

Klaudia Michajłów

Uniwersytet Rzeszowski

**SHARENTING:
GRANICE PRYWATNOŚCI
I PUBLICZNEGO ŻYCIA RODZINY**

Wprowadzenie

W społeczeństwach przedindustrialnych role rodzicielskie były jasno określone i koncentrowały się głównie na zaspokajaniu potrzeb ekonomicznych oraz zapewnieniu opieki i socjalizacji dzieci. W dzisiejszym, zmieniającym się świecie, pełnym wyzwań, erozji wartości i osłabienia autorytetów, role rodzicielskie stały się mniej oczywiste, co prowadzi do nowego spojrzenia na rodzicielstwo. Różnorodność wzorców macierzyństwa i ojcostwa oraz wielowymiarowość i zmienność relacji między rodzicami a dziećmi wprowadzają niepewność w wypełnianiu nowych obowiązków rodzicielskich¹. Z braku osobistych doświadczeń związanych z daną rolą jednostki często przyjmują wzorce od osób znaczących, aby następnie przez własne doświadczenia i eksperymentowanie wypracować indywidualny sposób realizacji obowiązków rodzicielskich. Szeroki wachlarz podejść do roli rodzicielskiej może obejmować zarówno jej odrzucenie, jak i nadmierne idealizowanie, określane jako fetyszyzacja roli². Ponadto powszechność i dostępność

¹ K. Verswijvel, *Sharenting, is it a good or bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites*, „Children and Youth Services Review” 2019, nr 104, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0190740919303482> [dostęp: 17.06.2024].

² K. Kaliszewska, *Proces adaptacji rodziców do roli rodzicielskiej dziecka z zespołem Downa jako strategia radzenia sobie z sytuacją stresową*, „Interdyscyplinarne Konteksty Pedagogiki Specjalnej” 2017, nr 17, s. 73–74.

informacji oraz łatwość komunikacji sprawiają, że młodzi rodzice często poszukują nowych sposobów realizacji ról rodzicielskich, odchodząc od stylów wychowawczych znanych z własnego dzieciństwa. W poszukiwaniu wzorców rodzicielstwa można zauważyć jednak pewien paradoks: z jednej strony młodzi rodzice coraz bardziej izolują się od bliskich struktur społecznych, a z drugiej szukają spełnienia w wirtualnej sieci kontaktów społecznych. Wyrazem tego jest coraz bardziej powszechne zjawisko znane jako sharenting³.

Internet jako nowa przestrzeń życia

Pojawienie się Internetu oraz mediów elektronicznych wprowadziło znaczne przemiany na podłożu form komunikacji międzyludzkich oraz wpłynęło na zmiany w procesie kształtowania się wielokierunkowych relacji. Za tym wszystkim kryje się pojęcie globalnej wioski. Po raz pierwszy zostało ono użyte przez Marshalla McLuhana w dziele pod tytułem *The Gutenberg Galaxy*. W pierwotnej definicji autor, określając świat takim pojęciem, miał na myśli zwyczajną wioskę. Skupił się w tym na przedstawieniu blisko żyjącej ze sobą społeczności, dzielącej się ze sobą swoim życiem oraz napotkanymi problemami. Jest to przedstawienie w nowym świetle społeczeństwa informacyjnego. Oznacza to, że ludzie z całego świata, dzięki technologiom, takim jak Internet oraz telefonia komórkowa, stali się wspólnotą elektroniczną, a łamiąc bariery czasowe oraz przestrzenne, mogli wytwarzać relacje opierające się na znacznie większej bliskości⁴. Pojęcie to jest nieodłącznie związane z ciągle postępującą globalizacją, która odnosi się do szybkiego procesu ujednolicenia niemalże wszystkich dziedzin dotyczących życia społecznego: kultury, stylów życia, konsumpcji, płynnego przepływu informacji, jak również dóbr towarowych. Wpłynęło to na zintegrowanie oraz naśladownictwo społeczeństwa. Trudno również dokładnie sprecyzować początki globalizacji, aczkolwiek dobra technologiczne wpłynęły na znaczne przyspieszenie tego procesu. Przytaczając słowa Ronalda Robertsona, globalizacja jest to „zbiór procesów, które czynią świat społecznie jednym”⁵.

Aby przybliżyć innowacyjność społeczeństwa informacyjnego, należy przedstawić różne formy komunikacji w nim zachodzące. Opierając się na podziale stworzonym przez McQuila, formy te zostały przedstawione pod postacią piramidy,

³ A. Brosch, *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?* [w:] *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa*, red. H. Krauze-Sikorska, M. Klichowski, 2017, s. 379.

⁴ M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, University of Toronto Press, Toronto, Canada 1962, s. 21.

⁵ A. Perkowska-Klejman, *Poszukiwanie refleksyjności w edukacji*, „Studium Teoretyczno-Empiryczne” 2019, nr 1, s. 40.

dzieląc ją ze względu na własny zbiór problemów oraz teorii. Najniższy szczebel komunikacji tej piramidy zajmuje komunikowanie intrapersonalne, które zachodzi jeszcze w umyśle jednostki, zanim dojdzie do przekazu informacji. Jest to pewnego rodzaju wewnętrzny dialog, formułowanie i kodowanie danych. Poziom następny zajmuje komunikowanie międzyosobowe, które odbywa się w grupie dwu lub trzyosobowej (tzw. diada i triada). Zazwyczaj przyjmuje formę dialogu lub rozmowy. Forma komunikacji grupowej odbywa się w obrębie grup społecznych, zaś komunikowanie instytucjonalne odbywa się w ramach instytucji społecznych. Wierzchołek piramidy zajmuje komunikowanie masowe, które ma ogromny wpływ na opinie i zachowanie jednostek⁶.

