Anna Sobczak
ORCID 0000-0002-6174-9045

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ZJAWISKO SHARENTINGU – MIĘDZY PRAWEM DO PRYWATNOŚCI DZIECKA A AKTYWNOŚCIĄ RODZICÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Abstract. Sobczak Anna, *Zjawisko sharentingu – między prawem do prywatności dziecka a aktywnością rodziców w mediach społecznościowych* [The Phenomenon of Sharenting – Between the Child's Right to Privacy and Parents' Social Media Activity]. Studia Edukacyjne no. 71, 2023, Poznań 2023, pp. 93-106. Adam Mickiewicz University Press. ISSN 1233-6688. Submitted: 12.01.2024. Accepted: 31.01.2024. DOI: 10.14746/se.2023.71.6

The article is devoted to the phenomenon of sharenting, meaning the sharing of content about their children by parents on the internet. Its emergence is associated with the development and popularization of social media, which have become an integral part of the modern world. A part of society, especially young people, can see sharenting as one of the dimensions of modern parenting. On the other hand, the phenomenon of parents publishing children's images and other information about them online has many potential negative consequences.
The article presents the essence and scale of sharenting as well as its causes and consequences. The author attempted to answer the question: should sharenting be viewed in terms of a threat to children's privacy or as one of the sides of modern parenting?
The article points out that sharenting is one of the significant problems of the current reality, in which considerable activity of parents is observed in social media. It also suggests some measures that could reduce the negative effects of this phenomenon.

Key words: sharenting, child's image, social media, parents

Wprowadzenie

Media społecznościowe pełnią szereg funkcji – między innymi są wykorzystywane do zawierania bądź utrzymywania kontaktów, stanowią źródło wszelkiego rodzaju informacji, a także służą wielu firmom oraz jednostkom

Studia Edukacyjne 71, 2023: 93-106. © The Author(s), Adam Mickiewicz University Press, 2023.
Open Access article, distributed under the terms of the CC licence (BY, https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

jako narzędzie promocji i marketingu. Za ich sprawą rozwinęły się również nowe zjawiska. Jednym z nich jest popularny dziś „sharenting", który w największym uogólnieniu polega na dzieleniu się przez rodziców różnego rodzaju treściami z udziałem ich dzieci w Internecie. W zjawisku tym, jak w wielu innych, można upatrywać zarówno jego pozytywnych, jak i negatywnych aspektów. W literaturze przedmiotu widoczna jest dyskusja na temat zagrożeń związanych z sharentingiem, a także praw dziecka do dysponowania własnym wizerunkiem. Z drugiej jednak strony, sharenting może być postrzegany przez niektóre osoby jako jeden ze „zwyczajnych" elementów współczesnego rodzicielstwa.

Celem artykułu jest przedstawienie istoty oraz skali sharentingu, a także jego przyczyn i konsekwencji. Artykuł stanowi także w pewnym stopniu próbę odpowiedzi na pytanie: czy sharenting należy postrzegać w kategoriach zagrożenia dla prywatności dzieci czy też jako jedną ze stron współczesnego rodzicielstwa?

W artykule dokonano rekonstrukcji tytułowego zagadnienia na podstawie literatury przedmiotu. Przeprowadzone analizy dotyczą zarówno kontekstu teoretycznego, jak i odnoszą się do rzeczywistości społecznej, którą opisano odwołując się do wyników dotychczasowych badań nad zjawiskiem sharentingu, przeprowadzonych tak przez polskich, jak i zagranicznych badaczy.

Sharenting – istota i skala zjawiska

Termin „sharenting" powstał z połączenia dwóch angielskich słów: *share*, czyli dzielić się i *parenting*, oznaczającego rolę rodzicielską (Brosh, 2017). Jest on stosunkowo nowy – pojawił się w 2013 roku. Natomiast w roku 2015 wykorzystano go po raz pierwszy w publikacji naukowej (Blum-Ross, 2015, podaję za: Cataldo, Lieu, 2022). Za Anną Borkowską można wskazać, iż sharenting to

> regularne zamieszczanie przez rodziców w Internecie, głównie na portalach społecznościowych (takich, jak Facebook, Instagram czy też zyskującym na popularności w ostatnich latach Tik Toku), blogach, forach dyskusyjnych, szczegółowych informacji, zdjęć i filmów z życia dzieci (Borkowska, 2020, s. 7).

Wyróżnia się także pojęcie „troll prentingu" (lub też parental trolling). Oznacza ono dzielenie się przez rodziców w Internecie treściami dotyczącymi ich dzieci, które je ośmieszają, upokarzają, kompromitują lub przedstawiają we wstydliwych bądź trudnych sytuacjach (Borkowska, Witkowska, 2020). Jak wskazuje Olga Furtak i Ewa Kubiak-Szymborska (2018), rodzice, którzy dopuszczają się troll parentingu, nie biorą pod uwagę uczuć dziecka, a treści przedstawiające jego wizerunek publikują, aby zyskać popularność oraz liczne komentarze i polubienia.

