

Patrycja Uram*, Małgorzata Reiter **, Olga Graf ***

* Instytut Psychologii Polskiej Akademii Nauk; ORCID 0000-0002-9927-2916

** Instytut Psychologii Polskiej Akademii Nauk; ORCID 0000 0003 2465 0000

*** Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna nr 11 w Warszawie; ORCID 0000-0001-7803-3652

DOI: <https://doi.org/10.35464/1642-672X.PS.2020.2.09>

Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach

Sharenting – creating and protecting the image of children in social media

ABSTRACT: The aim of this article is to draw attention to the increasingly popular trend of “Sharenting” – publication/sharing information, photos, movies with children in the main role in social media, by their parents/ guardians both in the light of foreign and Polish research. Both the benefits and risks of disseminating the “Sharenting” trend and the use of social media by younger and younger children will be discussed. The issue of protecting the image of children on the Internet will also be addressed. Finally, proposed guidance will be provided on how to share information in such a way that the child’s image on the web is protected.

KEYWORDS: Pedagogics, sharenting, parenthood, social media, children.

STRESZCZENIE: Celem niniejszego artykułu jest zwrócenie uwagi na coraz bardziej popularny trend „Sharentingu”, czyli publikacji/udostępniania informacji, zdjęć oraz filmów z dziećmi w roli głównej, w mediach społecznościowych, przez ich rodziców/opiekunów zarówno w świetle zagranicznych, jak i polskich badań. W pierwszej kolejności omówione zostaną zarówno korzyści, jak i zagrożenia wynikające z rozpowszechniania trendu „Sharentingu”. Ponadto poruszona zostanie kwestia dotycząca ochrony wizerunku dzieci w Internecie. Na koniec zostaną przedstawione propozycje takich sposobów udostępniania informacji, aby wizerunek dziecka w sieci był chroniony.

SŁOWA KLUCZOWE: Pedagogika, sharenting, rodzicielstwo, media społecznościowe, dzieci.

Wprowadzenie

Współcześnie część życia odbywa się w zminimalizowanej wirtualnej przestrzeni szklanych ekranów, z użyciem których wiele osób pracuje, zdobywa informacje na temat świata, rozwija swoje zainteresowania, nawiązuje relacje interpersonalne. Jest to przestrzeń, w której rozwijają się mass media, gdzie zarówno dzieci, jak i dorośli, nie tylko pozyskują określone informacje, ale również nabywają wzorce zachowań, postawy oraz przyswajają systemy norm, a poprzez proces socjalizacji z tymi treściami, internalizują to, co jest powszechnie akceptowane i uznawane za właściwe. W efekcie prowadzi to do wykształcenia u użytkowników Internetu oraz mediów określonej dojrzałości społecznej. Ważnym elementem procesu socjalizacji, która ma miejsce poprzez rozwój medialny, jest odpowiednia edukacja medialna, zarówno użytkowników dorosłych, jak i dzieci korzystających z urządzeń mobilnych (Pulak, Wieczorek-Tomaszewska 2018). Współczesne pokolenia dzieci i ich rodziców to pokolenia, które są zarówno użytkownikami Internetu i mass mediów, jak również uczestnikami wirtualnego świata, tworzącymi go i kreującymi, a tym samym wyznaczającymi zmiany w zakresie uwarunkowań społeczno-kulturowych. Prowadzi to do licznych przekształceń w obszarze funkcjonowania społecznego związanego chociażby z modyfikacjami w zakresie tradycyjnych wzorców rodzicielstwa oraz procesami opiekuńczo-wychowawczymi (Brosch 2017). Współczesny rodzic to bowiem często osoba, która uczy się rodzicielstwa pozostając w stałym kontakcie z wirtualną rzeczywistością, skąd czerpie wiedzę oraz informacje dotyczące wychowania i opieki nad dzieckiem. To także osoba, która poprzez stały kontakt z innymi użytkownikami social mediów, uzyskuje potwierdzenie prawidłowej realizacji zadań rodzicielskich, przez co może spełniać się w roli matki lub ojca.