Listy zostały zastąpione telefonami oraz SMS-ami, zaś gazety – telewizją i artykułami internetowymi. Możliwości, jakie daje Internet, są wręcz nieograniczone, a dostęp do wszelkich źródeł wiedzy z każdej dziedziny pozwala na samorozwój oraz na szerzenie wiedzy, z której korzystać może każdy bez względu na status i pochodzenie. W pierwotnym celu przestrzeń ta była zatem stworzona dla podkreślenia takich wartości, jak wolność, szacunek dla wiedzy, pasje oraz przyjazne środowisko do tworzenia alternatywnych wspólnot. Wraz z rozwojem tego typu technologii doszło również do aktywnej komercjalizacji. Powstawały portale społecznościowe, takie jak Facebook, Instagram czy YouTube, ale też sklepy internetowe, które dzięki algorytmom pozwalały na pokazywanie użytkownikom produktów na podstawie ich wyszukiwania i potrzeb⁷. Siła mediów w procesie kreowania zachowań oraz postaw społecznych jest bardzo duża, ponieważ na przykład:

- tworzą one różnego rodzaju wzorce do naśladowania – wyglądu, postawy, stylizacji czy też wyrażania się;
- sprzyjają nadawaniu zdarzeniom znaczeń emocjonalnych poprzez podporządkowywanie jakiegoś uczucia danej sytuacji (obojętność bądź empatię na widok cierpienia);
- służą powtarzaniu jakiejś czynności w celu uczenia się jej oraz przyzwyczajania się do jej wykonywania;
- tworzą prowokacje sytuacyjne w celu rozwiązania problemu, skłaniając osobę do samodzielnego jego wyjaśnienia.

Są to elementy mające na celu rezygnowanie z postaw i opinii i tworzenie nowych, umocnienie lub osłabienie już tych istniejących⁸.

⁶ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, 1999, s. 47.

⁷ M. Juza, *Internet w życiu społecznym – nadzieje, obawy, krytyka*, „Studia Socjologiczne” 2016, nr 220(1), s. 203–204.

⁸ A. Opolska-Bieleńska, *Media jako nośnik kreowania postaw społecznych* [w:] *Recepcja mediów: wnioski z badań – lata 2019–2020*, red. A. Granat, Lublin 2020, s. 39, http://bc.umcs.pl/Content/40085/Recepcja_mediow_7_2.pdf [dostęp: 08.06.2024].

W Polsce można zauważyć wzrost liczby użytkowników Internetu. Ponad trzy czwarte dorosłych (77 proc.) deklaruje, że codziennością jest obecność online. Wynik ten jest większy o 4 punkty procentowe niż we wcześniejszym roku. W ostatnich dwóch latach odsetek internautów podniósł się o 9 punktów procentowych⁹. Według danych podanych na rok 2023 aż 36,7 miliona osób (88,4 proc. mieszkańców Polski) jest użytkownikami serwisów internetowych. Według analizy Kepiosa, na podstawie wyborów, trendów i zachowań jednostek online, w ciągu roku 2022–2023 stosunek polskich internautów wzrósł o 2,9 miliona, czyli o około 8,5 proc. więcej¹⁰.

Według A.E. Goldberga w patologicznym korzystaniu z Internetu występuje zjawisko dystresu, który w znacznej mierze oddziałuje na użytkowników w sferze zarówno psychicznej, fizycznej, społecznej, jak również interpersonalnej i ekonomicznej. Pojęcie uzależnienia od Internetu rozumie się jako zaburzenie kontroli impulsów, co oznacza, że osoba traci zdolność do możliwości kontrolowania czasu, który spędza online, pomimo że wywołuje to negatywne konsekwencje dla jej życia. Charakteryzuje się ono brakiem kontroli nad uzależnieniem pomimo stawiania sobie ograniczeń. Skutkuje to negatywnymi konsekwencjami nie tylko w sferze zdrowia, ale i również w życiu społecznym, pracy czy szkole, a dodatkowo ciągłym i obsesyjnym myśleniem o przestrzeni internetowej oraz utratą zainteresowań i innych aktywności na rzecz korzystania z mediów. Według kryteriów diagnostycznych zjawisko to można przyrównać do patologicznego hazardu¹¹. Tego typu precedens posiada różne typy, np.:

- *cybersexual addiction* – zjawisko erotomanii internetowej, która przejawia się nieustannym oglądaniu oraz pobieraniu filmów bądź zdjęć pornograficznych;
- *cyber-relationship addiction* – to uzależnienie od kontaktów społecznych w przestrzeni internetowej, przejawiające się notorycznym sprawdzaniu social mediów, poczty i wiadomości internetowych od znajomych;
- *net compulsions* – zjawisko obsesyjnego uprawiania hazardu, brania czynnego udziału w aukcjach internetowych czy robienia nadmiernych zakupów online;
- *information overload* – przymus ciągłego pobierania informacji;
- *computer addiction* – tzw. uzależnienie od nadmiernego używania komputera¹².

⁹ Centrum Badania Opinii Społecznej, *Korzystanie z Internetu w 2022 roku*, 2022, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_077_22.PDF [dostęp: 09.01.2024].

¹⁰ S. Kemp, *Digital 2023: Poland*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-poland> [dostęp: 09.06.2024].

¹¹ E. Józwiak, *Ochrona wizerunku w mediach*, „Kortowski Przegląd Prawniczy” 2016, nr 3, s. 64–65.

¹² A. Błachnio, A. Przepiórka, T. Rowiński, *Dysfunkcyjne korzystanie z internetu – przegląd badań*, „Psychologia Społeczna” 2014, nr 94(31), s. 378–379.

Najbardziej powszechną grupę wiekową, która korzysta z Internetu, stanowią osoby w wieku poniżej 35. roku życia. Rozpatrując to w kontekście poziomu wykształcenia, są to zazwyczaj ludzie młodzi, na poziomie edukacji gimnazjalnej oraz z wykształceniem wyższym. Osoby najczęściej korzystające z sieci zazwyczaj robią to w formie bezprzewodowej, używając takich urządzeń, jak smartfony i tablety. Według statystyk ponad co druga osoba badana (53 proc.), która korzysta z Internetu, wykorzystuje aplikacje internetowe, w momencie gdy musi coś zrobić. Natomiast mniej niż połowa osób ankietowanych (47 proc.) uruchamia urządzenia online tylko po to, aby móc na bieżąco otrzymywać powiadomienia i informacje. Definicja tego zjawiska nosi nazwę FOMO, czyli *Fear Of Missing Out*. Oznacza to strach przed utratą satysfakcjonujących doświadczeń w przestrzeni sieci¹³. Popularność takiego sposobu korzystania z mediów została zarejestrowana około dwa lata temu i wykazuje stały poziom takiego użytkowania¹⁴. Dane ze światowego raportu na temat Internetu pokazują, że polscy użytkownicy spędzają w nim przeciętnie około 6 godzin i 42 minuty, z czego około 2 godziny i 2 minuty na samych mediach społecznościowych¹⁵.

