

Sharenting – współczesne zagrożenie czy szansa?

Sharenting – Contemporary Threat or an Opportunity?

Abstract:

The article aims to draw attention to the social phenomenon of sharing, including its definition, scale of impact, and the related dangerous consequences and potential benefits it may bring. The issue of what the trend mentioned above looks like in the environment of Polish parents on a social networking site such as Facebook was discussed. The issue of the right to privacy and image protection was raised, as well as how this issue is presented in Polish and international regulations. The presented study describes two types of sharenting: parental sharenting and commercial sharenting. Moreover, the article discusses topics such as cyberbullying, cyberstalking, identity theft, online hate and loss of anonymity. Additionally, everything related to the problem of using children's images on the Internet is described.

Keywords: sharenting, parents, children, social media, image

Słowa kluczowe: sharenting, rodzice, dzieci, media społecznościowe, wizerunek

Wstęp

Sharenting to współczesne zjawisko społeczne, które można określić mianem aktualnego trendu rozpowszechnionego na skalę globalną. Dotyka sfery wirtualnej, ale jest również nierozdzielnie związany z rzeczywistością, gdyż polega na intencjonalnym upublicznianiu wizerunku osoby nieletniej, dziecka przez rodzica/opiekuna prawnego na portalach społecznościowych. Omawiane zagadnienie może być przedmiotem zainteresowania badaczy, ekspertów z zakresu wielu nauk, ponieważ z sharentingiem związany jest szereg oddziaływań, które mają interdyscyplinarny charakter. Nie powinno się go postrzegać wyłącznie z jednej perspektywy i zawężać do konkretnej dziedziny. Udostępnianie materiałów z wizerunkiem młodego człowieka z pewnością wpływa na jego ogólne funkcjonowanie, proces wychowania, kształcenia i przebieg



socjalizacji. Rodzice kreujący pewną „cybertożsamość” swoich podopiecznych świadomie lub też nie oddziałują na wspomniane uprzednio aspekty, wywołując tym samym konkretne skutki. Potencjalne przyczyny oraz konsekwencje, które niesie ze sobą sharenting, mogą być dwójako postrzegane. Z jednej strony można zauważyć w tym zjawisku szansę, z drugiej jednak jest to pewne zagrożenie (Forma, 2017, s. 82–89). W Polsce zjawisko to jest bardzo rozpowszechnione, według raportu z 2019 roku aż 40% rodziców rozpowszechnia zdjęcia i filmy, które dotyczą życia ich dzieci. Co także istotne, przeciętny polski rodzic rozpowszechnia rocznie 72 zdjęcia i 24 filmy, które zawierają wizerunek jego dziecka (Bierca, Wysocka-Światała, 2019).

Według definicji naukowczynie z Uniwersytetu w Tel Awiwie, Ayelet Blecher-Prigat: „[...] sharenting odnosi się do sposobów korzystania z internetu – przede wszystkim z mediów społecznościowych – przez rodziców lub przyszłych rodziców, których cel to udostępnianie zdjęć, filmów oraz innych informacji o swoich dzieciach” (Blecher-Prigat, 2020, s. 373). Czy rodzice korzystający z dostępnych mediów społecznościowych zastanawiają się, jak te wirtualne działania mogą wpływać na ich dzieci? Czy biorą pod uwagę to, ile korzyści i możliwości niesie ze sobą pokazanie twarzy ich dziecka w internecie? Czy uwzględniają ryzyko, jakie niesie ze sobą takie działanie? Są to zdecydowanie kluczowe pytania, jakie można zadać, dokonując przeglądu badań zawartych w literaturze przedmiotu.

Celem badania jest refleksja nad zjawiskiem sharentingu, w tym nad jego specyfiką, przyczynami, skutkami, skalą oddziaływania, oraz znalezienie odpowiedzi na pytanie, dlaczego rodzice udostępniają treści ze swoimi dziećmi i jak takie zachowanie wpływa na dzieci. Z tego względu można sformułować stosowny problem badawczy: Czy sharenting jest współczesnym zagrożeniem, czy szansą dla dziecka oraz jego rodziny? Przez zagrożenie rozumiana jest kradzież tożsamości, nielegalne wykorzystywanie wizerunku, hejt, prześladowanie lub wykorzystywanie informacji zamieszczonych przez rodziców do czynów karalnych, takich jak uprowadzenie czy stalking. Z kolei za szansę można uznawać możliwość rozwoju twórczości rodzica lub dziecka, która zostaje przeniesiona do internetu, czerpanie zysków finansowych, tworzenie treści parentingowych, gromadzenie społeczności rodzicielskiej. Właściwe jest postawienie hipotez, które ukierunkują badanie na właściwą płaszczyznę. Z tego względu uważam, że „H: Zagrożenia przeważają nad szansami w zakresie zjawiska sharentingu”. W przygotowaniu badania wykorzystano szczegółową literaturę naukową, która dotyczy problematyki sharentingu, zjawisk pokrewnych, zbiorów badań opartych na wywiadach czy badań jakościowych i ilościowych tego zagadnienia społecznego. Wybrane pozycje literatury naukowej poświęcone tej tematyce to chociażby artykuł dr Anny Brosch, znanej polskiej ekspertki z zakresu badań nad uczestnictwem dzieci w internecie, która porusza problematykę sharentingu w tekście *Sharenting – nowy*