Jak wynika z badań przeprowadzonych na grupie 350 amerykańskich dzieci w wieku od pół do czterech lat w 2014 roku – ponad 50% dzieci w wieku dwóch lat ma własną telewizję, natomiast, aż 75% czterolatków posiada oraz korzysta z urządzeń mobilnych, co więcej większość z nich zaczęła używać smartfonów lub tabletek przed ukończeniem pierwszego roku życia (Kabali 2015). Podobny trend wykazały polskie badania przeprowadzone przez Fundację Dzieci Niczyje (od 2016 r. Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę) przy udziale ponad tysiąca rodziców dzieci w wieku od pół do sześciu i pół roku. Wynika z nich, że aż 64% dzieci w wieku od 6 miesięcy do 6,5 lat korzysta z urządzeń mobilnych. W grupie dzieci rocznych i dwuletnich odsetek ten stanowi 43% dzieci, w grupie dzieci trzy- i czteroletnich jest to 62%, natomiast

korzystanie z urządzeń mobilnych przez pięcio- i sześciolatki sięga 84% (Bąk 2015). Na przykładzie powyższych badań widać, iż coraz młodsze dzieci stają się aktywnymi użytkownikami urządzeń mobilnych. Co więcej, dzieci nie tylko korzystają z tych urządzeń, ale również coraz częściej stają się częścią społeczności internetowej.

Media społecznościowe w przypadku młodego pokolenia stanowią jeden z głównych kanałów komunikacyjnych. O ile korzystanie z Internetu czy mediów społecznościowych, przy zachowaniu odpowiednich środków służących chronieniu prywatności w sieci (Czopek 2016), może dawać wiele korzyści na przykład w zakresie komunikacji czy kultury i samo w sobie nie stanowi zagrożenia, to już rodzaj odbieranych i przyswajanych treści może warunkować u odbiorców pewne fluktuacje na przykład w zakresie posiadanych przekonań i prezentowanych postaw. Ma to miejsce, ponieważ znaczący odsetek użytkowników mediów to dzieci, które dopiero nabywają umiejętności prawidłowego korzystania z nich. Jednak użytkownicy mediów to również, lub przede wszystkim, osoby dorosłe, które aktywnie uczestnicząc w wymianie informacji, także tych, które dotyczą ich dzieci, sami sprawiają, że dzieci nabywają wirtualnej tożsamości. Zgodnie z danymi, aż 92% dzieci ma swój cyfrowy ślad w mediach jeszcze przed ukończeniem pierwszego roku życia. W wielu przypadkach ma to miejsce jeszcze zanim dziecko pojawi się na świecie za sprawą publikowania zdjęć z badań ultrasonograficznych przez przyszłych rodziców (Holloway, Green 2017; Steinberg 2017).

Udostępnianie zdjęć oraz innych informacji na temat dzieci na łamach różnych serwisów społecznościowych doprowadziło do zapoczątkowania internetowego trendu zwanego obecnie Sharentingiem. Badania przeprowadzone przez Marasli i współpracowników (2016), na grupie 219 rodziców, użytkowników mediów społecznościowych, wykazały, że jedynie 12 rodziców przyznało, że nie udostępnia zdjęć swoich dzieci w sieci, co wskazuje jak bardzo Sharenting stał się obecnie zjawiskiem powszechnym (Marasli 2016).

Sharenting – dzieci urodzone w sieci

Znaczącym momentem w życiu rodziny są narodziny dziecka i późniejszy okres rodzicielstwa. Współczesny rodzic to osoba żyjąca w stałym kontakcie z siecią internetową, zwykle również aktywna w mediach społecznościowych. Poszukująca w nich informacji i porad, nawiązująca kontakty społeczne, rozwijająca swoje zainteresowania. To w końcu osoba kreująca w sieci swój wizerunek poprzez publikację zdjęć oraz informacji z życia swojego i swoich bliskich, w tym dzieci. Mianem Sharentingu określa się stosunkowo nowe zjawi-

sko, które staje się coraz bardziej powszechne również w Polsce, polegające na nagminnym publikowaniu zdjęć i innych materiałów dotyczących swoich dzieci w sieci internetowej. Popularność tego zjawiska wynika najprawdopodobniej z faktu, iż obecne uwarunkowania społeczno-kulturowe sprawiają, że poszukując informacji, najczęściej sięgamy po urządzenia mobilne, które w szybki, łatwy i komfortowy sposób udzielają odpowiedzi na każde pytanie (Błasiak 2017). Termin ten powstał poprzez połączenie dwóch angielskich słów: share – rozpowszechniać, dzielić oraz parenting – oznaczającego pełnienie roli rodzicielskiej (Brosch 2017). Miejscem szczególnym dla rozwoju Sharentingu są media społecznościowe. To właśnie tam rodzice najczęściej dzielą się zdjęciami swoich dzieci, ukazującymi różne momenty z ich życia i dorastania.

