

Objavlivanje dječjih fotografija i osobnih podataka na internetu od strane roditelja predškolske djece

Knežević, Mia

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Teacher Education / Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:147:145734>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-05**

Repository / Repozitorij:

[University of Zagreb Faculty of Teacher Education - Digital repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
RANI I PREDŠKOLSKI ODGOJ I OBRAZOVANJE**

**MIA KNEŽEVIĆ
DIPLOMSKI RAD**

**OBJAVLJIVANJE DJEČJIH FOTOGRAFIJA
I OSOBNIH PODATAKA NA INTERNETU
OD STRANE RODITELJA PREDŠKOLSKE
DJECE**

Zagreb, lipanj 2020.

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
IZVANREDNI DIPLOMSKI STUDIJ RANI I PREDŠKOLSKI
ODGOJ I OBRAZOVANJE
(ZAGREB)**

KOLEGIJ: DIJETE, ODGOJITELJ, RODITELJI, MEDIJI

DIPLOMSKI RAD

IME I PREZIME PRISTUPNICE: Mia Knežević

TEMA DIPLOMSKOG RADA: Objavljivanje dječjih fotografija i osobnih podataka na internetu od strane roditelja predškolske djece

MENTORICA: doc. dr. sc. Lana Ciboci

Zagreb, lipanj 2020.

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	II
SUMMARY	III
UVOD.....	1
1. MEDIJI I OBITELJ	2
2. INTERNET U OBITELJI.....	5
3. RODITELJI I OBJAVLJIVANJE FOTOGRAFIJA I OSOBNIH PODATAKA DJECE.....	8
4. ZAŠTITA PRIVATNOSTI I OSOBNIH PODATAKA DJECE	10
5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	13
5.1. METODA I MJERNI INSTRUMENT ISTRAŽIVANJA	13
5.2. UZORAK I PROCEDURA ISTRAŽIVANJA	13
5.3. PREDMET I CILJ ISTRAŽIVANJA.....	14
5.4. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA	15
6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA	15
ZAKLJUČAK.....	42
LITERATURA:.....	44
IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI DIPLOMSKOG RADA	49

SAŽETAK

Razvojem tehnologije mediji su postali sveprisutni u životima ljudi te su neprimjetno počeli utjecati na osobni svjetonazor, mišljenje i odluke. Osobito su tome pridonijele društvene mreže. Kao jedan primjer brzorastućeg i sveprisutnijeg fenomena, pod nazivom *sharenting*, primijećeno je učestalo objavljivanje dječjih fotografija i osobnih podataka na internetu od strane roditelja djece predškolske dobi. Metodom ankete ovaj rad propituje roditeljske navike i stavove o njihovim aktivnostima na društvenim mrežama, odnosno učestalosti i razloge objavljivanja fotografija i osobnih podataka vlastite djece na društvenim mrežama. Također, rad želi ispitati i svjesnost roditelja o potencijalnim rizicima navedenih radnji te o nemogućnosti djeteta da samostalno stvara svoj digitalni identitet. Uzorak istraživanja obuhvaća 475 roditelja djece predškolske dobi na području Republike Hrvatske. Istraživanjem su potvrđene hipoteze da je većina roditelja djece predškolske dobi svjesna da objavljivanjem dječjih fotografija i osobnih podataka na društvenoj mreži stvaraju djetetov digitalni identitet te da iskazivanje ljubavi nije najčešći razlog roditeljskog objavljivanja dječjih fotografija.

Ključne riječi: mediji, sharenting, djeca, roditelji, digitalni identitet

SUMMARY

With the development of technology, the media have become ubiquitous in people's lives and have started to affect their worldviews, opinions and decisions. Social networks, especially, contributed to this. One example of a fast-growing and ubiquitous phenomenon, called sharenting, has been the frequent publication of child photographs and personal information on the Internet by parents of pre-school children. Using a survey method, this paper questions parents' habits and attitudes about their activities on social networks, that is, the frequency and reasons for posting photos and personal information of their children on social networks. The paper also seeks to examine parents' awareness of the potential risks of these actions and the inability of the child to create his or her digital identity on his own. The sample includes 475 parents of preschool children in the Republic of Croatia. The study confirmed the hypotheses that the most parents of preschool children are aware that posting children's photos and personal information on a social network creates a child's digital identity, and that showing love is not the most common reason for publishing children's photos by their parents.