Warty wyróżnienia jest także inny typ sharentingu, określany jako „commercial sharenting", czyli sharenting komercyjny. Dotyczy on „usług" reklamowych rodziców, którzy na swoim profilu w mediach społecznościach udostępniają wizerunek swojego dziecka „promującego" dany produkt czy usługę. Działanie to jest nastawione na korzyści finansowe. W tym przypadku rodzice często usprawiedliwiają wykorzystywanie wizerunku dziecka w cyberprzestrzeni dla celów marketingowych argumentem, iż pieniądze pochodzące z tych działań mogą w przyszłości zapewnić ich dzieciom wysoką jakość życia (Grabalska, Wielki, 2022). Nierzadko decydują się oni na sharenting komercyjny bez uzyskania zgody dzieci.

Sharenting można uznać za jedno z ważnych zjawisk związanych z rozwojem nowych technologii. Słuszne wydają się słowa Davide Cinoa, Silvia Demozzib i Kaveri Subrahmanyam (2020, s. 122), w których stwierdzają, że „robienie i udostępnianie zdjęć swojego dziecka w Internecie stało się powszechną praktyką dla rodziców w epoce cyfrowej". Głównym źródłem rozpowszechniania się zjawiska sharentingu są, bez wątpienia, wspomniane już wcześniej media społecznościowe. Rodzice publikują materiały dotyczące swoich dzieci na prywatnych kontach czy w grupach parentingowych, które służą do wymiany informacji pomiędzy rodzicami oraz udzielania wzajemnego wsparcia. Zdarza się także, że rodzice tworzą konta w mediach społecznościowych, wykorzystując do tego imię swojego dziecka, na których umieszczają materiały z nim związane (por. Altun, 2019). Warto w tym kontekście wskazać, za Anną Brosch, iż

> rodzicielstwo u progu XXI wieku osiągnęło inny wymiar niż w latach minionych. Jak się okazuje, współcześni rodzice poszukują wzorów i wsparcia nie wśród najbliższych członków rodziny czy znajomych, lecz poprzez kontakty zapośredniczone w globalnej sieci społecznej (Brosch, 2017, s. 382).

Sharenting stał się nowym trendem wśród rodziców (Brosch, 2017), któremu według wyników badań ulega znaczna część z nich. Warto w tym miejscu odnieść się do raportu London School of Economics, który zawiera wnioski z badań ankietowych, przeprowadzonych w Wielkiej Brytanii w 2017 roku na próbie badawczej złożonej z 2023 rodziców dzieci w wieku 0-17 lat. Badania dotyczyły przede wszystkim postrzegania przez brytyjskich rodziców prywatności swojej i swoich dzieci w Sieci oraz skali dzielenia się wizerunkiem swoich dzieci w Internecie (Livingstone, Blum-Ross, 2018). Jak się okazuje, 75% rodziców korzystających z Internetu co najmniej raz w miesiącu (96% wszystkich badanych rodziców) udostępnia zdjęcia lub filmy swoich dzieci w Sieci. Należy wspomnieć przy tym, że 63% rodziców, którzy kiedykolwiek udostępniali zdjęcia lub filmy swojego dziecka w Internecie, wskazało, że w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie udostępniło od 1 do 9 zdjęć własnego dziecka (Livingstone, Blum-Ross, 2018).

Warto również wskazać na wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w Turcji w roku 2018, w których udział wzięło 628 rodziców. Na ich podstawie stwierdzono, że 68% tureckich rodziców udostępnia w Sieci zdjęcia własnych dzieci. Niemal 40% z nich po raz pierwszy opublikowało zdjęcie swojego dziecka w Internecie, kiedy miało ono dwa lata lub mniej (Altun, 2019). Ponadto, 29% rodziców dzielących się wizerunkiem swojego dziecka w Sieci robi to kilka razy w miesiącu, natomiast 15% - kilka razy w tygodniu. Niecałe 4% rodziców przyznało, że udostępnia zdjęcia dziecka codziennie (Altun, 2019).

W Polsce również mamy do czynienia z dość dużą skalą zjawiska sharentingu, na co wskazały rezultaty badań przeprowadzonych wśród tysiąca polskich rodziców. Zostały one opisane w raporcie „Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR", opublikowanym w 2019 roku. Według tego raportu, 40% polskich rodziców dzieli się wizerunkiem swojego dziecka w Sieci (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Co więcej, 42% rodziców udostępnia zdjęcia szerszej grupie odbiorców (bliscy i znajomi do 200 osób), a 20% rodziców – bardzo dużej (czy też można nawet wskazać nieograniczonej) publiczności, liczącej ponad 200 osób (dalsi znajomi oraz nieznajomi) (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Polscy rodzice „zajmujący się" sharentingiem średnio miesięcznie dzielą się 6 zdjęciami oraz 2 filmikami (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Najczęściej rodzice (75%) dokumentują w Internecie wyjątkowe wydarzenia oraz takie okazje, jak na przykład urodziny swojego dziecka albo zakończenie roku szkolnego. Niemal połowa rodziców (46%) zamieszcza materiały ukazujące dziecko w codziennych sytuacjach (podczas zabawy, spaceru, posiłku). Często też chwalą się (44%) sukcesami oraz osiągnięciami swojego dziecka (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019).