Media społecznościowe to także miejsce, gdzie tworzy się wiele grup o tematyce parentingowej, w których rodzice mogą dzielić się swoimi doświadczeniami, przemyśleniami oraz wskazówkami wychowawczymi. Istotną Sharentingu oprócz udostępniania zdjęć swoich dzieci jest również wymiana informacji dotyczących wychowywania dzieci, dzielenia się poradami oraz ważnymi informacjami, a także sposobami spędzania wolnego czasu, troskami, problemami, co ma ważny wymiar komunikacyjny.

Zgodnie z tym, co zadeklarowali rodzice w badaniu Marasli i współpracowników (2016) wypełniając ankiety dotyczące informacji jakie publikują na temat swoich dzieci w Internecie, aż 81,4% informacji dotyczyło specjalnych dat w życiu ich dzieci, takich jak: urodziny, zakończenie szkoły, kolejno: 54% stanowiły działania i podejmowane inicjatywy społeczne, 30% problemy edukacyjne, 18,96% działania artystyczne i sportowe, a także wspólne zabawy, problemy zdrowotne, zalecenia dotyczące korzystania z określonych produktów dziecięcych. Nie do końca znajduje to odzwierciedlenie w drugiej części badania, która polegała na bezpośredniej możliwości śledzenia ich aktywności na ich profilach. Bowiernie zgodnie z tymi wynikami rodzice najczęściej zamieszczali w Internecie informacje dotyczące spraw codziennych i bieżących, niekoniecznie odnoszących się do którejs z wymienionych powyżej kategorii (Marasli i in. 2016).

Wyniki badań wskazują, że to raczej matki niż ojcowie są osobami tworzącymi Sharenting, jako, że to przede wszystkim one są aktywnymi użytkownikami mediów społecznościowych (Marasli i in. 2016). Ponadto wyniki badań Bartholomew i współpracowników (2012), wskazały, że zarówno matki (63%), jak i ojcowie (73%), przesyłali mniej własnych zdjęć przed narodzinami dziecka, niż po jego urodzeniu, wobec tego w przypadku przebadanej grupy moment urodzenia dziecka stanowił kluczowy element, zwiększający częstotliwość publikowania zdjęć w sieci (Bartholomew i in. 2012).

Zjawisko Sharentingu coraz częściej widoczne jest również w przypadku polskiego społeczeństwa. Jak wynika z badań przeprowadzonych w marcu 2019 roku na ogólnopolskiej próbie 1000 osób, będących rodzicami dzieci w wieku 0–18 lat, aż 81% rodziców ocenia udostępnianie zdjęć swoich dzieci pozytywnie lub neutralnie. Ponadto, jak wynika z raportu, 40% rodziców zamieszcza zdjęcie swojego dziecka w sieci regularnie, z kolei pozostałe 60% przynajmniej raz w miesiącu. Za główny powód publikowania zdjęć z wizerunkiem swoich dzieci 75% rodziców podaje specjalne okazje, takie jak urodziny czy wydarzenia szkolne, co dla 65% rodziców stanowi powód do dumy. Kolejnym bardzo istotnym punktem raportu jest fakt, że aż 39% rodziców zamieszczając zdjęcia swoich dzieci, jednocześnie podaje dane dotyczące ich lokalizacji. Co więcej jedynie 25% rodziców pyta się swoich dzieci o zgodę na udostępnianie w sieci ich zdjęć. Na podstawie raportu szacuje się, że w Polsce trend Sharentingu objął już swoim zasięgiem ponad 3 miliony dzieci i stale się rozwija (Rudziński 2019).

W związku z powyższym, Sharenting to w pewnym sensie określony rodzaj autoprezentacji, kształtującej wirtualną tożsamość siebie w roli rodzica, osoby spełniającej się w nowej roli, zaangażowanej w nią i doskonale odnajdującej się w nowej rzeczywistości (Dann, Lazard, Roper 2018). Ponadto wielu rodziców dzieli się zdjęciami swoich dzieci, aby czerpać radość z wiadomości otrzymywanych pod opublikowanymi postami (Chalken 2017). Stwarza to pewne niebezpieczeństwo związane z oczekiwaniami społecznymi oraz potrzebą społecznej aprobaty, ponieważ osoby prezentując się w określony sposób w roli rodzica w sieci, wywierają na siebie presję, aby ten sam wizerunek zachować w realnej rzeczywistości. Dotyczy to tak samo rodziców jak i ich dzieci. Kiedy dzielą się bowiem osiągnięciami dziecka, jego wynikami w nauce, wynikami sportowymi, kreują nie tylko siebie jako rodziców doskonale radzących sobie w nowej roli, ale również kształtują określony wizerunek swojego dziecka (Dann i in. 2018).