Wprowadzenie do zjawiska sharentingu

W dobie cyfryzacji i powszechnego dostępu do Internetu nowe technologie nieodwracalnie zmieniły sposób, w jaki komunikujemy się i dzielimy informacjami. Jednym z fenomenów, który zyskał na popularności w ostatnich latach, jest zjawisko określane jako „sharenting”. Termin ten, będący połączeniem słów *share* (dzielić się) i *parenting* (rodzicielstwo), odnosi się do praktyk rodziców, którzy regularnie udostępniają w mediach społecznościowych zdjęcia, filmy oraz informacje dotyczące swojego potomstwa. Choć dla wielu osób może się to wydawać niewinnym sposobem dokumentowania i dzielenia się ważnymi momentami z życia dzieci, sharenting budzi coraz większe kontrowersje i pytania natury etycznej oraz prawnej¹⁶.

Sharenting ma swoje korzenie w chęci dzielenia się radościami rodzicielstwa z rodziną i przyjaciółmi oraz pragnieniem dołączenia opiekunów do społeczeństwa rodzicielskiego. Jednak w erze cyfrowej, gdzie granice prywatności są

¹³ J. Braz, *Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinning, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use*, „Brazilian Journal of Psychiatry” 2021, nr 43(2), <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870> [dostęp: 17.06.2024].

¹⁴ Centrum Badania Opinii Społecznej, *Korzystanie z Internetu w 2022 roku...* [dostęp: 09.01.2024].

¹⁵ S. Kemp, *Digital 2023: Poland...* [dostęp: 09.06.2024].

¹⁶ P. Uram, M. Reiter, O. Graf, *Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach*, „Pedagogika Społeczna” 2020, nr 2(76), s. 155.

coraz bardziej zatarte, ta praktyka rodzi szereg wątpliwości. Przede wszystkim, pojawiają się pytania dotyczące prawa dzieci do prywatności oraz potencjalnych konsekwencji, jakie mogą wynikać z niekontrolowanego rozpowszechniania ich wizerunków w sieci. Rodzice, często nieświadomi zagrożeń, narażają swoje potomstwo na różnorodne niebezpieczeństwa, takie jak kradzież tożsamości, cyberprzemoc czy nawet wykorzystanie przez osoby o złych intencjach¹⁷.

Głównym problemem jest występowanie *troll parentingu*, w którym opiekuni dzielą się wszelkimi – rejestrowanymi na zdjęciach lub filmach – zdarzeniami z życia dziecka, również tymi wstydliwymi, intymnymi. W tym celu została również stworzona strona internetowa Reason My Son Is Crying, gdzie zamieszczane są multimedia z dziećmi, które płaczą, złością się, wyrażają przejawy silnych emocji czy przechodzą trudne dla nich momenty. W aspekcie tym dziecko, zamiast przeżyć konkretną chwilę i ją zrozumieć, jest filmowane, a nagrania te są wstawiane do serwisów społecznościowych. Tego typu kwestie posiadają wątpliwy wydźwięk moralny, co dla rodziców może mieć jedynie wydźwięk humorystyczny. Według wyników badań zrealizowanych przez Australijskich Komisarzy i Rząd ds. Bezpieczeństwa Wirtualnego Dzieci większość treści medialnych ukazujących dzieci nago bądź w bieliźnie używana jest w witrynach stron pedofilskich, a swoje pochodzenie zawdzięczają właśnie portalom społecznościowym¹⁸.

Prenatalny sharenting odnosi się do udostępniania w Internecie obrazów z badań prenatalnych. Coraz częściej można zauważyć publikowanie zdjęć ultrasonograficznych wykonanych między 12. a 20. tygodniem ciąży, zwłaszcza jako sposób na ogłoszenie ciąży w sieci. Rodzice często opisują te obrazy jako „pierwsze zdjęcie dziecka online” lub „pierwsze selfie”, co skutkuje tworzeniem cyfrowego śladu dla jeszcze nienarodzonego dziecka. Ważne jest również rozważenie kwestii związanych z udostępnianiem danych matki podczas publikacji takich zdjęć, szczególnie jeśli nie są one ukryte. Statystyki pokazują, że nawet 34 proc. takich kadrów zawiera metadane, takie jak imię i nazwisko matki, nazwa placówki medycznej, w której wykonano USG, oraz planowana data porodu¹⁹.

W rzeczywistości online istnieje również niebezpieczny aspekt monetyzacji wizerunku dziecka. Dzięki rozpowszechnianiu segmentu posiadania dziecka oraz dysponowaniu realnymi wpływami w świecie wirtualnym mogą pojawiać się spoty reklamowe, czyli zjawisko podpinania reklam skierowanych do odbiorców posiadających dzieci, co przynosi profity z tytułu współpracy z sieciami partnerskimi.

¹⁷ M. Gadamska-Krycz, *Sharenting jako jedno z niebezpieczeństw dla dzieci*, „Ochrona Ludności i Dziedzictwa Kulturowego” 2023, nr 3, s. 76–77.

¹⁸ A. Hernacka-Janikowska, *(Nie)bezpieczeństwo dziecka w sieci – analiza krytyczna zjawiska sharentingu, troll parentingu i monetyzacji wizerunku dziecka*, „Studia Prawnoustrojowe” 2023, nr 61, s. 78.

¹⁹ M. Gadamska-Krycz, *Sharenting jako jedno z niebezpieczeństw dla dzieci...*, s.79.

Nierzadko wygląda to w ten sposób, że dochodzi nie tylko do reklamy jakiegoś produktu, ale i pokazania na dziecku jego zastosowania i efektów, co skupia odpowiednie grono odbiorców, czyli młodych rodziców. W ten sposób nagrywane są najczęściej filmy w codziennej aranżacji oraz scenerii, ale tak, aby to podopieczny grał rolę pierwszoplanową. Dzieci, szczególnie niemowlęta, nie są jeszcze w pełni świadome sytuacji, w jakiej się znajdują, nawet te, które zgadzają się już na występowanie przed kamerą, nadal nie rozumieją, gdzie i na jaką skalę będą upubliczniane konkretne materiały²⁰. W tym aspekcie najmłodszy są narażeni na ekspozycję swojego życia prywatnego w sposób długotrwały, w czasie, który winien być poświęcony na ich spokój oraz prawidłowy rozwój, niezbędny do funkcjonowania. W tym kontekście materiały z dziećmi często zamieszczane są przez twórców internetowych, takich jak youtuberzy oraz vlogerzy, których kanały w późniejszym czasie opierały się wyłącznie na temacie rodziny i dziecka²¹.