Należy również podkreślić, że część rodziców decyduje się na publikowanie materiałów dotyczących swojego potomstwa jeszcze przed jego urodzeniem (por. Borkowska, Witkowska, 2020). W mediach społecznościach można odnaleźć zdjęcia/nagrania ultrasonograficzne płodu bądź informacje tekstowe, na przykład na temat daty narodzin lub płci dziecka (Polak, 2021). W ten sposób dzieci te uzyskują swój tak zwany cyfrowy ślad jeszcze zanim przyjdą na świat (Polak, 2021).

Przyczyny i konsekwencje zjawiska sharentingu

Warto także skupić się na przyczynach publikowania przez rodziców materiałów dotyczących ich dziecka w Internecie. Jak się okazuje, jedną z głównych pobudek jest chęć wyrażenia dumy z dziecka oraz podzielenia się naj-

nowszymi informacjami z najbliższymi. W ten właśnie sposób o przyczynach sharentingu opowiedziało odpowiednio 65% i 57% polskich rodziców (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). W dalszej kolejności (35%) wskazali oni, że „to jest jak wirtualny »pamiętnik« – mam dostęp do wspomnień od ręki", a także iż „to jest jak zachęta do rozmowy z innymi rodzicami w mediach społecznościowych". Natomiast 10% rodziców przyznało, że publikuje zdjęcia oraz filmiki z ich dzieckiem, gdyż inni też to robią (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019, s. 6). W tym miejscu warto wspomnieć, że aktywność rodziców w Sieci może wiązać się z mechanizmem porównań społecznych (Brosh, 2017). Jak podkreśla w tym kontekście Anna Brosch, zgodnie z teorią porównań społecznych Leona Festingera (Brosh, 2017 za: Festinger, 1954), przyczyną sharentingu może być potrzeba pozyskiwania informacji o innych rodzicach oraz ich zachowaniach, co stanowi punkt odniesienia do oceny samego siebie. Autorka ta wyjaśnia, że „procesy porównawcze odgrywają zasadniczą rolę w poszukiwaniu własnej tożsamości grupowej, służą ochronie i wspomaganiu siebie oraz swojej grupy" (Brosh, 2017, s. 382).

Z powyższych informacji oraz z tego co możemy zaobserwować w Internecie w kontekście sharentingu, można odnieść wrażenie, iż zjawisko to jest w pewnym stopniu związane nie tylko z postępem technologicznym, ale też ze współczesną kulturą narcyzmu, której główną płaszczyzną są również media społecznościowe (por. Szpunar, 2018). Jak wskazuje Magdalena Szpunar, *życie w epoce zdominowanej przez obraz przyczyniło się do erupcji zachowań narcystycznych, sprawiając, że mamy do czynienia ze swoistą epidemią narcyzmu* (Szpunar, 2018, s. 9). W kulturze tej dominuje sztuczność i pozór (Szpunar, 2018), a jednostki skrzętnie dbają o swój nienaganny wizerunek w Sieci. Kreują go bardzo dokładnie (por. Melosik, 2013). Bywa, że to, jak przedstawiają siebie i swoje „wspaniałe" życie niewiele ma wspólnego z rzeczywistością. Można zaryzykować stwierdzenie, że posiadanie dzieci i udostępnianie materiałów z ich udziałem stało się w tej kulturze jednym ze środków promowania siebie i swojego „szczęścia" (doskonałym tego przykładem jest dzień zakończenia roku szkolnego, kiedy również w mediach społecznościowych można zaobserwować swoisty wyścig rodziców w „konkursie" na najlepsze świadectwo ukończenia klasy/szkoły przez ich dziecko – nierzadko przy tym rodzice nie dbają o ochronę danych – zdarza się, że na zdjęciu świadectwa udostępnionego przez rodzica znajduje się nazwa szkoły czy data urodzenia dziecka).

W kulturze narcyzmu istotne jest przykuwanie uwagi i zainteresowania odbiorców swoją osobą – niewątpliwie może być to mierzone liczbą tak zwanych „lajków", które przyznają sobie użytkownicy mediów społecznościowych. W przypadku zjawiska sharentingu, jak wskazują na to analizy Davide Cinoa, Silvia Demozzib i Kaveri Subrahmanyam (2020), lajki mogą również

stanowić ważny element. Jak wynika z badań, rodzice publikujący materiały dotyczące swoich dzieci traktują otrzymane lajki jako potwierdzenie/aprobatę dla prezentacji siebie oraz swoich dzieci w Internecie. Wymienieni wyżej autorzy podkreślają przy tym również, że przyznane lajki i świadomość uznania dla ich działań może zachęcić rodziców do dalszego sharentingu (Cinoa, Demozzib, Subrahmanyam, 2020).