Keywords: the media, sharenting, children, parents, digital identity

UVOD

U prošlosti smo imali jednake šanse u osobnom predstavljanju, bez predrasuda i unaprijed formiranih mišljenja drugih ljudi o nama. Danas to više nije moguće jer se sve više privatnih informacija nalazi na društvenim mrežama te se ne ostavlja čar postepenog upoznavanja nego je sve unaprijed pokazano. Mlađe generacije, uz neke iznimke, odrasle su uz medijsko nametanje određenog javnog mišljenja te često priklanjanje tom mišljenju bez mnogo vlastita promišljanja. Tomu u prilog ide i sve prisutniji novonastali izraz *sharenting* koji je nastao spajanjem engleskih riječi *sharing* i *parenting* koji se odnosi na učestalu roditeljsku praksu objavljivanja detaljnih informacija o svojoj djeci na društvenim mrežama.

Ovaj rad sagledat će mišljenja i saznanja hrvatskih i svjetskih autora o toj temi te poslužiti kao referentna točka istraživanju roditeljskih stavova o trendu dijeljenja fotografija i osobnih podataka vlastite djece. Na području Republike Hrvatske dosad nije provedeno takvo istraživanje te se smatra kako će ovaj rad biti dobra polazišna točka za daljnje analize ove tematike. Prvenstveno će se u radu sagledati šira slika prisutnosti medija u obitelji oslanjajući se na zakonsku regulativu i provedena istraživanja u dobi djece od 3 do 7 godina. Zatim će fokus biti na internetu kao najprisutnijem mediju i dječjim aktivnostima na internetu te smjernicama za roditeljsko posredovanje. U trećem poglavlju dobit će se bolji uvid u roditeljsko (ne)slijedeće trendova, njihovu ulogu u razlučivanju najboljih interesa za dijete te razloge česte aktivnosti na društvenim mrežama što dovodi do poglavlja o zaštiti privatnosti djece. Ono nadopunjuje zakonsku regulativu upućujući na zaštitne mjere i eventualne kaznene posljedice te upozorava na moguće rizike i opasnosti.

Dobivši uvid u brzorastući fenomen otkrivanja privatnih informacija velikom broju ljudi, nastale su hipoteze ovog istraživanja koje se oslanjaju na učestalost i razloge roditeljskog objavljivanja dječjih fotografija, svjesnost o stvaranju djetetovog identiteta na društvenim mrežama te svjesnost o potencijalnim opasnostima objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka. Istraživanje je provedeno *online* anketom te obuhvaća 475 roditelja djece predškolske dobi. Rezultati istraživanja i rasprava pokazat će koliko često i kojim povodom roditelji predškolske djece objavljuju njihove fotografije na društvenim mrežama, kao i njihove stavove o potencijalnim rizicima i opasnostima.

1. MEDIJI I OBITELJ

Medijska djelatnost u Hrvatskoj propisana je Zakonom o medijima (2004) koji u članku 16., stavku 1., određuje da su mediji dužni poštovati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast građana, a osobito djece, mladeži i obitelji bez obzira na spol i spolno opredjeljenje. Nadalje, zabranjuje se objavljivanje informacija kojima se otkriva identitet djeteta, ukoliko se time ugrožava djetetova dobrobit. Srodan zakon koji konkretizira pojam osobnih podataka jest Zakon o zaštiti osobnih podataka (2012) u kojem se u članku 2., stavku 1., navodi da je osobni podatak svaka informacija koja se odnosi na identificiranu fizičku osobu ili fizičku osobu koja se može identificirati. To se odnosi na izravno ili neizravno utvrđivanje identiteta, a posebice na temelju identifikacijskog broja ili jednog ili više obilježja specifičnih za njezin fizički, psihološki, mentalni, gospodarski, kulturni ili socijalni identitet. Stoga je jasno da za medije postoje ograničenja slobode objavljivanja pojedinih informacija, što se ne mora uvijek odnositi i na obiteljski suživot djece i roditelja.