wymiar rodzicielstwa? z 2017 roku (Brosch, 2017). Dotyczy on przyczyn sharentingu oraz samej specyfiki zjawiska. Autorka ukazuje badania, na podstawie których można dostrzec konkretne motywacje rodziców. Są oni szczególnie aktywni w mediach społecznościowych i udostępniają tam treści sharentingowe. Artykuł i zawarte w nim badania pozwalają pojąć schemat myślenia rodziców, ich świadomość i rozumienie polityki oraz mechanizmów z zakresu mediów społecznościowych, a także ukazują skalę zjawiska sięgając do danych statystycznych, co umożliwi dokładniejszą analizę. Drugim istotnym dla pracy badaniem jest ogólnopolski raport *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR* (później zwany także Raportem) opracowany przez redakcję Clue PR. Jest on zbiorem dwóch badań – ilościowego na próbie 1000 rodziców, które zostaną dokładnie przeanalizowane w tekście, a także jakościowego, które ze względu na swój charakter indywidualnych odpowiedzi zostanie jedynie częściowo omówione. Problematyki sharentingu dotyczy również badanie przeprowadzone przez Wiktorię Grabalską i Rafała Wielkiego o nazwie: „Czy dzieci powinny trafiać do sieci?” *Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu* (Grabalska, Wielki, 2022). Autorzy poza opisaniem zjawiska i potencjalnych zagrożeń analizują i wyciągają wnioski na podstawie przytoczonych danych statystycznych. Ponadto zaprezentowany został podział sharentingu ze względu na typ udostępnianych treści, co daje szerszy pogląd na ogół zjawiska i pozwala klasyfikować poszczególne działania w sieci według wspomnianego podziału. Jest to rzeczowa literatura naukowa, która dotyczy problematyki tego tekstu i stanowi niejako wprowadzenie do badania. Źródła te pozwalają na zrozumienie problematyki sharentingu, jednakże nie uwzględniają stwierdzeń związanych z określeniem potencjału, jaki wynika z tego zjawiska społecznego. Tym potencjałem mogą być zagrożenia bądź szanse wynikające z sharentingu. Aby przeprowadzić pełne i dokładne badanie, wykorzystano metodę krytycznej analizy treści opartej na źródłach naukowych, publicystycznych i innych. Większość z nich została wyselekcjonowana na podstawie jakości danego materiału i daty publikacji, tak aby źródła dotyczyły aktualnej sytuacji. Ponadto zastosowano analizę danych statystycznych, która jest zestawieniem wyników badań opublikowanych w literaturze przedmiotu, a także badań o charakterze ilościowym zamieszczonych w Raporcie. Na tej podstawie należy stwierdzić, że badanie opiera się w znacznej mierze również na analizie badania ilościowego, a także wywiadów przeprowadzonych przez A. Brosch.

Sharenting na przykładzie Facebooka

Sharenting jak każde zjawisko społeczne ma swoje sprecyzowane pochodzenie. Doszukiwać się go możemy przede wszystkim w serwisach społecznościowych, które



umożliwiają każdemu użytkownikowi mającemu dostęp do internetu założenie konta. Przykładem bardzo rozbudowanego serwisu dającego szerokie pole działania jest Facebook. Posiadając własny profil, mamy możliwość komunikowania się z każdym innym użytkownikiem serwisu. Możemy nawiązywać nowe znajomości i utrzymywać kontakty z bliskimi czy znajomymi, których znamy z rzeczywistości niewirtualnej. Mamy również dostęp do zamkniętych lub otwartych grup. Tego typu grupy nie mają jednolitego obszaru działania. Mogą one skupiać konkretne społeczności, np. użytkowników mieszkających na konkretnym terenie, osoby o określonych zainteresowaniach, czy chociażby tworzyć zbiorowość przypominającą grupy wsparcia, których członkowie mogą wzajemnie sobie pomagać i wymieniać doświadczeniami. Wspomniane rodzaje grup to tylko nieliczne przykłady, które pozwalają zaobserwować chęć poczucia przynależności w ogromnym serwisie. Kolejnym udogodnieniem, które jest oferowane użytkownikom, to informacje, do których mogą należeć chociażby reklamy, artykuły i szeroko pojęte posty. W zależności od rodzaju aktywności i naszych upodobań, czyli tego, co oglądamy, czytamy, komentujemy i na co reagujemy, Facebook podsyła preferowane treści umieszczone przez innych użytkowników, co jest pewną formą swobody tworzenia. Znakomicie opisuje to Aneta Bąk w swoim badaniu *Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko*, która stwierdza: „Po raz pierwszy w dziejach ludzkości każdy człowiek może przekazać swoją informację reszcie świata, bez uzyskania na to zgody czy potwierdzenia eksperta, że jest ona prawidłowa” (Bąk, 2016, s. 142). Kluczowa w uprzednim zdaniu jest kwestia zgody, gdyż w przypadku chęci udostępnienia zdjęcia lub nagrania z cudzym wizerunkiem portal nie wymaga zgody osób, których wizerunek ma być widoczny. Jeśli w realnym świecie zgoda na takie działanie zostanie wydana, można to określić mianem postępowania etycznego. Jeśli jednak nie, to jest to forma egoizmu, a nawet narcyzmu, gdyż nie skupiamy się na tym, co czują osoby, które nie chcą być widoczne w mediach społecznościowych.

Wspomniany narcyzm znajduje swoje ujście poprzez udostępniane treści, które najczęściej mają w jakiś sposób wpłynąć na odbiorców danej osoby. Dlatego też Facebook to doskonałe do tego miejsce, które daje możliwość dowartościowania się, wykreowania pewnego wycinka swojego życia, jak i tworzenia cybertożsamości swojej i innych (Izdebski, Kotyśko, 2012, s. 202–203). Mając już pewien zarys funkcjonowania, specyfiki konkretnego portalu społecznościowego i możliwości, jakie niesie, należy zwrócić uwagę na to, jak odnosi się do zjawiska sharentingu. Na podstawie wywiadów opisanych przez Annę Brosch, które zostały przeprowadzone z udziałem dziewięciorga rodziców dzieci do wieku wczesnoszkolnego, przeanalizowano aktywność tychże dorosłych na portalu, jakim jest Facebook. Rodzice uczestniczący w badaniu łącznie opublikowali 3662 zdjęcia ujmujące wizerunek ich dzieci, ponadto na profilach poszczególnych osób można było znaleźć informacje bardzo wrażliwe, takie jak chociażby



data urodzenia dziecka. Rodzice chętnie dzielili się życiem własnych dzieci w różnorodnej formie. Autorka wspomina zarówno o zdjęciach, które wykonywał profesjonalny fotograf, jak i o zdjęciach robionych przez rodziców, niekiedy ukazujących nieletnich w sytuacjach intymnych, naruszających ich prawo do prywatności. W tekście wyraźnie podkreślono, że rodzice nie do końca zdawali sobie sprawę z zagrożeń i konsekwencji wynikających z ich działania. Siedmioro rodziców posiadało bowiem profile, które nie były zastrzeżone dla konkretnej grupy odbiorców. To, co wydaje się interesujące, to motywacje rodziców do aktywności w sieci w formie sharentingu, które szczegółowo ujawnia badanie na tej dziewięcioosobowej grupie. Są to: pragnienie podtrzymywania kontaktów i relacji z innymi użytkownikami, chęć ukazania miłości i dumy z własnych dzieci, walka o prawa ojцовskie (Brosch, 2017). Zaprezentowane badanie ukazuje pewien obraz rodzica, który mimo sporego zaangażowania w uczestnictwo w wirtualną przestrzeń nie do końca rozumie reguły w niej obowiązujące. Natomiast wie on o pewnych mechanizmach czy możliwościach, jakie oferuje Facebook, co wiąże się z nieświadomością potencjalnych zagrożeń. Rodzice kierują się wyłącznie własną wizją rodzicielstwa, w grę wchodzi wyłącznie ich emocje i potrzeby, co doskonale opisują słowa: „Należy zatem podkreślić, iż tytułowe zaangażowanie rodziców w przestrzeni mediów społecznościowych wynikać będzie z osobistych doświadczeń, osobistej eksploracji i wypracowanego indywidualnego schematu realizacji przyjętych wzorców rodzicielskich” (Forma, 2019, s. 209). Takie bagatelizowanie wszelakich niekorzystnych skutków może wskazywać, że spora część rodziców dostrzega szansę zarówno dla siebie, jak i tego, co chce przekazać w mediach. Analizując postawy rodziców i ich pobudki, można dojść do wniosku, że tak naprawdę kosztem zdrowia psychicznego, fizycznego i bezpieczeństwa własnych dzieci chcą dokonać samorealizacji. Nie uwzględniają w tym przypadku sytuacji osoby, która jest całkowicie od nich zależna. Postępowanie naruszające autonomię drugiej strony być może pozwoli zaspokoić pragnienia rodziców. Tworzy to zagrożenie, jakim jest niezdrowa relacja między dzieckiem a rodzicem. Może to także prowokować inne niekorzystne sytuacje oraz skutki dla dziecka, które mogą, alei nie muszą być odroczone w czasie.