Sharenting pozwala również na kształtowanie się poczucia tożsamości rodzicielskiej, a także pomaga w budowaniu i utrzymywaniu więzi społecznych, w tym więzi partnerskich, opierających się na wzajemnym komentowaniu i lubieniu dodawanych przez siebie zdjęć (Damkjaer 2018). Oprócz zacieśniania relacji partnerskich Sharenting pełniąc funkcję publicznego foto albumu, pozwala także, aby pozostali członkowie rodziny, na przykład zamieszkujący w dużej odległości, chociaż wirtualnie mogli uczestniczyć w rozwoju dziecka, poprzez śledzenie kolejnych momentów w jego życiu. Pozytywnym aspektem owego trendu jest także możliwość nawiązywania nowych relacji społecznych, co może mieć szczególne znaczenie w przypadku młodych rodziców, pochło-

niętych opieką nad dzieckiem. Mogą bowiem poczuć wsparcie ze strony osób, które podobnie jak oni zaczęły pełnić nową rolę życiową, mają podobne problemy i troski i mogą zrozumieć ich aktualną sytuację (Błasiak 2018). Dzięki temu wymieniają się z innymi rodzicami spostrzeżeniami na temat rodzicielstwa, służąc dobrą radą, pomocą, dzieląc się doświadczeniem, co pozwala na uniknięcie poczucia osamotnienia oraz zaspokaja potrzebę kontaktów społecznych (Archer 2018; Bartholomew i in. 2012).

O ile zamieszczenie kilku zdjęć swoich dzieci nie wzbudza wśród badaczy większych obaw, to sprawa ma się inaczej, gdy publikowanie zdjęć zamienia się w codzienny rytuał i staje się bezrefleksyjną, wręcz zautomatyzowaną, potrzebą publicznego udokumentowania każdego momentu z życia dziecka. Dla badaczy jest to bowiem swego rodzaju sygnał, aby bliżej przyjrzeć się motywom takiego postępowania oraz zastanowić się nad potencjalnymi konsekwencjami jakie Sharenting przyniesie w przyszłości (Błasiak 2018). Największym ryzykiem jakie wiąże się z publikowaniem wizerunku dzieci w mediach społecznościowych jest całkowity brak kontroli nad jego rozpowszechnianiem, które następuje wraz z chwilą dodania fotografii na swój profil. Od momentu ukazania się zdjęcia w sieci, rodzic przestaje mieć nad nim jakąkolwiek władzę. Ponadto należy pamiętać, że to co raz trafi do sieci, z dużym prawdopodobieństwem w sieci pozostanie. To, że użytkownik usunie zamieszczoną wcześniej informację czy zdjęcie nie oznacza bowiem, że znikną one całkowicie. W dalszym ciągu mogą być dostępne, ponieważ inny użytkownik mógł je pobrać, skopiować i udostępnić dalej, niekoniecznie kierując się dobrymi zamiarami. W konsekwencji zdjęcie takie może zostać wykorzystane w produkcji dziecięcej pornografii, rozpowszechniane wśród osób o skłonnościach pedofilskich, bądź też użyte do tak zwanego kidnapingu cyfrowego, czyli kradzieży cyfrowej tożsamości, polegającej na wykorzystaniu zdjęć i danych cudzych dzieci do tworzenia przez obce osoby nowych profili osobowych (Błasiak 2018; Steinberg 2017).

Rodzice najczęściej publikują zdjęcia swoich dzieci, ponieważ odczuwają dumę i radość, a także chcą się nimi pochwalić, udostępniając szerszej grupie odbiorców. Wyniki badań wskazują, że upubliczniając zdjęcia, chociażby osiągnięć swoich dzieci, rodzice chcą pokazać, że spełniają stawiane im wymagania rodzicielskie, inwestując w ich rozwój własne zasoby, takie jak: czas, troskę, pieniądze i pracę (Dann i in. 2018). Odczuwanie radości z osiągnięć i sukcesów dzieci jest czymś zupełnie naturalnym, niemniej jednak nie należy zapominać o tym, że nie zawsze to, co podoba się rodzicom, co jest dla nich powodem do dumy czy też radości, zostanie tak samo odebrane przez ich dzieci w przyszłości (Błasiak 2018). Konflikt interesów może pojawić się z chwilą kie-