Prema izvješću o korištenju medija među djecom i roditeljima (Ofcom, 2017), pokazalo se da u dobi od 3 do 4 godine 1% djece posjeduje pametni telefon, a 21% njih tablet. Čak 96% djece provodi otprilike 15 sati tjedno gledajući televiziju, a 41% gleda televiziju na drugom uređaju (najčešće tabletu). Čak 40% djece igra igrice otprilike 6 sati tjedno, dok 53% djece možemo pronaći *online* otprilike 8 sati tjedno. Od tog broja djece, 71% njih internetu pristupa preko tableta. 48% ih koristi YouTube od čega je 52% djece izjavilo da najviše vole gledati crtiće, dok 15% djece prati *unboxing* videe, odnosno one u kojima se neki proizvod otvara i prezentira. No, rezultati su pokazali i da niti jedno dijete nema vlastiti profil na društvenim mrežama. U dobi od 5 do 7 godina brojke se povećavaju tako da 5% djece posjeduje pametni telefon, a 35% njih koristi svoj tablet. Međutim, 95% djece gleda televiziju oko 13 i pol sati tjedno, a 49% prati televizijske programe na drugom uređaju (također, najčešće na tabletu). Zatim, 66% ih igra igrice otprilike 7 i pol sati tjedno, a najveći postotak od 79% ih je *online* oko 9 sati tjedno. Od tog broja, čak 63% djece internetu pristupa preko tableta. Broj se povećao na 71% pri korištenju YouTubea od čega ih se 30% izjasnilo da gleda crtiće, a 18% da gleda smiješne video uratke ili tzv. prankove. U ovoj dobi 3% djece ima vlastiti profil na društvenim mrežama, a izjavljuju da bi im najviše nedostajala televizija od svih uređaja i medija. Iz podataka

se može naslutiti da su razni oblici medija prisutni u obiteljskim kućama još od najranije dobi. Za Nancy Carlsson-Paige (2008: 19) to predstavlja pravi razlog za zabrinutost navodeći: „Zabavni mediji prečesto zamjenjuju aktivnu, usmjerujuću dječju igru i socijalizirajuće vrijeme s vršnjacima i obitelji“. Ističe kako su djeca preizložena nasilnim i zastrašujućim vijestima koji mogu djecu uplašiti i na neki način ih učiniti da se osjećaju nezaštićenima. S druge strane, prenaplašene marketinške kampanje koje su usmjerene striktno na djecu te ih odgajaju u smjeru vrednovanja onoga što imaju više od onoga što sami jesu, i na roditelje stvaraju gotovo neizdrživ pritisak. Stoga Carlsson-Paige (2008: 19) vidi uzročno-posljedičnu vezu između navedenog i oslanjanja na elektroničke dadilje poput televizije, tableta i ostalih uređaja.

Neminovno je da roditelji imaju odgovornost zaštite djece pa neki od istraživača (Mascheroni, Ponte, Jorge, 2018) zagovaraju roditeljsku medijaciju, odnosno različite roditeljske prakse reguliranja dječjeg korištenja medija. Uz želju da zaštite djecu od negativnih i neželjenih utjecaja, roditeljima je važno djecu na siguran način uvesti u svijet medija pa koriste različite strategije kako bi regulirali njihovo korištenje. Livingstone i suradnici (2017) naglašavaju dvije glavne kategorije roditeljske medijacije – omogućavajuću i ograničavajuću. Omogućavajuća se odnosi na dječje korištenje i angažiranost na internetu, ali uz roditeljsku interakciju, podršku i zdravu dozu roditeljske kontrole. Ograničavajuća roditeljska medijacija zbog učestalih roditeljskih zabrana može često rezultirati rizičnim situacijama u kojima će djeca vrlo malo ili nimalo informirati roditelje o svojim aktivnostima na internetu (Livingstone i sur., 2017). Koji god oblik roditelji odabrali, složit će se da medijski odgoj počinje u obiteljskoj kući od najranije dobi (Livingstone i sur., 2017).

Promatrajući stanje u Hrvatskoj, podaci prvog nacionalnog istraživanja (Buljan Flander, 2017) o predškolskoj djeci pred malim ekranima pokazali su da se pravila koja roditelji postavljaju djeci u vezi korištenja elektroničkih uređaja uglavnom odnose na ukupno dozvoljeno vrijeme korištenja. Svaki deseti roditelj nikad nije odredio djetetu koje sadržaje smije ili ne smije gledati, što je nerijetko puno važnije od količine vremena provedenog pred ekranom. Istraživanje pokazuje i da pojedini roditelji daju djetetu dodatne minute vremena pred ekranom te to smatraju nagradom, dok kaznu predstavlja smanjivanje ili ukidanje minuta. U međuvremenu, čak 70% djece koristi televiziju, a 75% djece tablet bez nadzora. To

je rezultiralo roditeljskim priznanjima (svaki peti roditelj) da nikada ili rijetko gledaju sadržaje zajedno sa svojim djetetom te da nakon što dijete vidi neki sadržaj na televiziji, petina roditelja nikada ili tek ponekad razgovara s djetetom o onome što je gledalo (Buljan Flander, 2017). Tek 11% roditelja uvijek gleda sadržaje zajedno s djetetom, a svaki četvrti roditelj osigurava programe koji prate aktivnosti djeteta i koji blokiraju neprimjerene sadržaje. Usprkos tome, gotovo 20% roditelja ne zna što su programi za praćenje aktivnosti niti imaju li ih, 12% roditelja ne zna o programima koji blokiraju neprimjerene sadržaje, a 21% roditelja nikada ne pregledava povijest pretraživanja interneta (Buljan Flander, 2017). Ususret novim tehnologijama potrebno je stjecati nova znanja i vještine pa tako razvijati i digitalne kompetencije koje će roditeljima pomoći koračati zajedno s djecom, a ne ostajati iza njih.