Informacje o badaniu

Celem pracy była charakterystyka opinii studentów z uczelni rzeszowskich dotyczących różnych form cyberprzemocy. W niniejszym artykule uwaga zostanie skupiona na części analizy poglądów studentów dotyczących kwestii sharentingu. Pytania dotyczyły aspektu: naruszania prywatności dzieci przez ich rodziców poprzez nadmierną publikację ich zdjęć, wieku, w którym dzieci powinny zacząć korzystać z social mediów, oraz wprowadzeniu prawa, które zakazuje dzieciom korzystania z portali społecznościowych.

Użyta metoda przeprowadzonego badania polegała na CAWI (ang. *Computer-Assisted Web Interview*), czyli na rozesłaniu ankiety online do grup docelowych. Wszyscy studenci studiujący w Rzeszowie mieli zapewnioną możliwość wzięcia udziału w badaniu. Są to przede wszystkim osoby, które w danym czasie wyraziły chęć uczestnictwa oraz miały czas, by dobrowolnie wypełnić internetową ankietę. Linki do badania zostały wysyłane do głównych grup studenckich uczelni wyższych w Rzeszowie, na przykład: „WSliZ w Rzeszowie”, „Studenci WSPiA Rzeszowska Szkoła Wyższa”, „Politechnika Rzeszowska – Studenci” itp. Grupy te, szczególnie w pewnym okresie, skupiają studentów wymieniających się ankietami między sobą. Linki do ankiet rozmieszczane były mniej więcej w odstępach 3–4 dni, przez trzy tygodnie, od 23 kwietnia 2024 do około 12 maja 2024 r.

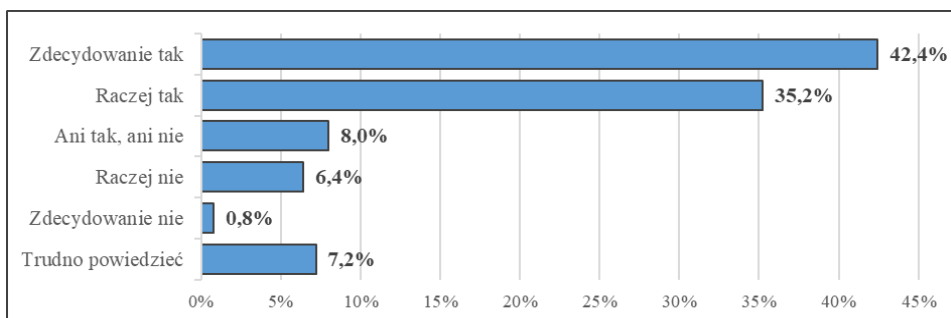
²⁰ B. Chrostowska, *Sharenting – skala i wielowymiarowość zjawiska (nierozważnego) ujawniania przez rodziców informacji o dzieciach w mediach społecznościowych*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2018, nr 4(43), s. 59.

²¹ A. Hernacka-Janikowska, *(Nie)bezpieczeństwo dziecka w sieci...*, s. 79.

Zakres badań obejmował 125 respondentów. Największa liczba badanych studentów była w wieku 21–23 lat (63,2 proc.). Druga przeważająca grupa wiekowa to 18–20 lat (20,0 proc.) oraz 24–25 lat (14,4 proc.). Najmniej liczną grupę stanowili studenci w wieku powyżej 26. roku życia (2,4 proc.). Większość uczestniczących w ankiecie to kobiety, 59,2 proc., udział mężczyzn wynosił 40,8 proc.

Dane z badań

Początkowe pytanie dotyczyło opinii badanych na temat tego, czy ich prywatność została kiedykolwiek naruszona przez sharenting. Ponad 70 proc. ankietowanych nie została bezpośrednio tym dotknięta. Głównie wynika to z niedostępiania tego typu treści przez większość rodzin respondentów. Pokazuje to świeżość zjawiska, jakim jest sharenting w województwie podkarpackim. W znacznym stopniu może ono dotyczyć młodszych dzieci.

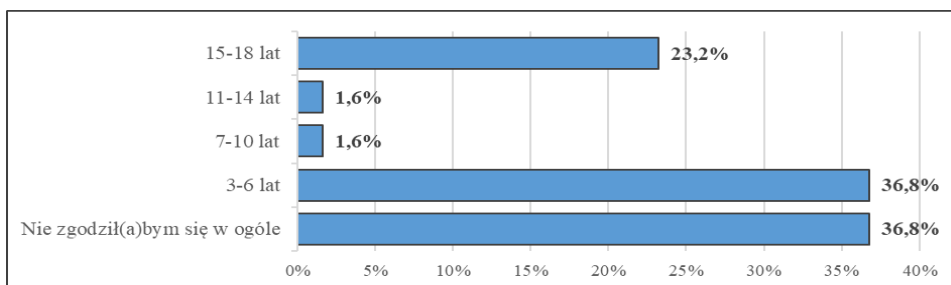


Wykres 1. Czy według Ciebie udostępnianie treści osób nieletnich przez ich rodziców narusza ich prywatność?

Źródło: badania własne, n=125.

W ankiecie poruszono kwestię udostępniania przez rodziców wizerunku osób nieletnich (poniżej 18. roku życia), treści o nich oraz czy jest to szczególne naruszenie ich prywatności. Prawie co drugi ankietowany (42,4 proc.) zdecydowanie zgadzał się z tym, że takie działania łamię zasady prywatności nieletnich. Ponad co drugi respondent (35,2 proc.) raczej się z tym zgadzał, natomiast 8,0 proc. respondentów wybrało odpowiedź „ani tak, ani nie”. Pokazuje to, iż znaczna część studentów uważa to zjawisko jako naruszające w znacznym stopniu prywatność najmłodszych. Konsekwencją tego typu działań mogą być zmiany w psychice dzieci oraz zaburzenia w rozwoju. Ponadto jest to łamanie ich praw, o których bardzo często nie wiedzą, oraz osłabianie u nich poczucia godności i tożsamości²².