Analiza ogólnopolskiego Raportu dotyczącego sharentingu

Przyglądając się uważniej sharentingowi, można dostrzec, że jest to stosunkowo nowe zjawisko społeczne, gdyż internet oraz oferowane przez niego portale społecznościowe to również krótko funkcjonujące medium. Co istotne, sam sharenting bardzo gwałtownie rozprzestrzenił się na skalę globalną. Tym samym w znacznym stopniu przyjął się wśród polskich rodziców. Badanie, które ukazuje skalę omawianego zjawiska, to ogólnopolski raport *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy*



raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR. Raport zawiera badanie ilościowe na grupie 1000 rodziców i uwzględnia takie aspekty jak: wiek rodziców, rodzaj udostępnianych treści czy częstotliwość ich publikowania. Grupa badawcza składa się z 1000 rodziców z różnych części Polski. 65% tej grupy stanowią kobiety, a pozostałe 35% mężczyźni. Są to osoby, których średnia wieku wynosi 38 lat, a ich dzieci mają od 0 do 18 lat. 404 osoby, czyli niewiele poniżej połowy badanych, zadeklarowały, że udostępniają treści dotyczące życia, dorastania swoich dzieci w internecie, natomiast 596 rodziców tego nie robi (Bierca, Wysocka-Świła, 2019).

Interesujące zdają się poglądy tych dwóch grup na upublicznianie treści sharin-gowych. Wśród rodziców, którzy tego nie praktykują, 52% uznało owo zjawisko za negatywne, natomiast wśród grupy rodziców, którzy dzielą się wizerunkiem własnych dzieci w mediach społecznościowych, aż 38% uznaje to za pozytywne zjawisko. W przypadku takiego odniesienia się rodziców do ich działań pokrywa się to z faktem, że rodzice niezależnie od tego, co odpowiedzieli, ustosunkowywali się do swoich działań w większości pozytywnie lub neutralnie, co może skłaniać do refleksji nad tym, co w samym zjawisku dostrzegają rodzice. Skoro część z nich uznała to za coś negatywnego, to w takim wypadku sharenting musi przyczyniać się do potencjalnych niebezpieczeństw. Analogicznie rodzice, którzy upubliczniają życie dzieci na portalach społecznościowych, uważają swoje działania za pozytywne (Bierca, Wysocka-Świła, 2019, s. 3).

W Raporcie występuje wiele pytań i stwierdzeń. Jednym z nich jest: „Teraz zobaczysz stwierdzenia dotyczące zagrożeń związanych z wrzucaniem zdjęć lub filmików pokazujących dziecko (dzieci) do mediów społecznościowych. Powiedz proszę, w jakim stopniu zgadzasz się z każdym z nich” (Bierca, Wysocka-Świła, 2019, s. 8). Jest to stwierdzenie, które konfrontuje rodziców z negatywnymi skutkami sharentingu. Za najbardziej szkodliwy skutek rodzice uznali możliwość przejęcia fotografii i wideo, na których uwidoczniłoby się wizerunek dziecka, przez osoby niepożądane. Z całej grupy badawczej wynoszącej 1000 osób aż 84% uznało taki skutek za niebezpieczny. Natomiast w przypadku podziału rodziców na dwie grupy osoby uprawiające sharenting w 76% zgodziły się z tym, że jest to niebezpieczne, a w grupie, w której rodzice nie udostępniali takich treści, za zagrożenie uznało to aż 88%. Można zatem wywnioskować, że ogólna grupa rodziców ma stosunkowo dużą świadomość dotyczącą ryzyka powszechnej dostępności publikowanych przez nich materiałów. W przypadku podziału rodziców na grupę publikujących treści sharentingowe i grupę niepublikujących tych treści można zauważyć różnicę kilkunastu procent. Na tej podstawie można stwierdzić, że osoby publikujące zdjęcia swoich dzieci w internecie bardziej bagatelizują lub nie dostrzegają zagrożeń w potencjalnym skutku, jakim jest wyciek zdjęć poza grupę docelowych odbiorców. Z kolei, idąc tym schematem myślenia, rodzice, którzy nie



upubliczniają wizerunku swoich dzieci w mediach społecznościowych, dostrzegają w znacznie większym stopniu zagrożenia z tego wynikające. Oczywiście poza tym potencjalnym skutkiem badani wskazali inne, jednak w tym przypadku większe zagrożenie dostrzegały osoby niepublikujące w sieci postów z wizerunkiem własnych dzieci (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019, s. 8).

Mimo sporej świadomości ogółu, jak i w przypadku podziału na dwie grupy świadomość konsekwencji, jakie może nieść ze sobą sharenting, jest duża. Jednak mimo wszystko wśród badanej grupy „sharentingowych rodziców” zaledwie 17% ocenia swoje działanie jako negatywne. Na podstawie zestawionych danych można dokonać interpretacji, która wskazuje na to, że rodzice w pełni świadomi potencjalnych konsekwencji i tak dokonują sharentingu. Co wydaje się równie interesujące, najczęściej wymienianym powodem publikowania sharentingowych treści jest chęć wyrażenia dumy z własnego dziecka. Jedna z matek skomentowała to, potwierdzając wyniki w następujący sposób: „Syn jest ze mną na zdjęciach, ale głównie w sytuacjach, kiedy jestem z niego dumna, np. podczas jasełek, jakichś przedstawień” (matka, syn lat 4, mniejsze miasto) (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019, s. 6–8).