2. INTERNET U OBITELJI

Kako je kroz desetljeća internet postao glavni izvor informacija te posrednik u komunikaciji, neminovno je da svoj utjecaj pokazuje i u obiteljskim kućama. Buljan Flander (2008) smatra da će dijete u jednoj fazi života zasigurno doći u susret s računalnom tehnologijom bez obzira na roditeljske preferencije, prvenstveno jer je poticanje informatičke pismenosti dio školskog programa. No, čini se kako većina roditelja i sami žele utjecati na razvoj informatičke pismenosti kod djece. Prema podacima nacionalnog istraživanja o sigurnosti djece na internetu (Ciboci i sur., 2020), većina djece obuhvaćena istraživanjem, u dobi 9 do 17 godina, ima mogućnost pristupanja internetu kada to želi ili treba, a najčešće mu pristupaju putem mobitela, odnosno pametnih telefona.

Lana Ciboci i sur. (2020) impliciraju na važnost razvijanja kritičkog mišljenja od najranije dobi i zajedničko argumentirano raspravljanje o (ne)primjerenim sadržajima njihovoj dobi. Zanimljiv je i podatak iz istoimenog istraživanja kako djeca koja imaju roditelje među svojim prijateljima na Facebooku češće posjećuju društvene mreže te se dopisuju putem aplikacija i razgovaraju s drugim osobama. Ovaj je podatak na tragu informacija koje nam nude Ivica Šola i Mirta Germovšek (2017) navodeći da dječji psiholozi upozoravaju da bi nepromišljeno *online* ponašanje roditelja moglo ostaviti psihološke i socijalne posljedice na djecu. Hoće li tome biti tako može prevagnuti odnos povjerenja (Ciboci i sur., 2020). Autori navode da je upravo povjerenje ključno za kvalitetan medijski odgoj djece od najranije dobi, ali i da je roditeljima postalo sve teže nadzirati ponašanje djece na internetu. Ne treba zanemariti da je internet platforma pogodna za obrazovanje, razvoj kreativnosti i samoizražavanje, podsjeća OECD (2012). No, ono što istraživanje EU Kids Online Hrvatska (Ciboci i sur., 2020) pokazuje o aktivnostima djece na internetu jest da najveći postotak djece najviše vremena provodi slušajući glazbu, zatim učeći, odnosno korištenjem interneta za školsku zadaću, gleda različite video uratke te igra igrice. Mogu se usporediti i podaci iz istraživanja iz prošlog desetljeća o kojima piše OECD (2012). U dokumentu se već tada prikazalo kako djeca, ovisno o starosnoj dobi i promjeni trendova, imaju mnoštvo zanimacija *online*. Tako navode da je 2007. godine u Velikoj Britaniji najzastupljenija aktivnost u dobi od 8 do 11 godina bila

igranje igrica, koja je u dobi od 16 do 17 bila tek na četvrtom mjestu, nakon surfanja, slanja i primanja e-mailova te pronalaženja i spremanja informacija vezanih uz školu.