Jedną z koncepcji, która może stanowić pewien fundament do wyjaśnienia motywów sharentingu jest teoria działań społecznych Ervinga Goffmana, która opiera się na symbolicznym interakcjonizmie (Hassan, 2022). Zwrócił on uwagę na pojęcie autoprezentacji, które zdefiniował jako „aspekt zachowań ceremonialnych", obejmujących między innymi sposób bycia, wyrażania się oraz ubierania, co „służy przekazaniu innym obecnym, że jest się osobą o określonych (…) cechach" (Goffman, 2006, s. 76). Erving Goffman mówi również o „zarządzaniu wrażeniem" (Goffman, 1959; podaję za: S. Donovan, 2020), czyli świadomym kreowaniu obrazu własnego siebie, który jednostki przedstawiają innym. Odnosząc się do zjawiska sharentingu, można wskazać, że poprzez publikowanie wyselekcjonowanych zdjęć z dziećmi w mediach społecznościowych, rodzice tworzą określony wizerunek samego siebie („zarządzają wrażeniem"), który przedstawiają publicznie (Donovan, 2020). Jak zauważa Sheila Donovan (2020), poprzez zamieszczanie w Internecie zdjęć własnych dzieci, jednostki kreują obraz siebie jako kochającego rodzica. Dodaje, że wizerunek śmiejącego się dziecka może być odczytywany przez odbiorców jako sukces rodzica, który stworzył szczęśliwy dom (Donovan, 2020).

W kontekście sharentingu, część badaczy wyróżnia jego pewne zalety. Wskazują, między innymi, że jest on jednym ze sposobów uczestniczenia rodziców dzieci w życiu społecznym lub też formą przekazywania bieżących informacji o swoich dzieciach rodzinie oraz przyjaciołom. Ponadto, poprzez sharenting rodzice mogą otrzymać wsparcie innych użytkowników Sieci, dzięki wymianie informacji oraz uzyskiwaniu odpowiedzi na swoje pytania w Internecie. To z kolei może dawać im poczucie, że nie są sami w trudnych chwilach rodzicielstwa (por. Ouvrein, Verswijvel, 2019).

Natomiast, z drugiej strony toczy się dyskusja na temat praw dziecka do decydowania o sobie i swojej prywatności, a także konsekwencji bezrefleksyjnego udostępniania wizerunku dzieci przez ich rodziców. Wiktoria Grabalska oraz Rafał Wielki (2022, s. 51) w odniesieniu do tego problemu stawiają następujące pytanie: „skoro nie zostawiamy dzieci samych w domu, przy otwartych drzwiach, bojąc się włamania, porwania i skrzywdzenia dziecka, dlaczego nie mamy skrupułów, by udostępniać całą bazę informacji o dzieciach w Internecie, gdzie potencjalnie ma do nich dostęp każdy użytkownik Sieci na świecie?". Z pewnością, nie ma jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie. Jak już wcześniej wskazano, istnieje wiele powodów, dla których rodzice

publikują wizerunek oraz informacje o swoim dziecku w Sieci. Niewątpliwie, znaczna ich część nie jest świadoma zagrożeń, jakie się z tym wiążą, na co wskazują wyniki badań dotyczących sharentingu, według których aż 81% spośród polskich rodziców pokazujących wizerunek swojego dziecka w Internecie ocenia udostępnianie zdjęć pozytywnie lub neutralnie (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Z kolei, w odniesieniu do prywatności dziecka w Sieci, połowa wszystkich badanych rodziców w Polsce uważa, że jest to kwestia, o której decydują rodzice. Ich zdaniem, jeśli rodzice mają ochotę udostępniać zdjęcia lub filmiki z udziałem swojego dziecka w Internecie, to nie ma w tym nic złego (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Należy w tym miejscu wskazać, że w świetle polskiego prawa, to właśnie rodzice są osobami, które dysponują wizerunkiem dziecka, aż do momentu, w którym osiągnie ono pełnoletność (Grabalska, Wielki 2022). Z drugiej jednak strony, każda jednostka ma prawo do własnej prywatności i prawo do usunięcia danych, które zostało opisane w artykule 17 unijnego Rozporządzenia o ochronie danych osobowych – General Data Protection Regulation (GDPR), które weszło w życie w maju 2018 roku (Demczuk, 2018). W Polsce funkcjonuje pod nazwą RODO, stanowiącą skrót od „rozporządzenie o ochronie danych" (Grabalska, Wielki, 2022). Dotyczy ono prawa osoby fizycznej do żądania usunięcia z obiegu w Sieci danych osobowych opublikowanych w Internecie przez nią samą lub przez osoby trzecie (Demczuk, 2018). Jak podkreśla Agnieszka Demczuk (2018), rozporządzenie to wzmacnia ochronę danych osobowych dzieci, które są udostępniane oraz przetwarzane w Sieci. Natomiast, należy podkreślić, że mimo iż prawo do usunięcia danych umożliwia wyeliminowanie niektórych długoterminowych negatywnych konsekwencji sharentingu, to nie chroni ono dzieci przed wieloma natychmiastowymi szkodami z nim związanymi (na przykład przed ujawnianiem wstydliwych oraz prywatnych informacji na jego temat w mediach społecznościowych znajomym i rodzinie) ani też nie usuwa całkowicie tych treści z cyberprzestrzeni (Steinberg, 2017; podaję za: Haley, 2020), zgodnie z powiedzeniem, że „w Internecie nic nie gnie".