dy dziecko, stając się samodzielnym użytkownikiem social mediów, może zacząć odczuwać urazę wobec swoich rodziców z powodu treści jakie przed laty udostępnili na jego temat w Internecie (Steinberg 2017). Kluczowy staje się zatem dylemat związany z jednej strony z prawem rodziców do wolności oraz wyrażania siebie oraz posiadaniem pełni praw rodzicielskich, a z drugiej strony prawem do prywatności oraz ochrony własnego wizerunku przez dziecko, co obecnie stanowi bardzo duże wyzwanie dla struktur legislacyjnych (Damkjaer 2018; Steinberg 2017). Ciekawym przypadkiem jest tu nowe prawo francuskie, które pozwala dorosłym dzieciom wystąpić z pozwem przeciwko swoim rodzicom, jeśli stwierdzą, że naruszyli oni ich godność osobistą poprzez publikację określonych zdjęć w dzieciństwie (Blumm-Ross, Livingstone 2017).

Ochrona wizerunku i prywatności dzieci w social mediach

Opisane powyżej zjawisko cechujące współczesne media społecznościowe posiada zarówno swoje dobre, jak i złe strony. Związana z nim aktywność polega przede wszystkim na rozpowszechnianiu różnych danych, włączając w to wizerunek swój i swoich bliskich, w tym dzieci. Tu pojawia się niezwykle istotna kwestia dotycząca ochrony wizerunku w sieci. Nie sposób zapomnieć treści popularnego sloganu „co raz znajdzie się w sieci, zostaje w niej na zawsze”. Zgodnie z Kodeksem cywilnym (Dz. U. z 2014, poz. 121) wizerunek stanowi jedno z podstawowych dóbr każdego człowieka, w tym także dziecka. Na podstawie art. 81 ust. 1 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, każda osoba ma prawo do ochrony swojego wizerunku i musi wyrazić zgodę na jego rozpowszechnianie. W przypadku dzieci zgodnie z Kodeksem rodzinnym i opiekuńczym (Dz. U. z 2012 poz. 788), osobami upoważnionymi do wyrażania zgody na rozpowszechnianie i ochronę wizerunku swojego dziecka są rodzice. Warto również dodać, że oboje rodzice muszą być zgodni co do decyzji o udostępnianiu lub nie wizerunku swojego dziecka. W przeciwnym razie decydem w tej kwestii jest rodzic, który nie wyraża zgody na rozpowszechnianie wizerunku dziecka (Ryńska 2015).

Coraz więcej badań, w tym badania Chalkana (2017), wskazuje, że wielu użytkowników popularnych serwisów społecznościowych, w tym rodzice, chce posiadać większą ochronę w zakresie udostępnianych przez siebie materiałów, wyrażając obawy co do ochrony swoich danych oraz procesów ich przetwarzania. Jednocześnie nie chcą rezygnować z zalet jakie płyną z otwartej komunikacji, wskazując, że to serwisy społecznościowe powinny doskonalić swoją politykę prywatności, tak aby coraz lepiej zabezpieczać publikowane przez użytkowników materiały. Badania przeprowadzone z udziałem grupy ro-

dziców pod koniec 2014 roku przez badaczy Uniwersytetu Michigan wykazały, że 56% osób badanych zamieściło w Internecie treści potencjalnie krępujące dzieci, a aż 51% zamieściło informacje o ich aktualnej lokalizacji. Z kolei badania naukowców z Uniwersytetu z Nowego Jorku pokazały, z jaką łatwością rodzice zamieszczają dane swoich dzieci w sieci, włączając w to dane personalne, lokalizację czy też datę urodzin (Steinberg 2017). Udostępnione w ten sposób informacje z łatwością mogą być wykorzystywane chociażby przez brokery do budowania ludzkich profili, sprzedawanych następnie różnym firmom, agencjom reklamowym czy też spamerom (Minkus, Liu, Ross 2015). Wydaje się zatem, że rodzice mogą nie zawsze być świadomi zagrożeń, na jakie narażają swoje dzieci, upubliczniając informacje na ich temat w sieci. Gdy rodzice dzielą się z innymi użytkownikami social mediów pewnymi danymi, nie zawsze dzielą się tylko i wyłącznie z osobami, do których mają zaufanie. Ten fakt oraz współczesna rzeczywistość przestępcza, na przykład porwania czy handel ludźmi, sprawiają, że nieumyślnie narażają swoje dzieci na potencjalne zagrożenie (Steinberg 2017). Rosnąca świadomość występowania powyższych zjawisk sprawia, że rodzice coraz częściej starają się chronić wizerunek swoich dzieci i ich prywatność poprzez rozmaite formy zachowań.