Warto zatem zastanowić się nad tym, jakie możliwości okazania dumy czy rodzicielskiej miłości rodzica względem dziecka daje internet. Same w sobie uczucie i motywacja do publikacji wizerunku dziecka nie są złe. Jednak według statystyki występującej w Raporcie 50% rodziców publikujących treści sharentingowe uważa, że prywatność dziecka zależy wyłącznie od nich samych. Z kolei wśród rodziców, którzy tego nie robią, odsetek ten wynosi 45% (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019, s. 6). Zestawiając ze sobą te dwa wyniki, można dojść do przekonania, że nadawcy sharentingowych treści rzadziej będą kierować się uczuciami dziecka, a znacznie częściej będą próbować udowodnić sobie i innym, że są wspierającymi rodzicami zaangażowanymi w życie własnego dziecka. Taka postawa rodzica wobec dziecka to nie tylko zawłaszczenie prywatności małoletniego, to również brak szacunku i odbieranie autonomii. Takie postępowanie może mieć fatalne skutki dla rozwoju oraz funkcjonowania dziecka na aktualnym poziomie, a nawet spowodować poważne konsekwencje na przyszłość. W mojej opinii lekceważenie zdania dziecka czy władowanie jego prywatnością wpisują się w przemoc, a konkretnie jedną z jej form, jaką jest zaniedbanie. Według Iwony Sikorskiej: „Zaniedbywanie jest formą ignorowania podstawowych potrzeb dziecka: fizjologicznych, bezpieczeństwa, przynależności, szacunku i miłości, których niezaspokojenie blokuje jego dalszy rozwój” (Sikorska, 2014, s. 57). Zaniedbanie to chociażby brak szacunku, a ten może wyrażać się poprzez niebranie pod uwagę opinii dziecka lub jej bagatelizowanie. Taka dysfunkcyjna sytuacja może nieść ze sobą szereg konsekwencji, które wpływają na relację rodzic–dziecko. W tym momencie warto posłużyć się kolejnym stwierdzeniem I. Sikorskiej: „Zaniedbywanie wynikać może z bezradności rodzica lub



też z jego ambiwalentnego stosunku do dziecka. Niedostrzeganie czy też lekceważenie przez rodziców sygnałów płynących od dziecka utwierdza je w przekonaniu, że nie jest dla nich cenne, a jego bezbronność, niedoskonałość i niedojrzałość są jego własnym problemem, w rozwiązywaniu którego nie powinno liczyć na jakąkolwiek pomoc” (Sikorska, 2014, s. 57).

W Raporcie ukazano stosunek polskich rodziców do zjawiska sharentingu, co pozwala zbudować pewną tezę na podstawie zebranych danych liczbowych. W moim przekonaniu niepokojąca jest sama skala zjawiska, gdyż badani, którzy zadeklarowali, że upubliczniają wizerunek swoich dzieci, stanowili aż 40%. Wśród tej grupy świadomość potencjalnych zagrożeń była wysoka, co można interpretować jako świadome narażanie własnych dzieci na wiele niebezpieczeństw. Mimo tejsz znajomości zagrożeń można przypuszczać, że za istotne wartości w relacji między dzieckiem a rodzicem nie uznaje się wzajemnego szacunku, pewnego rodzaju partnerstwa czy autonomii drugiej strony. Wspomniany aspekt zaniedbania daje o sobie znać po raz kolejny, ponieważ rodzice, których motywacją jest chęć do wyrażenia dumy z dziecka, kierują się wyłącznie swoim dobrem. Kreują tą drogą wizerunek własnego dziecka w mediach społecznościowych w taki sposób, aby wpasował się on w jego indywidualne preferencje, trendy lub gusta osób, do których adresowane są treści. W przypadku takiej postawy nie uwzględnia się realnych konsekwencji, które mogą negatywnie oddziaływać na dziecko, jego psychikę, emocje czy rozwój. Wymieniona duma jako motywacja daje pewien ogłd na to, jakie znaczenie mają dla współczesnych rodziców media społecznościowe. Bardzo trudno jest dostrzec szansę w sharentingu, opierając się wyłącznie na danych zawartych w raporcie. Oczywiście dużym plusem jest świadomość rodziców w zakresie znajomości potencjalnych zagrożeń, jednakże przewaga niekorzystnych konsekwencji oraz rzeczowe zbadanie tak dużej grupy dają możliwość analizy, która świadczy o tym, że sharenting to współczesne zagrożenie (Bierca, Wysocka-Świtała, 2019).

Porównanie i zestawienie badań Anny Brosch i Raportu

Aby móc uzyskać pełny obraz danego zjawiska, należy zbadać je określonymi metodami badawczymi. Raport opiera się głównie na metodzie ilościowej, z szeroką grupą badawczą. Z kolei badanie Anny Brosch jest oparte na wywiadach przeprowadzonych z właścicielami kont internetowych publikujących treści mające charakter sharentingu. Z tego względu warto zestawić ze sobą najważniejsze i kluczowe wnioski z badań, a następnie dokonać analizy porównawczej. W przypadku obu badań mieliśmy styczność z rodzicami, którzy dzielą się wizerunkiem swojego dziecka w mediach społecznościowych, jednak ich liczba była różna. Badanie A. Brosch opiera się na wąskiej grupie badawczej, z którą przeprowadzono wywiady. Celem badania było



poznanie motywacji i sposobu postępowania właścicieli kont internetowych, którzy publikowali treści sharentingowe. Grupa ta liczyła dziewięć osób, z którymi przeprowadzono wywiad szczegółowy. Natomiast w ogólnopolskim Raporcie badaniem objęto grupę 1000 rodziców, których opinie i zachowanie przeanalizowano pod kątem ilościowym, co daje szerszą perspektywę i pozwala sformułować wiele tez. Kluczową różnicą między badaniami było to, że w badaniu opartym na wywiadzie A. Brosch badano wyłącznie rodziców, którzy publikowali treści zawierające wizerunek dzieci, a w Raporcie uwzględniono również rodziców, którzy tego nie robili. Samo badanie dziewięciorga rodziców doskonale odzwierciedla ich indywidualną sytuację, każdy z badanych podaje konkretne przykłady udostępnianych treści, w tym np. swoją sytuację życiową, co pozwala uzyskać bardzo sprecyzowany schemat działania rodzica. W przypadku Raportu i badania przeprowadzonego na grupie 1000 rodziców wiele zachowań można uśrednić, co pozwala uzyskać obraz statystycznego rodzica i tego, jakie zachowania w sieci podejmuje. W obu badaniach ujęto samą problematykę sharentingu oraz poruszono kwestię jego przyczyn. Dzięki takiemu zestawieniu odmiennych badań można ujrzeć skalę problemu i wskazać, jak dużym jest zagrożeniem. Mimo wielu pozytywnych uczuć, reakcji rodziców na swoje działania nie można tu doszukać się szans dla dziecka. Jest to zjawisko, które może być jedynie pewną formą zaspokojenia pragnień rodziców kosztem bezpieczeństwa dzieci i innych poważnych konsekwencji.