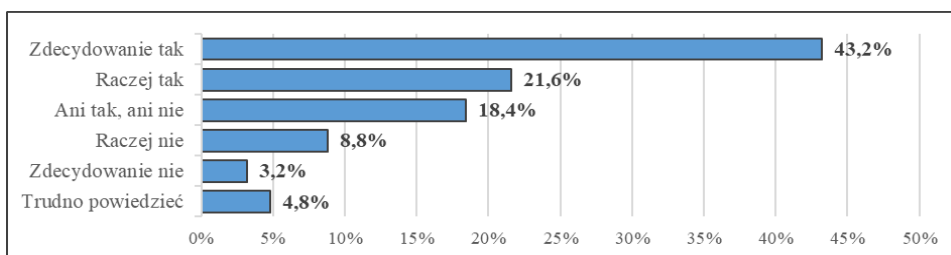
²² B. Chrostowska, *Sharenting – skala i wielowymiarowość zjawiska...*, s. 61.



Wykres 2. Wyobraź sobie, że twoje dziecko chce zacząć korzystać z social mediów. W jakim wieku twoim zdaniem zgodziłbyś/zgodziłabyś się na jego aktywność w sieci?

Źródło: badania własne, n=125.

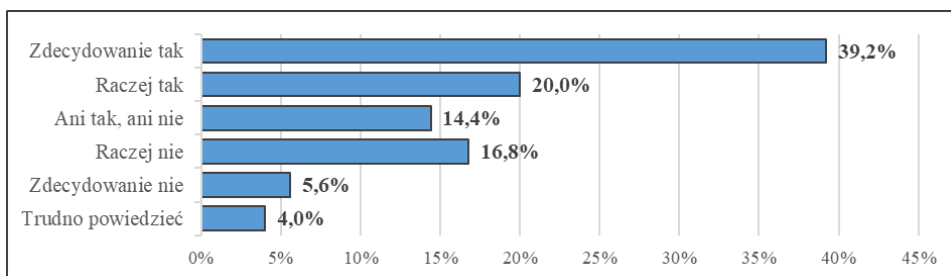
Respondenci zostali również zapytani o to, w jakim wieku ich dzieci będą mogły zacząć korzystać z mediów społecznościowych. Dwie odpowiedzi uzyskały identyczny wynik, a mianowicie 36,8 proc. badanych nie zgodziłoby się w ogóle lub zgadzałoby się na korzystanie z social mediów w wieku od 3 do 6 lat. To pokazuje pewien podział między osobami obawiającymi się aktywności swoich dzieci w sieci, a tymi, które uważają, że dzieci powinny zacząć poznawać przestrzeń internetową już od najmłodszych lat. Trzecią najczęściej wybraną odpowiedzią był wiek od 15 do 18 lat, wskazany przez 23,2 proc. ankietowanych.



Wykres 3. Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem: powinien istnieć zakaz publikowania zdjęć dzieci do 13. roku życia przez ich rodziców

Źródło: badania własne, n=125.

Powyższe pytanie dotyczyło opinii studentów na temat wprowadzenia prawnego zakazu publikacji zdjęć i treści dotyczących osób poniżej 13. roku życia przez ich rodziców. 43,2 proc. ankietowanych zdecydowanie poparło wprowadzenie takiego zakazu, co oznacza, że prawie co drugi badany popierałby powstanie takiego prawa. Aż 21,6 proc. respondentów odpowiedziało „raczej tak”. Kolejna popularna odpowiedź (18,4 proc.) oznaczała, że respondenci nie są ani za, ani przeciw wprowadzeniu takiego zakazu. Odpowiedzi jednoznacznie negatywne wskazują na obecność tego problemu oraz na konieczność podjęcia decyzji prawnych ze strony państwa w celu walki ze zjawiskiem sharentingu.



Wykres 4. Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem: powinno istnieć prawo zakazujące korzystania (zakładania) mediów społecznościowych przez dzieci do 13.–15. roku życia

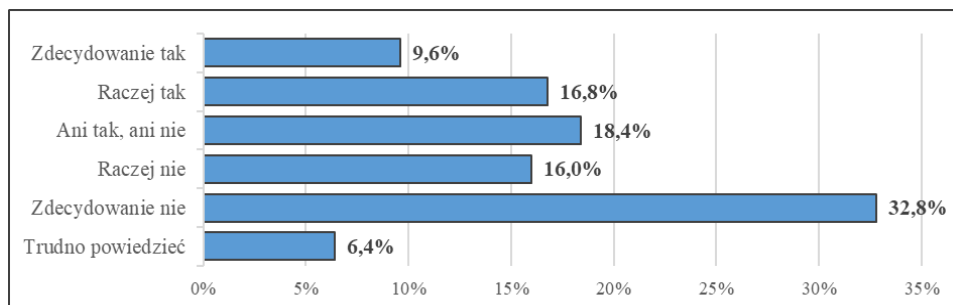
Źródło: badania własne, n=125.

Kolejne pytanie dotyczące sharentingu odnosiło się do istnienia prawnego zakazu zakładania oraz korzystania z mediów społecznościowych przez osoby w wieku od 13 do 15 lat. Aż 39,2 proc. studentów zdecydowanie poparło taki przepis, a 20,0 proc. odpowiedziało „raczej tak”. Wydaje się, że wyniki te wskazują na dostrzeganie realnego problemu i zagrożeń dla osób korzystających z mediów społecznościowych w wieku poniżej 13–15 lat. Zaledwie 14,4 proc. respondentów wybrało odpowiedź „ani tak, ani nie”. Najniższą liczbę głosów zebrały odpowiedzi „zdecydowanie nie” (5,6 proc.) oraz „trudno powiedzieć” (4,0 proc.). Warto również zauważyć, że obecne platformy społecznościowe mają pewne wymagania regulaminowe np. samodzielnie założenie konta na portalu społecznościowym może zostać dokonane tylko przez osoby, które ukończyły 16. rok życia. W przypadku osób w wieku pomiędzy 13.–16. rokiem życia czynność ta wymaga zgody rodzica lub opiekuna prawnego. Dzieci poniżej 13. roku życia nie mają prawa założenia konta społecznościowego²³. Odpowiedzi wskazują jednak, że tego rodzaju regulacje są nieskuteczne i jest to kolejny przykład tego, że prawo państwowe powinno tworzyć niepodważalne przepisy, aby można było zauważyć zmiany w tej kwestii.