Przeprowadzony w ostatnim czasie projekt badawczy na Uniwersytecie w Bazylei pod tytułem „Picturing Family in the Social Web” pozwolił na opracowanie 5 skutecznych sposobów prezentacji dziecka w social mediach z zachowaniem ich prywatności. Pierwszy odnosi się do zakrywania oczu i innych części twarzy różnymi dodatkami, jak na przykład elementami odzieży lub okularami przeciwsłonecznymi. Drugi odnosi się do odległości, tak więc zdjęcie powinno być zrobione z oddali, tak, aby dziecko nie było głównym bohaterem obrazu, ale stanowiło jedynie jeden z jego elementów. Trzeci to ukazywanie jedynie wybranej części ciała dziecka na przykład ręki, a nie całej osoby. Czwarty punkt odnosi się do fotografowania dzieci od tyłu, tak, aby nie było widać ich twarzy, co zapewni im pełną anonimowość i sprawi, że nie będą rozpoznawalne w wirtualnym świecie. Ostatni punkt odnosi się do opcji zasłaniania twarzy dziecka różnymi emotikonami oferowanymi w większości serwisów społecznościowych. Wszystkie powyższe elementy bez wątpienia pozwalają dziecku na zachowanie prywatności, a jednocześnie pozwalają rodzicom w dalszym ciągu publikować ich zdjęcia w sieci (Autenrieth 2018).

Podobne wskazówki co do zachowania prywatności i ochrony wizerunku dzieci w sieci przez ich rodziców przedstawił Steinberg (2017), opisując 7 porad dotyczących zachowania bezpieczeństwa podczas korzystania z mediów społecznościowych. Po pierwsze rodzice przed upublicznieniem określonych treści powinni zapoznać się z polityką prywatności witryn i stron interneto-

wych, na których zamierzają umieścić swoje prywatne materiały. Po drugie rodzice mogą w wielu przypadkach aktywować powiadomienia dotyczące śledzenia upublicznionych przez siebie informacji, zawierających wizerunek ich dzieci, tak aby monitorować, gdzie one się pojawiają. Kolejno, rodzic poszukując informacji lub wsparcia odnośnie wychowywania dzieci, niekoniecznie musi korzystać z popularnych serwisów społecznościowych. Istnieje bowiem wiele stron, na których z zachowaniem dużo większej prywatności można uzyskać lub podzielić się określonymi wskazówkami lub poradami. Bardzo często tego typu strony obsługiwane są przez różne fundacje, które zapewniają znacznie większe bezpieczeństwo dotyczące polityki prywatności i anonimowości. Czwartym punktem odnosi się do udostępniania w sieci lokalizacji swoich dzieci. Rodzice powinni nie tylko unikać opisywania ich lokalizacji, ale również wyłączyć w tym momencie GPS w swoich telefonach, tak, aby nie doszło do przypadkowego udostępnienia danych online. Następnie rodzice, udostępniając określone materiały ze swoimi dziećmi, jeśli tylko wiek dziecka na to pozwoli, powinni pytać ich o to, czy chcą, aby określone zdjęcie z ich wizerunkiem zostało udostępnione publicznie. Ponadto, co zostało zawarte w szóstym punkcie, rodzice powinni ograniczać, bądź też wcale nie zamieszczać w sieci zdjęć rozebranych dzieci lub odkrywających znaczną powierzchnię ich ciała, a więc na przykład, kiedy są ubrane w kostium kąpielowy. Bowiem to, co dla nas wydaje się naturalnym zdjęciem dziecka bawiącego się nad morzem, może stać się łatwym celem dla pedofilów oraz osób czerpiących zyski ze sprzedaży tego typu zdjęć w sieci. W siódmym punkcie autor zwraca uwagę, że nawet jeśli rodzice udostępniają zdjęcia i inne informacje na temat swoich dzieci małej liczbie odbiorców, istnieje możliwość, że odbiorcy udostępnią je dalej (Steinberg 2017).