Prawo do prywatności a szansa na sukces w mediach społecznościowych

„Współcześnie z sieci korzystają niemal wszyscy, używając jej jako narzędzia nie tylko w pracy zawodowej, ale przede wszystkim w życiu prywatnym” (Forma, 2019, s. 207). Internet służy więc w znacznej mierze do celów prywatnych. Takim celem jest na przykład sharenting, którego możemy być świadkami bądź sami możemy aktywnie rozpowszechniać zdjęcia swoich dzieci. Jednak czy w takiej sytuacji ten prywatny użytek sieci nie staje się publiczny, skoro momenty z prywatnego życia nie są dostępne na wyłączność dla grona bliskich osób? W przypadku sharentingu nie wolno zapominać o takich kwestiach jak prawo do prywatności, które można rozumieć wielorako, o czym stanowi prawo krajowe i międzynarodowe. Na przykład artykuł 16 Konwencji o prawach dziecka mówi, że: „Żadne dziecko nie będzie podlegało arbitralnej lub bezprawnej ingerencji w sferę jego życia prywatnego, rodzinnego lub domowego czy w korespondencję ani bezprawnym zamachom na jego honor i reputację” (Konwencja o prawach Dziecka, 1989). Obowiązujące przepisy jasno stanowią, że wizerunek dziecka wpisujący się w jego sferę prywatną powinien być należycie chroniony, ale przede



wszystkim nikt nie powinien ingerować w tę kwestię. Dbanie o wizerunek dziecka spoczywa jednak na osobach sprawujących prawną opiekę, a do takich osób najczęściej zaliczają się rodzice. Wedle własnej woli wyznaczają oni granicę między tym, co publiczne, a tym, co prywatne. Znając już pewne upodobania względem dzielenia się życiem swoich dzieci w mediach, warto zauważyć, że robią to zarówno „zwykli ludzie”, jak i osoby rozpoznawalne, mające szeroką publiczność w swoich mediach społecznościowych, przez co trudniej zachować wspomniane prawo do prywatności. W cyberprzestrzeni można spotkać się chociażby z influencerami czy innymi osobami, które wykorzystują swoją rozpoznawalność na rzecz podejmowania wszelkiego rodzaju współprac reklamowych. Bardzo często tego typu współprace dotyczą produktów czy usług skierowanych do dzieci, więc są również reklamowane przez inne dzieci. Aby jednak przyciągnąć uwagę widzów, obserwatorów, należy przede wszystkim w atrakcyjny sposób relacjonować życie dziecka. W tym może pomóc prenatal sharenting, który można zdefiniować następująco: „Prenatal sharenting to zjawisko udostępniania w sieci wyników obrazowych badań prenatalnych. Publikowanie zdjęć ultrasonograficznych wykonywanych już między 12. a 20. tygodniem ciąży staje się coraz bardziej powszechne, szczególnie jako ogłoszenie w internecie wiadomości o ciąży” (Grabalska, Wielki, 2022, s. 56).

Dzieci stanowią nieodłączną część życia rodziców. Ukazywanie ich w internecie tworzy pewnego rodzaju więź między nadawcą a odbiorcą treści. Dodatkowo przyciąga to nowe grupy obserwujących, takich jak rodzice czy osoby zainteresowane tematyką parentingową. Ukazywanie ciąży, a następnie bardzo intymnych przeżyć, takich jak badania ginekologiczne czy już sam poród, mogą być formą automarketingu i szansą na stworzenie internetowej kariery własnemu dziecku już od chwili poczęcia. Rodzic upubliczniający wizerunek własnego dziecka już od poczęcia w pewien sposób uprzedmiotawia je. Tworzy mu w ten sposób określony wizerunek, który w przyszłości może być różnie postrzegany. Twórcy internetowi, którzy praktykują parental sharenting, bardzo często już wtedy zarabiają na aktywnościach w sieci powiązanych z rodzicielstwem. Można to uznać za przekształcenie się parental sharentingu w sharenting komercyjny. „Commercial sharenting polega na współpracach reklamowych, które tworzą na swoich profilach rodzice i w których udział biorą ich dzieci. Sharenting komercyjny tworzony jest dla zysku finansowego” (Grabalska, Wielki, 2022, s. 56). Tego typu zjawisko łączy w sobie obie formy sharentingu, które w późniejszym czasie już po przyjściu dziecka na świat pozostają wyłącznie sharentingiem komercyjnym. Osobie śledzącej tego rodzaju treści nie zawsze łatwo jednoznacznie określić, czy dziecko jest zmuszane do występowania na profilu rodzica, czy ma do tego neutralny, a nawet pozytywny stosunek. Często zyski ze współprac reklamowych, w których uczestniczą dzieci, całkowicie trafiają do rodziców. Rodzice w pewnym sensie monetyzują dziecko, stając się niejako źródłem