W tym miejscu należy wyraźnie zaznaczyć, iż sama kwestia sharentingu w żaden sposób nie została uregulowana i jak podkreślają Wiktoria Grabalska oraz Rafał Wielki (2022, s. 62), nie istnieją żadne przepisy w polskim prawie jasno określające „czy rodzic może kształtować historię dziecka od jego najmłodszych lat przed szeroką publiką internetową". Dlatego, zależne jest to jedynie od moralności rodziców oraz ich własnych decyzji. Tutaj więc pojawia się zasadnicze pytanie: czy prawo powinno bardziej chronić prywatność dzieci we współczesnym cyfrowym świecie? Wydaje się być ono szczególnie istotne w świetle tego, że świat ten nadał niespotykaną dotąd władzę rodzicom nad rozporządzaniem informacjami i wizerunkiem swoich dzieci, co w konsekwencji doprowadziło do pewnego ograniczenia ich praw do prywatności oraz

decydowania o kreowaniu swojej tożsamości. Może to wiązać się z szeregiem negatywnych konsekwencji oraz stwarzać istotne zagrożenia dla dzieci.

Niebezpieczeństwa wynikające z zamieszczania wizerunku dziecka czy też informacji o nim w Sieci związane są przede wszystkim z faktem, iż rodzic po ich opublikowaniu przestaje mieć nad nimi kontrolę. Traci on, zwłaszcza kiedy nie zostały zastosowywane odpowiednie ustawienia prywatności konta w mediach społecznościach, wpływ na to, kto jest odbiorcą opublikowanych przez niego treści, a także do czego wykorzystają je osoby trzecie (Brosh, 2017). Każdy może materiały te pobrać czy też skopiować, udostępnić innym albo w dowolny sposób przerobić na przykład do stworzenia kompromitującego lub ośmieszającego dziecko mema (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Ponadto, nawet kiedy rodzic zadba o ograniczoną możliwość dostępu do zamieszczonych przez niego treści poprzez odpowiednie ustawienia prywatności, zawsze istnieje możliwość, że ktoś z jego „internetowych" znajomych powieli zdjęcie lub film i opublikuje w miejscu, które jest dostępne dla wszystkich (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Materiały, które zainteresują użytkowników Sieci rozprzestrzeniają się z dużą szybkością. Stają się popularne i w takim przypadku trudno je całkowicie usunąć ze stron internetowych (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Ponadto, wizerunek dziecka zamieszczony przez rodziców w Sieci może zostać wykorzystany przez osoby o skłonnościach pedofilskich – zarówno przez internautów działających w pojedynkę, jak i zorganizowane grupy pedofilskie (Uliasz, 2000).

Niezwykle istotnym zagrożeniem związanym z sharentingiem jest zjawisko cyberprzemocy. Zdjęcia z wizerunkiem dziecka zamieszczane przez rodziców, szczególnie je ośmieszające czy kompromitujące, mogą stać się źródłem internetowej agresji oraz hejtu. Negatywne oceny i różnego rodzaju krytyczne bądź wyśmiewające komentarze, dotyczące materiałów z udziałem dziecka publikowane przez rodziców w Internecie, mogą zaniżyć jego samoocenę oraz poczucie własnej wartości (Borkowska, Witkowska, 2020).

Negatywnym skutkiem sharentingu jest również, jak to określiły Anna Borkowska i Marta Witkowska (2020, s. 11) „niemożność zbudowania własnej historii w dorosłym życiu". Autorki dodają przy tym, że każda jednostka powinna mieć szansę na tworzenie własnego wizerunku oraz tożsamości, w tym w cyberprzestrzeni. Musi posiadać prawo do decydowania o tym, jakie treści z jej udziałem trafią do Sieci, a jakie nie powinny opuścić sfery prywatności (Borkowska, Witkowska, 2020). Natomiast, Kamil Kopecky, Rene Szotkowski, Inmaculada Aznar-Díaz i José-María Romero-Rodríguez (2020) wskazują, że problemem jest właśnie to, iż rodzice budują tożsamość internetową swojego dziecka bez jego zgody. Podkreślają, że informacje o dziecku stają się częścią sieci społecznościowych, nawet w sytuacji, kiedy dziecko nie chce korzystać z portali społecznościowych albo chce mieć wpływ na to, jakie

materiały dotyczące niego udostępniają jego rodzice (Kopecky, Szotkowski, Aznar-Díaz, Romero-Rodríguez, 2020). Jak się okazuje, jedynie 25% polskich rodziców publikujących materiały z udziałem swojego dziecka w Sieci pyta je (jeśli to możliwe ze względu na jego wiek) o zgodę (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). W przypadku dzieci, których wizerunek trafił do Sieci za sprawą ich rodziców, proces kształtowania własnej tożsamości może być znacznie zaburzony (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019). Jak zaznacza Paula Otero (2017, s. 412), „dzieci tworzą swoją własną tożsamość w miarę ich rozwoju i dlatego powinna być ona definiowana przez nie same, a nie przez ich rodziców". Zgodnie z teorią rozwojową Erika H. Eriksona, w której wyróżnił on 8 stadiów rozwoju psychospołecznego, w okresie dorastania młodego człowieka (piąte stadium) ma miejsce właśnie kształtowanie się tożsamości jednostki, a najtrudniejszym zadaniem jest wykształcenie takiej, którą można określić jako spójną (Jankowska, 2017). Maria Jankowska przytaczając teorię Erika Eriksona, podkreśla przy tym, że