Respondenci udzielili odpowiedzi na pytanie, czy tworzenie i publikowanie memów (obrazów o „żartobliwym” nacechowaniu) z wizerunkiem dzieci, co jest obecnie popularne, jest wyłącznie rozrywką. Według 32,8 proc. ankietowanych zdecydowanie nie jest to rozrywka. Natomiast 18,4 proc. respondentów nie wyraziło jednoznacznie swojej opinii („ani tak, ani nie”), zaś 16,8 proc. studentów uważa, że „raczej jest”. Odpowiedzi „raczej nie” wskazało 16,0 proc. badanych, natomiast 9,6 proc. ankietowanych stwierdziło, że tworzenie i publikowanie memów z wizerunkiem najmłodszych ma miejsce w celach rozrywkowych („zdecydowanie tak”). Można więc wysnuć wniosek, że respondenci zdają sobie sprawę

²³ B. Mysiak, *W jakim wieku dzieci mogą legalnie korzystać z mediów społecznościowych i innych usług w sieci*, „New Tech & Innowacje 2021”, blog o własności intelektualnej (Skipblog.pl) [dostęp: 18.06.2024].

ze skutków, jakie może wywołać u ofiar wykorzystywanie ich wizerunku do tworzenia żartów. Jednakże poglądy rzeszowskich studentów są podzielone, z lekką przewagą opinii, iż praktyki te są podejmowane w celach zapewnienia rozrywki.



Wykres 5. Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem: udostępnianie i tworzenie memów z wizerunkiem dzieci to tylko rozrywka

Źródło: badania własne, n=125.

Przegląd dotychczasowych danych

Według badań przeprowadzonych przez AVG Technologies w roku 2010 aż 81 proc. dzieci w wieku poniżej drugiego roku życia posiadało pozostawiony po sobie ślad cyfrowy w formie opublikowanego zdjęcia (statystyka w USA wskazywała aż 92 proc.), według obliczeń średnia wieku „nowych dzieci” pojawiających się w social mediach to 6 miesięcy, zaś 5 proc. z nich posiadała już własny profil społecznościowy²⁴. Dane dotyczą takich terenów, jak Unia Europejska, USA, Australia, Nowa Zelandia i Japonia²⁵. Powodem tworzenia i zamieszczania tego typu treści może być chęć publicznego dzielenia się radością oraz dumą z posiadania potomstwa. Może być to również chęć gromadzenia innych danych o zachowaniu rodzicielskim, co tworzy wspólnotę opartą o analogiczne tematy, tożsamość grupową oraz indywidualną. Motyw takiego zjawiska może mieć też podłoże czysto hedonistyczne, czyli „podglądanie” czyjegoś życia w celu zaspokojenia ludzkiej ciekawości oraz odczuwania przyjemności²⁶. Skala występowania jest na tyle duża, że nowe pokolenia dzieci wychowanych przez *sharentsów*

²⁴ B. Chrostowska, *Sharenting – skala i wielowymiarowość zjawiska...*, s. 60.

²⁵ A. Borkowska, M. Witkowska, *Sharenting i wizerunek dzieci w sieci. Poradnik dla rodziców*, NASK Akademia 2020, s. 9, https://cyberprofilaktyka.pl/publikacje/Poradnik_sharenting_www.pdf [dostęp: 18.06.2024].

²⁶ A. Siibak, K. Traks, *The dark sides of sharenting*, „Catalan Journal of Communication & Cultural Studies” 2019, nr 11(1), s. 115–116.

będą dorastały z myślą, że jest to standardowe kulturowo zachowanie i będą postępowały w podobny sposób bądź też nastąpi zwrot i silne ograniczenie ze względu na negatywne przeświadczenia z dzieciństwa²⁷.

Na zlecenie firmy Clue PR został przeprowadzony pierwszy ogólnopolski raport na temat ilości wizerunku dzieci w Internecie. Badanie ilościowe zostało przeprowadzone metodą CAWI oraz dopełnione ośmioma wywiadami pogłębionymi. Dobór próby liczył tysiąc obywateli, w tym 65 proc. kobiet oraz 35 proc. mężczyzn. Średnia wieku wynosiła 38 lat, a w badaniu brali udział rodzice dzieci w przedziale wiekowym 0–18 lat. Z badań wynika, że około 40 proc. ankietowanych dokumentuje rozwój swoich pociech na forach społecznościowych, z czego aż 81 proc. z nich aktywnie ocenia zdjęcia udostępniane przez innych. Osoby niestosujące takich praktyk mają na ten temat jednoznacznie negatywną opinię. Jeżeli chodzi o aspekt częstotliwości, to około 21 proc. rodziców dzieli się takimi materiałami raz w tygodniu lub częściej, aż 61 proc. z nich robi to stosunkowo raz w miesiącu lub częściej. Zliczając średnią, są to 24 filmy oraz 72 zdjęcia rocznie i 2 filmy oraz 6 zdjęć miesięcznie. O zgodę na publikację takich materiałów dziecka pyta jedynie 25 proc. rodziców²⁸. Badania te pokazują, że użytkownicy social mediów, którzy udostępniają tego typu treści, uważają to w znacznej mierze za pozytywne zjawisko. Osoby niepraktykujące tego odnoszą się do zjawiska sharentingu w sposób negatywny. Z danych pogłębionych wynika, że 39 proc. rodziców, wrzucając zdjęcia lub filmy do sieci, pokazuje, gdzie aktualnie przebywa wraz z dziećmi. Głównym motorem napędowym do publikacji różnego rodzaju materiałów jest chęć pochwalenia się oraz duma²⁹.

Najnowsze wyniki badania EU Kids Online przeprowadzonego wśród estońskich dzieci i młodzieży w wieku od 9 do 17 lat oraz jednego z ich rodziców (n=1020) sugerują, że rodzice najczęściej angażują się w sharenting w celu komunikacji z rodziną i przyjaciółmi. Duggan i Lenhart podkreślają, że w takich przypadkach głównym celem rodziców jest włączenie członków rodziny i bliskich przyjaciół w życie i rozwój ich dzieci. Jednocześnie rodzice w ten sposób budują również swój własny wizerunek jako rodzica³⁰. Badania empiryczne pokazują, że platformy mediów społecznościowych pozwalają rodzicom nie tylko na zbieranie cennych

²⁷ M. Kamińska, „Madki” kontra trolle. Użytkownicy mediów społecznościowych przeciwko oversharentingowi, „Media i Społeczeństwo” 2019, nr 11, s. 254.

²⁸ A. Hernacka-Janikowska, *(Nie)bezpieczeństwo dziecka w sieci...*, s. 80.

²⁹ *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy w Polsce raport na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR*, 2022, <https://cluepr.pl/wp-content/uploads/2019/10/Sharenting-czyli-dzieci-w-sieci-pierwszy-raport-w-Polsce.pdf> [dostęp: 18.06.2024].

