親會將孩子的照片設為大頭貼，而且有了孩子後，使用社群媒體的頻率也較以往頻繁。研究的領導者薛波蘇利文（Sarah Schoppe-Sullivan）認為這些媽媽的行為是出自於內心的焦慮與擔憂，害怕自己不是一位合格的母親，所以需要透過外界的反應來達到自我肯定。所以曬娃表面是在向大家分享孩子的可愛，其實是在傳遞自己的母親形象，並期待能獲得他人的認可，若分享的內容沒有得到正面的回饋，他們就會感到沮喪。

在父權文化的根深蒂固下，即便女性投入職場的比例日益增長，工作表現也不比男生遜色，「男主外、女主內」的迷思依舊烙印於大家心中。男性如果過了適婚年齡仍單身，但在事業上擁有一番成就，就會擁有黃金單身漢或鑽石王老五之類的美名。然而女性即使工作表現再出色，過了適婚年齡依然沒有對象，就會被大家冠上「敗犬」、「剩女」等貶義稱呼。自古以來，母親被塑造成一個神聖且偉大的角色，每個女性都應該以當一個好母親為人生目標，為家庭犧牲奉獻，並教養出優秀的下一代，才能展現女性生命的價值。與其在職場上當一個女強人，在家庭中擔任一個好妻子、好媽媽更能獲得社會大眾的肯定，因此女性總是習慣透過分享孩子可愛的照片或優秀的表現，向大家證明自己是一個好媽媽，並期許從他人的肯定中獲取自我認同感。



谁在晒娃

由中國育兒App親寶寶發布的《2016年中國家庭曬娃報告》顯示女性曬娃

國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

的比例遠高於男性。（圖片來源／親寶寶）

可愛背後的危機

儘管大多數父母曬娃的行為並非出於惡意，卻可能在無形中對孩子的安全造成威脅。透過網路的無遠弗屆，父母在網路上分享的影像任何人都可以觀看、存取，甚至再次分享，就算之後父母刪除了那些照片，留下的數位足跡也難以抹滅，孩子的照片或個人資訊可能已慘遭有心人士利用。美國佛羅里達大學法學院教授史坦伯格（Stacey Steinberg）就在《曬娃：社群媒體時代的孩童隱私》一文中描述，有一名媽媽在網路上分享訓練雙胞胎孩子如廁的照片，不久之後發現有陌生人盜用那些照片，加以修圖編輯後，將它們分享在戀童癖常瀏覽的色情網站上。而過度透露孩子的個人訊息例如：姓名、生日、就讀學校等等，也可能使孩子淪為綁架犯鎖定的目標。

此外，隨著孩子逐漸成長，開始擁有自我意識與交友圈，也開始使用社群媒體時，那些以前父母未經過深思熟慮就隨手分享的影像可能會令孩子們感到難堪。近期台灣就有一名擁有12萬粉絲關注的媽媽部落客，將女兒做錯事對著鏡頭哭泣懺悔的影片放上粉絲專頁，而引發網友撻伐。許多人認為孩子也有自尊心，不應該將孩子脆弱的一面公諸於世，若以後孩子的同儕看到這則影片，可能會使她遭到取笑或霸凌，將造成難以抹滅的心理創傷。



鰻魚家家酒更新了近況。

4月13日 · *

謝謝大家，不論你的立場是支持，或是建議、提醒、指教和批評，父母是一條永遠都學不完的持續修行之路，對身為一各第一次當媽媽的我更是如此。五年來，沿路摸索、嘗試、調整再改變，我承認有太多的功課是媽媽本身要「自習」的。在保護孩子的處理上的確有重大瑕疵，思慮不夠周延謹慎之處，未來定會深切調整。

現階段，除感謝內化來自各方的建議外，身為鰻魚的母親，我想將所有的心思投注在她的身上，盡可能將傷害減輕到最低，這是目前一個犯錯的母親，最應該也最想做的事情，事件是一時的，鰻魚和我之間母女的親情才是我最珍視的關係。

再次誠心接受所有的指教，並且再次感謝大家的關注，一如我和鰻魚共同經歷的每一個生命的起承轉合，我會尊重並且珍惜這次學習成長的機會。希望大家將此事件化為正面思考的力量，能夠一如粉絲團成立之初，我的初心一般，從我們的對與錯中去學習與成長，找到更正確的親子溝通方式。

Facebook粉絲專頁「鰻魚家家酒」近期將女兒鰻魚哭泣認錯的影片放上網，引發反對聲浪，媽媽除了將影片撤除外也發表聲明坦承疏失。（照片來源／林明慧重製）資料來源：[鰻魚家家酒Facebook粉專](#)

父母相信也在孩子長大一起及在網路世界孩子的成長中，會導致孩子缺乏隱私權及自主權的概念。孩子在成長中也可能會意識到父母在社交媒體中幫他們塑造的網路形象，並且模仿父母揭露個人生活以獲取外界肯定或人氣的行為，會使孩子容易過度在乎他人的評價，進而阻礙自我認同的發展。

曬娃前先三思

網路與3C產品的便利性讓父母能夠隨時記錄孩子的成長，保存珍貴的回憶的同時也能增進和親友的感情。適度的曬娃無傷大雅，但是曬娃之前家長必須謹慎思考分享的內容會不會對孩子造成負面影響。隨著孩子逐漸懂事也開始擁有自己的想法，po上網之前必須先與孩子充分溝通，並且給予他們拒絕的權利，唯有尊重與適度保留才能為孩子創造一個健康、安全的成長環境。



記者 林明慧



編輯 鄭仰珉