> spójna tożsamość jednostki powstaje wówczas, kiedy to, jak jednostka postrzega i ocenia sama siebie i swoje postępowanie jest zgodne i pokrywa się z tym, co sądzą o niej inne osoby (Jankowska, 2017, s. 58).

Biorąc powyższe pod uwagę, należy stwierdzić, że jednostki „dotknięte" sharentingiem mogą borykać się ze znacznie większymi trudnościami w wykształceniu spójnego własnego JA, aniżeli dzieci, których wizerunek nie był publikowany w Sieci przez ich rodziców.

Kolejną niepożądaną konsekwencją sharentingu może być powielanie w przyszłości zachowań rodziców w Internecie przez dzieci. Odwołując się do teorii rozwojowej Piageta, Patrycja Uram, Małgorzata Reiter oraz Olga Graf (Schaffer, 2005, podaję za: Uram, Reiter, Graf, 2020) zwróciły uwagę, że zgodnie z jej założeniami, dzieci będąc małymi odkrywcami i obserwatorami modelują oraz naśladują swoich rodziców. Tak więc, dzieci obserwując poczynania swoich rodziców w Internecie, mogą za jakiś czas zacząć publikować treści z ich wizerunkiem oraz prywatnymi danymi (Schaffer, 2005, podaję za: Uram, Reiter, Graf, 2020).

Biorąc pod uwagę bardzo dużo negatywnych następstw sharentingu, mogłoby wydawać się, że zjawisko to jest przede wszystkim domeną osób z niższym wykształceniem, mniej świadomych, o węższych horyzontach. Jednakże, można odnaleźć w Sieci przykłady udostępniania materiałów z udziałem dzieci przez rodziców z każdej klasy społecznej. Należy wyróżnić tutaj zarówno znajdujących się na wyższych szczeblach tak zwanej drabiny społecznej – wykształconych, zamożnych, z wysoką pozycją społeczno-zawodową (przy czym trzeba zaznaczyć, że nie są to pojedyncze przypadki) – jak i rodziców z niższych klas społecznych.

Warto w tym miejscu przytoczyć kilka nazwisk znanych osób, które na swoich profilach w mediach społecznościowych mają znaczną liczbę obserwatorów, udostępniają materiały z udziałem swoich dzieci. Są to między innymi aktorka telewizyjna i filmowa Klaudia Halejcio, piłkarz Robert Lewandowski oraz jego żona Anna Lewandowska, a także Hanna Zborowska-Neves – siostra aktorki Zofii Zborowskiej.

Zjawisko sharentingu jest dość częste w przypadku świata show-biznesu i popkultury, a powyższe przykłady stanowią jedynie jego niewielki fragment. Powodów, dla których „gwiazdy" publikują materiały z udziałem swoich dzieci z pewnością jest wiele. Niewątpliwie, można wśród nich wymienić chęć poszerzenia swoich „internetowych" zasięgów w mediach społecznościowych, a także zwiększenia wpływów ze współpracy marketingowej, na potrzeby których udostępniany jest wizerunek dziecka (sharenting komercyjny). Jak się wydaje, popularność i zyski finansowe są niekiedy ważniejsze, aniżeli prywatność młodego człowieka i możliwość samodzielnego kształtowania własnej tożsamości.

Należy w tym miejscu nadmienić, iż w latach 2012-2013 w Polsce miała miejsce kampania społeczna pod nazwą „Pomyśl, zanim wrzucisz" (Brosch, 2017). Jej inicjatorem była Fundacja Dzieci Niczyje, a celem zwrócenie uwagi na problem bezrefleksyjnego udostępniania zdjęć dzieci w Internecie przez rodziców, a także kwestię prywatności dzieci w Sieci (Kampania „Pomyśl zanim, wrzucisz", 2014). W ramach kampanii powstał poradnik dla rodziców, w którym jej autorzy słusznie napisali, że „Zanim opublikujesz zdjęcie, pomyśl, czy nie zaszkodzi to Twojemu dziecku" (Pomyśl, zanim wrzucisz, 2017). Obecnie także inny podmiot w Polsce zwraca uwagę na problem sharentingu. Państwowy Instytut Badawczy, określany w skrócie jako NASK (Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa), realizuje wraz z Ministerstwem Cyfryzacji kampanię „Nie zgub dziecka w sieci", której owocem jest między innymi publikacja *Sharenting i wizerunek dziecka w sieci. Poradnik dla rodziców* (NASK, 2020). Jednakże, jak się wydaje, działania te nie są wystarczające, gdyż możemy zaobserwować, iż zjawisko sharentingu jest wciąż w znaczącym stopniu obecne w społecznej cyberprzestrzeni.