³⁰ C. Duggan, A. Lenhart, *Parents and Social Media. Mothers are especially likely to give and receive support on social media*, „Pew Research Center” 2015, s. 3, <https://www.pewresearch.org/internet/2015/07/16/parents-and-social-media/> [dostęp: 17.06.2024].

wspomnień, ale również na uzyskiwanie wsparcia społecznego oraz na poszukiwanie i dzielenie się poradami dotyczącymi wyzwań rodzicielskich. Na przykład badania przeprowadzone przez C.S. Mott Children's Hospital wykazały, że 56 proc. matek i 34 proc. ojców niemowląt i małych dzieci (do 4 lat) korzysta z mediów społecznościowych, aby dzielić się informacjami na tematy związane z rodzicielstwem³¹. Wyniki badań przeprowadzonych wśród studentów jednoznacznie wskazują, że sharenting, w tym nadmierna publikacja zdjęć, naruszanie praw najmłodszych oraz tworzenie memów z udziałem dzieci, jest postrzegany jako negatywne zjawisko. Studenci wykazują świadomość konsekwencji, jakie mogą wynikać z takich działań. Jednak badania empiryczne pokazują, że rodzice mają tendencję do praktykowania sharentingu i często nie dostrzegają w tym nic niewłaściwego. Wiele odpowiedzi wskazuje również na potrzebę interwencji ze strony państwa i na wprowadzenie nowych regulacji prawnych. We Francji, w 2023 r., przegłosowane zostało prawo dotyczące zakazu zakładania kont na platformach społecznościowych przez dzieci do 13. roku życia właśnie z powodu występowania problemu sharentingu³².

Porównanie badań przeprowadzonych przez Clue PR oraz własnych badań dyplomowych wskazuje na kilka kwestii. W badaniu przeprowadzonym w ramach pracy dyplomowej zawarto pytanie dotyczące publikowania zdjęć dzieci przez rodziców (w tym przypadku studentów). Wyniki pokazują, że taka praktyka nie była powszechna, w związku z czym respondenci nie doświadczali negatywnych skutków sharentingu. Badania Clue PR wskazują jednak, że dzieci, które były narażone na sharenting, mogą powielać te zachowania w przyszłości. Z kolei osoby, które nie praktykują sharentingu, mają na ten temat negatywny pogląd, co sugeruje, że większość studentów biorących udział w badaniu nie udostępniała tego typu treści. Jednakże respondenci wyrażają obawy przed wkraczaniem do Internetu dzieci poniżej 13. roku życia. Powodem mogą być niebezpieczeństwa, które mogą się znajdować w sieci. Ponad co czwarty rodzic biorący udział w Clue PR wskazał, że nie obawia się wstawiania zdjęć dzieci wraz z ich danymi i aktualną lokalizacją.

Refleksje końcowe

Sharenting jest obecnie rozwijającym się zjawiskiem wśród młodych rodziców, którzy z jednej strony dzielą się każdym aspektem życia swojego dziecka w mediach społecznościowych, a z drugiej strony poszukują wsparcia i porad

³¹ *Parents on social media: Likes and dislikes od sharenting*, „Mott Poll Report” 2015, nr 23(2), <https://mottpoll.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting> [dostęp: 17.06.2024].

³² M. Górski, *Francuski rząd blokuje social media dla dzieci. Polska podąży tą samą drogą?*, <https://cyberdefence24.pl/polityka-i-prawo/francuski-rzad-blokuje-social-media-dla-dzieci-polska-podazy-ta-sama-droga> [dostęp: 18.06.2024].

w rodzicielstwie. Granica między tymi dwoma przeciwnymi trendami jest bardzo delikatna. Często opiekunowie i rodzina nie zdają sobie sprawy z konsekwencji, jakie może powodować publikowanie w social mediach etapów życia dziecka, do których mogą mieć też dostęp obcy i czasem niebezpieczni użytkownicy sieci. Zwłaszcza obecnie, kiedy to rodzice, mając bardziej niż kiedykolwiek obawy o bezpieczeństwo swoich dzieci, kontrolują każdą ich zabawę, na przykład poprzez instalację kamer na placach zabaw, czy też często im towarzyszą, nie pozwalając im być samym.

Bibliografia

- Błachnio A., Przepiórka A., Rowiński T., *Dysfunkcyjne korzystanie z internetu – przegląd badań*, „Psychologia Społeczna” 2014, nr 4(31), s. 378–395.
- Brosch A., *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?* [w:] *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa*, red. H. Krauze-Sikorska, M. Klichowski, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2017, s. 379–387.
- Browne K., Herbert M., *Zapobieganie przemocy w rodzinie*, Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, Warszawa 1999.
- Budyn-Kulik M., *Violence in Criminology – the Nature, Reasons, and Perspectives*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia” 2018, nr 65(1), s. 25–40.
- Chrostowska B., *Sharenting – skala i wielowymiarowość zjawiska (nierozważnego) ujawniania przez rodziców informacji o dzieciach w mediach społecznościowych*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2018, nr 4(43), s. 58–68.
- Ciesielska M., *Rodzaj, formy i cykl przemocy w rodzinie*, „Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Witelona w Legnicy” 2014, nr 12(3), s. 7–27.
- Gadamska-Krycz, M., *Sharenting jako jedno z niebezpieczeństw dla dzieci*, „Ochrona Ludności i Dziedzictwa Kulturowego” 2023, nr 3, s. 75–94.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, 1999.
- Hernacka-Janikowska A., *(Nie)bezpieczeństwo dziecka w sieci – analiza krytyczna zjawiska sharentingu, troll parentingu i monetyzacji wizerunku dziecka*, „Studia Prawnoustrojowe” 2023, nr 61, s. 77–92.
- Jóźwiak E., *Ochrona wizerunku w mediach*, „Kortowski Przegląd Prawniczy” 2016, nr 3, s. 64–70.
- Juza M., *Internet w życiu społecznym – nadzieje, obawy, krytyka*, „Studia Socjologiczne” 2016, nr 220(1), s. 199–221.
- Kaliszewska K., *Proces adaptacji rodziców do roli rodzicielskiej dziecka z zespołem Downa jako strategia radzenia sobie z sytuacją stresową*, „Interdyscyplinarne Konteksty Pedagogiki Specjalnej” 2017, nr 17, s. 71–98.
- Kamińska M., *„Madki” kontra trolle. Użytkownicy mediów społecznościowych przeciwko oversharentingowi*, „Media i Społeczeństwo” 2019, nr 11, s. 251–269.
- McLuhan M., *The Gutenberg Galaxy*, University of Toronto Press, Toronto, Canada 1962, s. 11–291.
- Perkowska-Klejman A., *Poszukiwanie refleksyjności w edukacji. Studium teoretyczno-empiryczne* [w:] *Współczesne konteksty studiów wyższych*, red. J. Marek-Banach, Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2019, s. 15–49.