dochodu. Może to budzić sporo kontrowersji, zwłaszcza jeśli pieniądze z owych współprac nie są przeznaczone na zaspokojenie potrzeb dziecka lub rzeczy powiązane z jego rozwojem czy funkcjonowaniem rodziny. Równie istotne w przypadku dzieci, których dorastanie obserwuje cały świat, jest to, że tracą one swoją anonimowość. Wszelkie kryzysy, błędy, znaczące sytuacje, ale i sukcesy są publikowane w mediach. To sprawia, że dziecko będzie poddawane krytyce – zarówno tej konstruktywnej, jak i hejtowi. Zgodnie z definicją *Miejskiego słownika slangu i mowy potocznej* hejt to „negatywna opinia na tematy związane z wyglądem osoby, zachowaniem danej osoby lub grupy, jej pracą i twórczością, wydarzeniami. Za genezę hejtu uznaje się fora dyskusyjne lub obszary do komentowania w Internecie, a swoją polską nazwę zawdzięcza od [sic!] angielskiego słowa hate, czyli nienawidzić, nienawiść [...]” (Urbanek, 2018, s. 220). Ingerencja osób trzecich w życie rozwijającego się umysłu dziecka stanowczo wpływa na jego samoocenę i postrzeganie innych. Wrzuca to je w pewien konkretny schemat funkcjonowania, który może znacząco wpłynąć na wiele istotnych decyzji, ogólne funkcjonowanie, jak i rozwój moralny. Kluczowa w takim przypadku jest również postawa rodziców, którzy w znacznym stopniu powinni rozmawiać z dzieckiem, wspierać, a w razie potrzeby skorzystać z porad profesjonalistów. Zastanawiającą kwestią w przypadku sharentingu komercyjnego jest też styczność dziecka od najmłodszych lat z urządzeniami elektronicznymi. Wpływają one na szeroko pojęty rozwój dziecka. To media, z których czerpie i w których uczestniczy, obrazują mu granicę między tym, co realne, a tym, co nieprawdziwe: „Natłok informacji docierających do dzieci sprawia, że nie potrafią one odróżnić fikcji od rzeczywistości” (Nosek-Kozłowska, 2023, s. 44). Tak funkcjonujące dziecko może przywiązywać się do urządzeń multimedialnych, odbierać różnego rodzaju treści zamieszczane w sieci, co wpływa na kształtowanie się jego języka oraz motoryki. Parental sharenting i sharenting komercyjny to zjawiska, w przypadku których zgoda nieletnich na udostępnianie wizerunku nie jest jakkolwiek uwzględniona. W przypadku parental sharentingu dziecko jest całkowicie zależne od matki. Osaczanie go multimediami nie sprzyja swobodnemu rozwojowi, a upublicznianie wizerunku na tak wczesnym etapie może spowodować negatywne skutki na przyszłość. Sharenting komercyjny podaje w wątpliwość etyczne aspekty postępowania rodziców wobec dziecka, dla którego korzystniejszy byłby rozwój naturalny, a nie pod okiem obiektywu kamery. Oswajanie dziecka z elektroniką powinno odbywać się stopniowo. Jednak dzieci, które regularnie są nagrywane i fotografowane, uznają urządzenia multimedialne za coś niezbędnego i nieodłącznego w codziennym funkcjonowaniu. Może to prowadzić do uzależnień od samych urządzeń, jak i mediów społecznościowych. Dziecko, które nieustannie widzi ekran, nie jest w stanie w pełni eksplorować otaczającego go świata, uczyć się poprzez zabawę, ponadto może czuć się przebodźcowane. Parental sharenting oraz sharenting komercyjny to z perspektywy



rodzica będącego twórcą internetowym możliwość rozwoju kariery, zdobywanie ofert współpracy, ale i szansa na zaspokojenie zainteresowania osób obserwujących. Grupa odbiorców konkretnego twórcy również oczekuje i wspiera tego typu działania rodziców, którzy aby utrzymać przy sobie widownię, muszą udostępniać nieustannie nowe treści. Ich uatrakcyjnieniem może być obecność dziecka. Szanse, jakie zapewne można dostrzec w przypadku obu rodzajów sharentingu, to budowanie pozycji w mediach, ale i poruszanie ważnych społecznie tematów, takich jak chociażby normalizacja zmieniającego się ciała kobiet ciężarnych czy dobór akcesoriów dla dzieci. Może to się przyczynić do tworzenia społeczności parentingowych skupionych wokół twórcy. Zestawiając ponownie wymienione typy sharentingu, w przypadku ogromnej publiki zebranej wokół dziecka reklamującego konkretny towar lub zdjęcia dziecka będącego w stadium rozwoju prenatalnego, należy zadać pytanie, czy rodzice uwzględniają prawo dziecka do prywatności. Odpowiedź nie jest jednoznaczna, gdyż z jednej strony dziecko poczęte oraz dziecko urodzone funkcjonują w zupełnie innej rzeczywistości, a także na pewnych poziomach podlegają innym przepisom prawnym. „Multimedia i mass media bardzo intensywnie wkroczyły w życie dzieci, nabierając w nim coraz większego znaczenia” (Nosek-Kozłowska, 2023, s. 47). Rosnąca rola mediów nie powinna naruszać intymności, godności, a przede wszystkim prawa decydowania o swojej prywatności i wizerunku zarówno w przypadku dziecka, jak i osoby dorosłej. Artykuł 23 Kodeksu cywilnego stanowi, że: „Dobra osobiste człowieka, jak w szczególności zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska, pozostają pod ochroną prawa cywilnego niezależnie od ochrony przewidzianej w innych przepisach” (Kodeks cywilny, 1964). Kierując się tym przepisem, warto dostrzec, że wizerunek jest na tyle istotny w życiu człowieka, że należy mu się ochrona niezależnie od wieku.

Ogólne zagrożenia i szanse wynikające ze zjawiska sharentingu

Udostępniane przez rodziców treści powiązane z dziećmi, niezależnie od tego, co prezentują, czy chociażby od swojego zasięgu, są pewnym niezbywalnym śladem pozostawionym w cyberprzestrzeni, co może nieść ze sobą konkretne skutki. Wśród szans, które oferuje sharenting, warto wyróżnić jego wartość marketingową, gdyż pozwala on na zaistnienie dziecka w mediach społecznościowych. Może być podwaliną pod dalszy rozwój i karierę w dorosłym życiu. Portale społecznościowe są również doskonałym sposobem na autopromocję dzieci, szczególnie jeśli są zaangażowane w działalność sportową lub artystyczną, gdyż dają możliwość zdobycia rozgłosu, a nawet bycia zauważonym przez osoby właśnie ze środowisk sportowych lub artystycznych. Pomimo



pewnych szans istnieją także negatywne konsekwencje umieszczania wizerunku dzieci w świecie wirtualnym, do których należy szeroko pojęta cyberprzemoc. Można ją interpretować jako wirtualne znęcanie się jednego użytkownika sieci nad innym lub tak, jak czyni to Łukasz Wojtasik, który pisze, że zjawisko „cyberprzemocy najkrócej definiuje się jako przemoc z użyciem technologii informacyjnych i komunikacyjnych” (Wojtasik, b.d., s. 1). Dziecko, którego rodzic publikuje zdjęcie lub nagranie zawierające jego wizerunek, narażone jest na szykanowanie przez rówieśników w realnym życiu, a także w świecie wirtualnym za sprawą hejtu lub przerabiania dostępnych materiałów na memy. Poza rówieśnikami dostęp do wizerunku dziecka mają osoby obce, które mogą jeszcze bardziej rozpowszechnić lub przerobić zdjęcia i nagrania. Cyberprzemoc może mieć również formę cyberstalkingu, czyli obsesyjnego śledzenia i nękania innej osoby w internecie. Jest to o tyle niebezpieczna sytuacja, że cyberstalker gromadzi wszelkie dostępne informacje na temat swojej ofiary, która może być przez niego nękana wiadomościami. Stalker może przenieść swoje poczynania do świata rzeczywistego, co stwarza również zagrożenie fizyczne. Wszelkiego rodzaju zdjęcia czy filmy połączone z wpisami rodziców są pewnego rodzaju okazją dla stalkerów. Mogą oni, na podstawie takich informacji, ustalić, jak wygląda plan dnia dziecka, jak i z kim spędza wolny czas, do jakiej szkoły lub przedszkola chodzi i gdzie mieszka. Taka wiedza może ułatwić potencjalny atak na dziecko, którego można było uniknąć, chroniąc swoją prywatność w internecie. Innym bardzo prężnie rozwijającym się procederem jest kradzież tożsamości, która daje wiele sposobów na wykorzystanie powszechnie dostępnych zdjęć.