Podsumowanie

Podsumowując powyższe rozważania, można stwierdzić, iż sharenting jest jednym ze współczesnych problemów związanych z rozwojem nowych technologii, a konkretnie – z upowszechnieniem się, niemal we wszystkich kategoriach wiekowych, mediów społecznościowych. Przez część ludzi, zwłaszcza młodych pokoleń, może być postrzegany jako jeden z wymiarów

współczesnego rodzicielstwa. Jednak bez wątpienia, zjawisko udostępniania zdjęć dzieci w Sieci (często bez ich wiedzy/zgody) przez rodziców niesie za sobą szereg potencjalnych negatywnych konsekwencji, a także w pewien sposób odbiera prawo dziecku do decydowania o własnej prywatności oraz tożsamości. Niestety, z dużym prawdopodobieństwem należy stwierdzić, że sharenting nie przeminie. Dlatego, niezbędne są zintensyfikowane działania uświadamiające jednostki, z czym może wiązać się bezrefleksyjne udostępnianie wizerunku dziecka w Sieci. Jednym z rozwiązań, któremu, jak uważam, należy poświęcić więcej uwagi, jest **edukacja medialna w szkołach**. To właśnie część dorastających obecnie jednostek w przyszłości będzie pełnić rolę rodzica i już na etapie edukacji szkolnej ważne jest uczenie dzieci oraz młodzieży świadomego oraz bezpiecznego korzystania z Internetu, w tym z mediów społecznościowych.

W przeciwdziałaniu sharentingowi mogą być także pomocne propozycje pedagogiczne Zbyszko Melosika, w tym „pedagogika maksymalnej akceptacji podmiotowości i kształtowanie poczucia własnej wartości" (Melosik, 2013, s. 456). Jak wspomniano, sharenting jest jednym ze sposobów na kreowanie własnego wyidealizowanego wizerunku i życia oraz szukania aprobaty u innych użytkowników mediów społecznościowych. Natomiast, wymienione działania pedagogiczne mogłyby już na etapie młodzieńczym wytwarzać w jednostce przekonanie, iż jest wartościowa i ważna (Melosik, 2013), bez względu na liczbę lajków na Facebooku.

Niezwykle istotna wydaje się również „pedagogika krytycznego myślenia i dystansu", której zadaniem byłoby rozwijanie wśród jednostek umiejętności krytycznego myślenia oraz posiadania dystansu do ideologii konsumpcji, oferty popkulturowej, a także, jak określił to Zbyszko Melosik, „dryfującej, nieograniczonej wolności" (2013, s. 456). Owo poczucie wolności, które zapewnia kultura popularna oraz wirtualna rzeczywistość, z pewnością stanowi jeden z czynników napędowych sharentingu. Znaczna część rodziców (szczególnie młodych) jest przekonana o swojej nieograniczonej wolności i prawie do dysponowania wizerunkiem własnego dziecka, w tym do rozpowszechniania go w Internecie. Pedagogika ta miałaby na celu skłonienie jednostek do refleksji nad swoimi działaniami w mediach społecznościowych i granicą między wolnością ich samych a wolnością i prawem dzieci do decydowania o sobie i kreowaniu własnej tożsamości.

Na koniec, ważnymi działaniami pedagogicznymi w kontekście ograniczania zjawiska sharentingu są te, które można określić jako „pedagogika niemediowanych i nieedytowanych form ekspresji tożsamości oraz kontaktów »twarzą w twarz«"(Melosik, 2013, s. 458). Stanowi ona odpowiedź na pogłębiające się zjawisko wirtualizacji tożsamości. Jej celem byłoby również kultywowanie bezpośrednich kontaktów międzyludzkich, dostarczających

bliskości emocjonalnej. Pedagogika ta wzmacniałaby wśród jednostek potrzebę komunikowania się i dzielenia z rodziną oraz znajomymi informacjami na temat życia swojego i swoich dzieci w sposób bezpośredni, a nie poprzez udostępnianie treści z ich udziałem w Internecie (Melosik, 2013).

Oprócz licznych działań pedagogicznych oraz edukacji medialnej konieczne wydaje się też stworzenie odpowiednich rozwiązań prawnych, które w większym stopniu chroniłyby dzieci przed zjawiskiem sharentingu.

Wkład autorów

Autor deklaruje samodzielny wkład w powstanie pracy.