Zgodnie z teorią rozwojową Piageta dzieci, jako mali odkrywcy i baczni obserwatorzy modelują i naśladują zachowania swoich rodziców (Schaffer 2005). Wobec tego, jeśli dzisiaj dorośli publikują w postaci postów na portalach społecznościowych różne materiały zawierające wizerunek swoich dzieci, za parę lat to dzieci mogą udostępniać zdjęcia oraz prywatne dane swoich rodziców. Warto zatem w celu ochrony udostępnianych treści dokonać prostej czynności, jak zmiana w ustawieniach prywatności dotyczących tego, kto będzie miał możliwość odbierania publikowanych przez nas materiałów, ograniczając je do mniejszej liczby odbiorców, bądź też skorzystać z możliwości jakie oferują niektóre aplikacje i szyfrować udostępniane zdjęcia (Brosh 2018; Minkus i in. 2015). Warto ograniczyć udostępnianie danych osobowych swoich dzieci, tak, aby zminimalizować prawdopodobieństwo ich zidentyfikowania, a przed samą publikacją pewnych treści spróbować wczuć się w sytuację

swojego dziecka i ocenić czy chcielibyśmy widzieć na portalu społecznościowym swoje prywatne dane lub zdjęcia z potencjalnie zawstydzającej sytuacji (Minkus i in. 2015). Warto również przypomnieć sobie czasy, gdzie zamiast tworzenia publicznego cyfrowego albumu tworzone były przede wszystkim jego tradycyjne, papierowe wersje (Holloway, Green 2017).

Podsumowanie

Media społecznościowe to bez wątpienia domena XXI wieku, stanowiąca ważny element procesu socjalizacji współczesnych pokoleń. Jak podają wyniki badań przeprowadzonych przez Malik i współpracowników (2016) na grupie 368 respondentów, użytkownicy social mediów udostępniają publicznie swoje zdjęcia w nadziei na uzyskanie konkretnych gratyfikacji. Dzięki publikowanym postom mogą dzielić się oraz wymieniać różnymi informacjami, jak choćby swoimi zwyczajami, co z kolei sprawia, że uzyskują uwagę ze strony konkretnej grupy odbiorców. Wyniki badań dowodzą, iż pomimo obaw dotyczących swojej prywatności, użytkownicy chcą ujawniać informacje na swój temat. Dzięki temu liczą nie tylko na uzyskanie uwagi, ale również oczekują od innych użytkowników tzw. lajków, które kojarzone są z wyrażaniem sympatii wobec drugiej osoby. Podobne motywy do wymienionych powyżej przypisuje się Sharentingowi, który jest zjawiskiem coraz częstszym, nie tylko na świecie, ale również w polskim społeczeństwie. Co więcej, niezależnie od tego czy wyniki badań dotyczą polskiej populacji, czy też innych narodowości, Sharenting cechują podobne zalety oraz zbliżone wady. Zgodnie z popularną maksymą „Primum non nocere”, ze względu na fakt, iż w tym przypadku główną rolę odgrywają dzieci, warto zastanowić się zarówno nad korzyściami jak i zagrożeniami jakie niesie ze sobą upublicznianie ich wizerunku. Ważna wydaje się tu zatem kwestia prawidłowej edukacji medialnej, zarówno współczesnego pokolenia rodziców, jak również ich dzieci, które już od najmłodszych lat mają swój cyfrowy ślad w wirtualnej przestrzeni (Malik i in. 2016).

Współcześnie korzystanie z Internetu i mediów społecznościowych stało się nieodzownym i naturalnym elementem ludzkiego życia. Dzięki dodawaniu informacji na swój temat, zamieszczaniu zdjęć oraz filmów, upubliczniamy swoje życie, poddając je ocenie, ale także licząc na zainteresowanie ze strony odbiorców. Niemniej jednak, należy pamiętać, że o ile osoby dorosłe mogą same decydować o tym, jakie treści udostępnią, o tyle w przypadku małych dzieci to osoby dorosłe, sprawując nad nimi władzę rodzicielską, podejmują za nie tę decyzję. Stąd też chwilowa refleksja przed zamieszczeniem kolejnego zdjęcia czy też filmu, świadomość korzyści i niebezpieczeństw oraz ostrożność

wydają się kluczowe dla zachowania równowagi między realną a wirtualną rzeczywistością, zwłaszcza w odniesieniu do najmłodszej części społeczeństwa.