- Siemieniecki B., Wiśniewska-Nogaj L., Kwiatkowska W., *Agresja – zjawisko, skutki, zapobieganie* [w:] *Perspektywa pedagogiki kongnitywistycznej, psychoprofilaktyki oraz edukacji moralnej*, red. M. Mordawska, Wydawnictwo Naukowe UMK Toruń 2020, s. 11–47.
- Siibak A., Traks K., *The dark sides of sharenting*, „Catalan Journal of Communication & Cultural Studies” 2019, nr 11(1), s. 114–121.
- Uram P., Reiter M., Graf O., *Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach*, „Pedagogika Społeczna” 2020, nr 2(76), s. 153–164.
- Wojewoda M., *Przemoc – perspektywa podmiotowa i instytucjonalna* [w:] *Etyka polityczna*, red. P. Świercz, Wydawnictwo Naukowe Ignatianum, Kraków 2021, s. 265–284.

Netografia

- Borkowska A., Witkowska M., *Sharenting i wizerunek dzieci w sieci. Poradnik dla rodziców*, NASK Akademia 2020, s. 9, https://cyberprofilaktyka.pl/publikacje/Poradnik_sharenting_www.pdf [dostęp: 18.06.2024].
- Braz J., *Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinning, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use*, „Brazilian Journal of Psychiatry” 2021, nr 43(2), <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870> [dostęp: 17.06.2024].
- Centrum Badania Opinii Społecznej, *Korzystanie z Internetu w 2022 roku*, 2022, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_077_22.PDF [dostęp: 09.01.2024].
- Duggan C., Lenhart A., *Parents and Social Media. Mothers are especially likely to give and receive support on social media*, „Pew Research Center” 2015, s. 3, <https://www.pewresearch.org/internet/2015/07/16/parents-and-social-media/> [dostęp: 17.06.2024].
- Górski M., *Francuski rząd blokuje social media dla dzieci. Polska podąży tą samą drogą?*, <https://cyberdefence24.pl/polityka-i-prawo/francuski-rzad-blokuje-social-media-dla-dzieci-polska-podazy-ta-sama-droga> [dostęp: 18.06.2024].
- Kemp S., *Digital 2023: Poland*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-poland> [dostęp: 09.06.2024].
- Mysiak B., *W jakim wieku dzieci mogą legalnie korzystać z mediów społecznościowych i innych usług w sieci*, „New Tech & Innowacje 2021”, blog o własności intelektualnej (Skpipblog.pl) [dostęp: 18.06.2024].
- Opolska-Bieleńska A., *Media jako nośnik kreowania postaw społecznych* [w:] *Recepcja mediów: wnioski z badań – lata 2019–2020*, red. A. Granat, Lublin 2020, s. 37–47, http://bc.umcs.pl/Content/40085/Recepcja_mediow_7_2.pdf [dostęp: 08.06.2024].
- Parents on social media: Likes and dislikes od sharenting*, „Mott Poll Report”, 2015, nr 23 (2), <https://mottpoll.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting> [dostęp: 17.06.2024].
- Przemoc* [w:] Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/przemoc.html> [dostęp: 10.06.2024].
- Rzecznik Praw Obywatelskich, *Konferencja Rzecznika Praw Obywatelskich „Przeciw przemocy domowej. Ręce są do przytulania” zorganizowana 22 lutego 2010*, Biuletyn Informacji Publicznej RPO, <https://bip.brpo.gov.pl/pl/content/konferencja-rzecznika-praw-obywatelskich-„przeciw-prze-mocy-domowej-ręce-są-do-przytulania”> [dostęp: 08.06.2024].
- Verswijvel K., *Sharenting, is it a good or bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites*, „Children and Youth Services Review” 2019, nr 104, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0190740919303482> [dostęp: 17.06.2024].

SHARENTING: BOUNDARIES OF PRIVACY AND THE PUBLIC LIFE OF THE FAMILY

Abstract

The entire article is about the phenomenon of sharenting. This is the practice of sharing photos, videos and private information about children on social media, which is currently gaining popularity in the digital age. However, this can lead to negative consequences, especially for the safety of children. Publishing private moments of children's lives without their consent can lead to identity theft, cyberbullying and loss of image control. Furthermore, the commercialisation of sharenting raises serious concerns. When parents monetise the sharing of their children's images, there is a risk of instrumentalisation of minors and negative psychological effects due to lack of privacy and public pressure. This is why it is important to do as much research as possible in this area and to develop education on the subject, so that parents are more knowledgeable about being a parent and educating children about their rights and assertiveness.

Keywords: children, family, parents, sharenting, privacy

SHARENTING: GRANICE PRYWATNOŚCI I PUBLICZNEGO ŻYCIA RODZINY

Streszczenie

Całość artykułu dotyczy zjawiska, jakim jest sharenting. Jest to praktyka udostępniania zdjęć, filmów i prywatnych informacji o dzieciach w mediach społecznościowych, która zyskuje coraz większą popularność w erze cyfrowej. Prowadzić to może jednak do negatywnych konsekwencji, szczególnie dla bezpieczeństwa dzieci. Publikowanie prywatnych scen z życia dzieci bez ich zgody może prowadzić do kradzieży tożsamości, cyberprzemocy oraz utraty kontroli nad wizerunkiem. Ponadto komercjalizacja sharentingu budzi poważne obawy. W momencie gdy rodzice zarabiają na udostępnianiu zdjęć swojego potomstwa, istnieje ryzyko instrumentalizacji nieletnich oraz negatywnych skutków psychicznych wynikających z braku prywatności i presji publicznej. Dlatego tak istotnym jest, aby prowadzić w tym obszarze jak najwięcej badań oraz rozwijać edukację, zarówno dla rodziców w zakresie właściwych postaw rodzicielskich, jak i dla dzieci, na temat praw, jakie im przysługują.

Słowa kluczowe: dzieci, rodzina, rodzice, sharenting, prywatność