REFERENCES

Opracowania

Altun, D. (2019). *An investigation of preschool children's digital footprints and screen times, and of parents' sharenting and digital parenting roles*. International Journal of Eurasia Social Sciences, 10(35), 76-97

Borkowska, A., Witkowska M. (2020). *Sharenting i wizerunek dziecka w sieci. Poradnik dla rodziców*. Warszawa: NASK Państwowy Instytut Badawczy

Brosch, A. (2017). *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?* W: H. Krauze-Sikorska, M. Klichowski (red.), *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa* (ss. 379-387). Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM

Demczuk, A. (2018). *„Prawo do bycia zapomnianym" jako szczególne prawo jednostki do kontroli informacji o sobie w społeczeństwie informacyjnym w kontekście RODO*. Zarządzanie i Finanse Journal of Management and Finance, 16(4/2), 87-102

Erving, G. (2006). *Rytuał interakcyjny*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN

Haley, K. (2020). *Sharenting and the (Potential) Right to Be Forgotten*. Indiana Law Journal, 95(3), 1004-1020

Jankowska, M. (2017). *Sposoby rozwiązywania kryzysów w teorii psychospołecznego rozwoju E.H. Eriksona w aspekcie rozwoju człowieka i zdrowia psychicznego oraz zaburzeń w rozwoju*. Fides et Ratio, 4(32), 45-64

Melosik, Z. (2013). *Facebook i społeczne konstrukcje narcyzmu (o tożsamości zamkniętej w celi wizerunku)*. Studia Edukacyjne, 26, 99-117

Melosik, Z. (2013). *Kultura popularna i tożsamość młodzieży. W niewoli władzy i wolności*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls

Szpunar, M. (2016). *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Wydawnictwo AGH

Szpunar, M. (2018). *Od narcyzmu jednostki do kultury narcyzmu*. Kultura – Media – Teologia, 14, 106-116

Źródła internetowe

Bierca, M., Wysocka-Świtała, A. (2019). *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR*, https://cluepr.pl/wp-content/uploads/2019/10/Sharenting-czyli-dzieci-w-sieci-pierwszy-raport-w-Polsce.pdf

Cataldo, I., Lieu, A.A., Carollo, A., Bornstein, M.H., Gabrieli, G., Lee, A., Esposito G. (2022). *From the Cradle to the Web: The Growth of "Sharenting" – A Scientometric Perspective*. Human Behavior and Emerging Technologies, 1-12; https://doi.org/10.1155/2022/5607422

Cino, D., Demozzi, S., Subrahmanyam, K. (2020). *Why post more pictures if no one is looking at them? Parents' perception of the Facebook Like in sharenting*. The Communication Review, 23(2), 122-144; https://doi.org/10.1080/10714421.2020.1797434

Cyfrowy ślad małego dziecka, Polak, Z. (red.) (2021), NASK – Państwowy Instytut Badawczy, https://dyzurnet.pl/uploads/2021/07/Cyfrowy_slad_malego_dziecka.pdf

Donovan, S. (2020). *Sharenting. The Forgotten Children of the GDPR*. Peace Human Rights Governance, 4(1), 35-59; https://doi.org/10.14658/PUPJ-PHRG-2020-1-2

Furtak, O., Kubiak-Szymborska E. (2018). *Wizerunki dziecka kreowane przez strony parentingowe*. Wychowanie w Rodzinie, XVII (1), 259-275; 10.34616/wwr20181.259.275

Grabalska, W., Wielki, R. (2022). *„Czy dzieci powinny trafiać do sieci?" Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu. Prawo w działaniu*. Sprawy Karne, 49, 50-66; 10.32041/pwd.4904

Hassan, S. (2022). *Examining the Phenomenon of Sharenting*. Canadian Journal of Family and Youth, 144(2), 266-271; https://doi.org/10.29173/cjfy29839

Kampania „Pomyśl zanim, wrzucisz", https://ksp.policja.gov.pl/wp/aktualnosci/47276, Kampania-quotPomysl-zanim-wrzuciszquot.html

Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I. Romero-Rodríguez, J-M. (2020). *The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain*. Children and Youth Services Review, 100, 1-6; https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104812

Livingstone, S., Blum-Ross, A. (2018). *Dongmiao Zhang. What do parents think, and do, about their children's online privacy?* London School of Economics, https://eprints.lse.ac.uk/87954/1/Livingstone_Parenting%20Digital%20Survey%20Report%203_Published.pdf

NASK, (2020). https://akademia.nask.pl/sharenting-i-wizerunek-dziecka-w-sieci.html

Otero, P. (2017). *Sharenting… should children's lives be disclosed on social media?* Arch Argent Pediatr, 115(5), 412-413; http://dx.doi.org/10.5546/aap.2017.eng.412

Ouvrein, G., Verswijvel, K. (2019). *Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management*. Children and Youth Services Review, 99, 319-327; https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.02.011

Pomyśl, zanim wrzucisz. Poradnik dla rodziców na temat ochrony wizerunku dzieci w internecie, (2017). https://cloudc.edupage.org/cloud/broszura_pomysl_zanim_wrzucisz_FDDS_12042017.pdf?z%3AnmTB47z6ek0xjKzkCUGjefNDdjGwiQTlE-P3ieeX0z7qcBX6mZPDkdGnzpUwfkOTQ

Uliasz, J. (2000). *Prawna ochrona prywatności oraz wolności dzieci w internecie*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego. Seria Prawnicza. Prawo, 28, 285-299; https://doi.org/10.15584/znurprawo.2020.28.20

Uram, P., Małgorzata R., Graf, O. (2020). *Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach*. Pedagogika Społeczna, 2(76), 153-164; https:doi.org/10.35464/1642-672X.PS.2020.2.09