Bibliografia

- Archer C., Kao K., (2018), *Mother, baby and Facebook makes three: does social media provide social support for New mothers?*, „Media International Australia”, 168(1), s. 1–18.
- Autenrieth U., (2018), *Digital Parenting. The Challenges for Families in the Digital Age*, [w:] *Family photography in a networked age Anti-sharenting as a reaction to risk assessment and behaviour adaptation*, (red.) G. Mascheroni, C. Ponte, A. Jorge, Göteborg, Sweden: Nordicom. Yearbook 2018 / The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, s. 219–231.
- Bartholomew M.K., Schoppe-Sullivan S.J., Glassman M., Kamp Dush C.M., Sullivan J.M., (2012), *New Parents' Facebook Use at the Transition to Parenthood*, „Family Relations”, 3, 455–469.
- Bąk A., (2015), *Korzystanie z urządzeń mobilnych przez małe dzieci w Polsce. Wyniki badania ilościowego*, Fundacja Dzieci Niczyje, Warszawa.
- Błasiak A., (2018), *Sharenting – współczesną formą rodzicielskiej narracji*, „Horyzonty Wychowania”, 17(42), s. 125–134.
- Brosch A., (2017), *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?*, „Świat Małego Dziecka”, 17(42), s. 379–387.
- Brosch A., (2018), *When the child is born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook*, „The New Educational Review”, 54(4), s. 225–235.
- Chalklen C., Anderson H., (2017), *Mothering on Facebook: exploring the privacy/openness paradox*, „Social Media + Society”, 3(2), s. 1–10.
- Czopek J., (2016), *Bezpieczeństwo i ochrona prywatności młodzieży w Internecie w kontekście edukacji medialnej*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Pedagogika”, 12, s. 67–73.
- Damkjaer M.S., (2018), *Sharenting = Good Parenting? Four Parental Approaches to Sharenting on Facebook*, (red.) I.G. Mascheroni, C. Ponte, A. Jorge, *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age*, Göteborg, Sweden: Nordicom. Yearbook 2018 / The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, s. 209–218.
- Holloway D., Green L., (2017), *Mediated memory making: the virtual family photograph album*, „Communications”, 42(3), s. 351–368.
- Kabali H.K., Irigoyen M.M., Nunez-Davis R., Budacki J.G., Mohanty S.H., Leister K.P., Bonner R.L., (2015), *Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children*, „Pediatrics”, 136(6), s. 1044–1050.
- Livingstone S., Byrne J., (2018), *Parenting In the Digital Age. The Challenges of Parental Responsibility in Comparative Perspective*, [w:] (red.) I.G. Mascheroni, C. Ponte, A. Jorge, *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age*, Göteborg, Sweden: Nordicom. Yearbook 2018 / The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, s. 19–30.
- Malik A., Dhir A., Nieminen M., (2016), *Uses and gratifications of digital photo sharing on Facebook*, „Telematics and Informatics”, 33(1), s. 129–138.
- Marasli M., Suhendan E., Yilmazturk N.H., Cok F., (2016), *Parents Shares on Social Networking Sites About their Children Sharenting*, „The Antropologist”, 24(2), s. 399–406.
- Minkus T., Liu K., Ross K.W., (2015), *Children Seen But Not Heard: When Parents Compromise Children's Online Privacy*, Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web – WWW'15, s. 776–786.

- Pulak I., Wieczorek-Tomaszewska M., (2018), *Wprowadzenie dziecka w świat współczesnych mediów jako element socjalizacji*, „Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce”, 11(4), s. 67–80.
- Schaffer H.R., (2005), *Dziecko jako naukowiec: Piagetowska teoria rozwoju poznawczego*, [w:] *Psychologia dziecka*, (red.) A. Brzezińska, PWN, Warszawa, s. 181–213.
- Steinberg B.S., (2017), *Sharenting: Children's Privacy In the Age of Social Media*, „UF Law Scholarship Repository”, 66, s. 839–884.

Źródła internetowe

- Blumm-Ross A., Livingstone S., (2017), „Sharenting,” *parent blogging, and the boundaries of the digital self*, „Popular Communication: The International Journal of Media and Culture”, 15(2), 110–125, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15405702.2016.1223300> (data pobrania: 17.04.2017).
- Dann Ch., Lazard L., Roper S., (2018), *Sharenting: why mothers post about their children on social media*, „The Conversation”, 1–4, <https://theconversation.com/sharenting-why-mothers-post-about-their-children-on-social-med-a-91954> (data pobrania: 01.03.2018).
- Ryńska N., (2015), *O publikacji zdjęć dziecka na facebooku decydują oboje rodzice*, <https://prawo.gazetaprawna.pl/artykuly/867782,o-publikacji-zdjec-dziecka-na-facebooku-decyduja-oboje-rodzice.html> (data pobrania: 05.05.2015).
- Rudziński L., (2019), *Raport: Już 3 mln dzieci w internecie. Rodzice ignorują zagrożenia*, <https://polskatimes.pl/raport-juz-3-mln-dzieci-w-internecie-rodzice-ignoruja-zagrozenia/ar/c11-14115745> (data pobrania: 08.05.2019).