W szczegółowy sposób specyfikę zjawiska opisują słowa: „Wraz z rozwojem sieci internetowej pojawili się «posers», czyli osoby tworzące konta na portalach społecznościowych przy wykorzystaniu zdjęć i informacji dotyczących innych osób. Jeżeli sprawca tego typu kradzieży tożsamości jest w stanie zbudować odpowiednią historię do tożsamości, którą wykorzystuje, przez długi czas może pozostać niewykryty” (Męzik, 2022, s. 58). Takie wykorzystywanie cybertożsamości może służyć chociażby do organizowania fikcyjnych zbiórek internetowych, kiedy to przestępca podszywający się pod profil fundacji wykorzystuje zdjęcia i/lub dane dziecka znalezione w internecie. Następnie poddaje zdjęcia i/lub dane dziecka obróbce adekwatnie do wymyślonej historii. Do zamieszczonej zbiórki dodaje fikcyjny opis i tym sposobem wywołuje współczucie w innych użytkownikach, którzy wpłacają pieniądze. Poza istotnym aspektem, jakim jest kradzież tożsamości, dochodzi również do wykorzystania zaufania społecznego do wszelakich organizacji charytatywnych czy fundacji. Kolejnym zjawiskiem, jakie można powiązać z sharentingiem, jest zanik unikatowego charakteru rodziny: „Jeżeli natomiast rodzina ogniskuje się wokół treści i form czerpanych z telewizji i Internetu, to niejednokrotnie zupełnie nieświadomie przyswaja z ich



przekazów obce sobie wzorce zachowań, słownictwo i przedmioty, normy i wartości, upodobania i cele życiowe, a w konsekwencji osłabia swoją tożsamość” (Dyczewski, 2005, s. 238). W przypadku sharentingu rodzice często ulegają aktualnie panującym trendom, które mogą dotyczyć chociażby kwestii wychowawczych. Wpływają one na przykład na ubiór dziecka, jego dietę i zachowanie, nie uwzględniając preferencji i autonomii dziecka. Rodzic narzuca w pewien sposób schemat, do którego dziecko musi się wpasować, aby opiekunów. Rodzice inspirowani wizją dziecka, które zobaczyli w internecie, starają się upodobnić własne standardy do często wygórowanych, a wręcz nierealnych standardów. Takie usilne zmienianie własnego dziecka na potrzebę zdjęcia lub filmiku wpływa w znacznym stopniu na relację dziecko–rodzic. Kreowanie fałszywego obrazu własnego dziecka może odebrać mu poczucie sprawstwa w realnym życiu ze względu na to, że niezależnie od swoich starań nie będzie w stanie sprostać wymaganiom w takim stopniu, w jakim wymagają tego rodzice. Patologiczne dążenie do doskonałości względem wizerunku własnego dziecka być może wzbudzi aprobatę odbiorców udostępnianych treści. Jednakże dziecko może czuć, że miłość rodziców nie jest bezwarunkowa i jest nią darzone do momentu, kiedy wpasowuje się w narzucony schemat. Dziecko poprzez brak akceptacji własnego „ja” ze strony rodziców może mieć niskie poczucie własnej wartości. Może także odrzucić to, kim faktycznie jest, przybierając maskę idealnego dziecka. Szanse i zagrożenia są niezwykle istotnym i złożonym zagadnieniem, tak naprawdę zależą wyłącznie od perspektywy, w której się znajdujemy, i od tego, jakie rezultaty chcemy uzyskać.

Wnioski

Odpowiadając na pytanie badawcze, należy stwierdzić, że sharenting jest zarówno zagrożeniem, jak i szansą dla dziecka i jego rodziny. Jest to o tyle ważne, że w literaturze przedmiotu znacznie częściej zauważa się jego negatywne skutki, przy odrzuceniu potencjalnych pozytywnych efektów. Jednakże również w mojej opinii zdecydowanie dominującymi skutkami sharentingu są potencjalne zagrożenia dla dziecka i jego najbliższej rodziny. Weryfikując hipotezę „H: Zagrożenia przeważają nad szansami w zakresie zjawiska sharentingu”, należy więc stwierdzić, że sharenting jest w znacznie większym stopniu zagrożeniem niż szansą, co widać na podstawie wniosków zarówno z badań Raportu, jak i badania A. Brosch. Zdecydowanie więcej jest potencjalnych zagrożeń, a także tego, co kieruje rodzicami produkującymi takie treści. Nie można jednakże zapominać o potencjalnych szansach, takich jak możliwość uzyskania sławy czy zarobku przez dziecko w przyszłości, gdyż jest to poniekąd „budowanie marki”. Przy czym ta szansa nie zawsze jest dobrze wykorzystywana. Może mieć bowiem znamiona wysługiwania się dzieckiem i traktowania go przedmiotowo, a także wiele innych



negatywnych skutków, które znacznie przeważają nad pozytywnymi efektami, głównie o charakterze finansowym. Ujemne strony sharentingu to na przykład: 1) wstawianie zdjęć dzieci przez rodziców pomimo znajomości potencjalnych zagrożeń; 2) uznanie przez rodziców, że mają oni wyłączne prawo do decydowania o wizerunku dziecka, bez uwzględnienia jego prawa do prywatności; 3) kierowanie się subiektywnym uczuciem przez rodzica, którego główną motywacją do udostępniania treści sharentingowych jest duma z dziecka; 4) fakt, że zaledwie kilkanaście procent rodziców dostrzega w swoim postępowaniu coś złego, a także inne negatywne skutki i potencjalne zagrożenia omówione w tekście.

Ponadto można dojść do dodatkowych konkluzji, że sharenting jest zjawiskiem społecznym, które można różnie klasyfikować, a wraz z rozwojem internetu, portali społecznościowych i rosnącą liczbą ich użytkowników treści ukazujących wizerunek dziecka będzie przybywać, a tym samym poszerzą się również zagrożenia i możliwości. Postęp technologiczny niesie ze sobą coraz bardziej skomplikowane funkcje, a rozwijająca się sztuczna inteligencja, mimo że pierwotnie miała służyć ludziom w dobrej sprawie, często jest wykorzystywana do krzywdzących ich przedsięwzięć. Sharenting swoją siłą oddziaływania ingeruje w każdą sferę życia dziecka – psychikę, emocje oraz cielesność. Brak możliwości harmonijnego rozwoju dziecka zgodnie z jego możliwościami oraz przebudźcowanie wynikające z jego zaznajomienia ze światem wirtualnym mogą skutkować zaburzeniami rozwoju na różnych płaszczyznach. Rodzicielstwo XXI wieku stawia przed rodzicami nowe wyzwania, którym muszą oni sprostać. Ochrona prywatności i wizerunku to kluczowa kwestia zwłaszcza w przypadku dzieci, które znajdują się pod opieką dorosłych. To od ich postępowania zależy, co z tym wizerunkiem się stanie. Powinni oni wziąć pod uwagę, że tak naprawdę kluczowe jest bezpieczeństwo dziecka, którego nie warto narażać niezależnie od tego, jakich korzyści może dostarczyć publikowanie jego wizerunku. Spoglądając na sharenting z perspektywy społecznej, należy uznać, że jest on zdecydowanie bardziej szkodliwy niż pozytywny, gdyż często przynosi szkody, w których sankcjonowanie muszą być włączone służby. Wbrew panującym trendom związanym z tworzeniem cybertožsamości dziecka w internecie opiekunowie powinni uszanować prywatność dziecka i dać mu możliwość samodzielnego podjęcia decyzji o upublicznianiu wizerunku w przyszłości. Sharentingowi należy przeciwdziałać, gdyż jest w zdecydowanie większym stopniu zagrożeniem. Dyskredytuje to ewentualne szanse, które w obliczu potencjalnych niebezpieczeństw okazują się marginalne.

Należy zwrócić uwagę, że zarówno badania A. Brosch, jak i badania zawarte w raporcie sporządzonym przez redakcję Clue PR pod przewodnictwem M. Biercy i A. Wysokiej-Świtały dotyczą lat przedpandemicznych. Pierwsze pochodzą z 2017, a drugie z 2019 roku. W trakcie pandemii wiele mediów społecznościowych zyskało



większą popularność (TikTok czy Instagram). Pojawiły się również nowe formy publikowania treści, takie jak Reels na platformie Instagram czy Shorts na platformie YouTube. Warto zatem w przyszłości zbadać, jak na rozwój sharentingu wpłynęły pandemia, lata postpandemiczne i rozwój powyższych platform. Powstała bowiem luka badawcza, którą w przyszłych badaniach trzeba wypełnić.

Bibliografia

- Bąk, A. (2016). *Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko*. „Media i Społeczeństwo”, 6, s. 133–146.
- Bierca, M., Wysocka-Świtła, 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*, s. 4. <https://cluepr.pl/wp-content/uploads/2019/10/Sharenting-czyli-dzieci-w-sieci-pierwszy-raport-w-Polsce.pdf>.
- Blecher-Prigat, A. (2020). *Children’s Right to Privacy*. [W:] *The Oxford Handbook of Children and the Law*, ed. J. G. Dwyer. Oxford.
- Borkowska, A., Witkowska, M. (2020). *Sharenting i wizerunek dziecka w sieci*. Warszawa: NASK – Państwowy Instytut Badawczy. https://cyberprofilaktyka.pl/publikacje/Poradnik_sharenting_www.pdf (dostęp: 13.02.2024).
- Brosch, A. (2017). *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?* [W:] *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa*, red. H. Krauze-Sikorska, M. Klichowski. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, s. 379–399.
- Dyczewski, L. (2005). *Więź rodzinna a media elektroniczne*. „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, 67(1), s. 225–242.
- Forma, P. (2017). *Zaangażowanie rodziców w przestrzeni mediów społecznościowych (na przykładzie zjawiska sharentingu)*. „Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy. Nauki Społeczne”, 4, s. 76–91.
- Forma, P. (2019). *Internetowa wizualizacja życia rodzinnego na przykładzie zjawiska sharentingu*. „Edukacja – Technika – Informatyka”, 4(30), s. 205–210. <https://doi.org/10.15584/eti.2019.4.27>.
- Grabalska, W., Wielki, R. (2022). „Czy dzieci powinny trafiać do sieci?” *Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu*. „Prawo w Działaniu. Sprawy karne”, 49, s. 50–66. <https://doi.org/10.32041/pwd.4904>.
- Kodeks cywilny. (1964). Dz.U. z 1964 r. Nr 16, poz. 93.
- Konwencja o prawach dziecka. (1989). ONZ, Dz.U. z 23 grudnia 1991 r. Nr 120, poz. 526.
- Kotyśko, M., Izdebski, P. (2012). *Autoprezentacja na portalu społecznościowym Facebook a narcyzm*. [W:] *Funkcjonowanie współczesnych młodych ludzi w zmieniającym się świecie*, red. H. Liberska, A. Malina, D. Suwalska-Barancewicz. Warszawa.
- Męzik, A. (2022). *Rodzaje kradzieży tożsamości oraz przypadki kradzieży tożsamości w Polsce*. „Biuletyn Kryminologiczny”, 21, s. 54–66. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7827844>.



- Nosek-Kozłowska, K. (2023). *Oddziaływanie mediów elektronicznych na rozwój i wychowanie małego dziecka – narracje pedagogów*. „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze”, 620(5), s. 39–48. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0053.6036>.
- Sikorska, I. (2014). *Dziecięca trauma: psychologiczne konsekwencje dla dalszego rozwoju*. „Sztuka Leczenia”, 29(3–4). <http://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/5796> (dostęp: 13.02.2024).
- Urbanek, G. (2018). *Hejt jako społeczny przejaw patologii w internecie. Próba klasyfikacji adresatów*. „Kultura Bezpieczeństwa. Nauka – praktyka – refleksje”, 29, s. 218–237. <https://doi.org/10.24356/KB/29/10>.
- Wojtasik, Ł. (b.d.). *Cyberprzemoc – charakterystyka zjawiska, skala problemu, działania profilaktyczne*. Fundacja Dzieci Niczyje. <https://www.sp118.pl/userdata/projekty/internet/cyberprzemoc.pdf> (dostęp: 15.02.2024).