Uz to, primjećuje se kako su iste godine djeca u dobi od 12 do 15 godina provodila na internetu prosječno 13,8 sati tjedno što je gotovo duplo više vremena nego što su provodila 2005. godine kada je taj postotak iznosio 7,1 sati tjedno. S obzirom na poodmaklost navedenog istraživanja, pretpostavlja se da su se granice pomaknule što i pokazuju rezultati istraživanja Poliklinike za zaštitu djece i mladih grada Zagreba (Buljan Flander, 2019), koji pokazuju kako svaki treći adolescent društvene mreže koristi od 3 do 5 sati dnevno, a svaki peti adolescent više od 5 sati dnevno. Nastavlja se kako gotovo svaki drugi adolescent odmah provjerava društvene mreže čim stigne obavijest, svaki ih treći provjerava nekoliko puta dnevno, a svaki peti adolescent ih provjerava stalno, bez obzira na to stižu li notifikacije ili ne. Na pitanje o izazivanju ovisnosti o ekranima, Ciboci (Tarade 2019) odgovara kako korištenje bilo kojih sredstava u prevelikoj količini može dovesti do ovisnosti pa tako i korištenje medija te da je najvažnije koristiti ih odgovorno i razumno, što uključuje i količinu vremena koju djeca svakoga dana provode uz ekrane. Rezultati istraživanja EU Kids Online Hrvatska (Ciboci i sur., 2020) pokazuju kako 7 ili više sati na internetu dnevno tijekom radnog tjedna provodi 7,3% djece, dok tijekom vikenda toliko sati provodi 11,2% djece. Postotak od 3,3% djece tijekom radnog tjedna provodi malo ili ništa vremena na internetu, dok tijekom vikenda taj postotak pada na 2,8%. Isto je istraživanje pokazalo kako dječaci u većoj mjeri nego djevojčice svakodnevno gledaju video uratke, igraju igre na internetu te posjećuju chat sobe (pričaonice) kako bi upoznali nove ljude.

Nadalje, ispitivale su se i aktivnosti djece koja među svojim Facebook prijateljima imaju i roditelje te su rezultati pokazali da ta djeca češće sudjeluju u raznim aktivnostima vezanima uz dopisivanje, razgovore s drugim osobama, učenje novih sadržaja, slušanje glazbe itd. Ovo se procjenjuje pozitivnom roditeljskom medijacijom na korištenje interneta. Daljnji rezultati istraživanja pokazuju kako većina roditelja smatra da vladaju osnovnim vještinama medijske pismenosti, no uglavnom ne koriste roditeljske kontrole niti prate koje aplikacije njihova djeca preuzimaju. Podatak koji treba biti budnica medijskom i informatičkom obrazovanju jest da čak 2/3 roditelja smatra da se djeca bolje služe tehnologijom nego oni sami (Ciboci i sur., 2020).

Zabrane pristupanju internetu nisu rješenje, nego treba graditi odnos povjerenja između djece i roditelja te je odmalena važno poticati djecu na stvaranje i izražavanje koje je primjereno njihovoj dobi (Ciboci i sur., 2020). Također se preporučuje pružanje potpore i poticanje razgovora o aktivnostima na internetu, posebice rizičnoj skupini djece – srednjoškolcima. Roditeljima se šalje poruka o potrebi aktivnog sudjelovanja i posredovanja, da pravilnim primjerom ukazuju na pristup internetu i na poštivanje drugih korisnika kao i na komunikaciju u obitelji općenito (Ciboci i sur., 2020).

Iako se procjenjuju nedovoljno kompetentnima, i sami roditelji svjesni su da je potrebno uvesti neke promjene, ali ih je nužno dodatno ohrabriti za traženje savjetodavne usluge, podrške ili stručne pomoći.

3. RODITELJI I OBJAVLJIVANJE FOTOGRAFIJA I OSOBNIH PODATAKA DJECE

Sve češća riječ koja može zazvoniti u uhu jest *sharenting*, odnosno spoj engleskih riječi *sharing* i *parenting*. Ovom izrazu karakteristično je kontinuirano objavljivanje osobnih podataka i/ili fotografija djece od strane njihovih roditelja. O tom brzorastućem trendu govori Stacey B. Steinberg (2017) te objašnjava da roditelji oblikuju dječji digitalni identitet puno prije nego što su oni sami u mogućnosti izraditi svoju prvu e-adresu. U drastičnijem tonu situaciju promatra Anna Brosch (2016) koja primjećuje kako je dokumentiranje svakodnevnoga obiteljskoga života postala društvena norma te da je djetetov digitalni identitet formiran i prije nego što dijete dođe u razvojnu fazu prohodavanja. Diljem svijeta, istraživači i znanstvenici promatraju frekvenciju i posljedice tog fenomena. Tako je i u Hrvatskoj provedeno prvo nacionalno istraživanje od strane Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabrog telefona (Buljan Flander, 2017) koje je rezultiralo činjenicom da čak 35% roditelja na internetu objavi fotografiju svog djeteta u prvom mjesecu djetetova života.

Mitchell K. Bartholomew i sur. (prema Brosch, 2016: 226) u svom istraživanju iz 2012. godine otkrivaju da 98% roditelja dijeli fotografije svog djeteta preko društvene mreže Facebook. Brosch (2016) dalje ukazuje na istraživanje provedeno na Sveučilištu Michigan 2014. godine koje je okupilo 569 roditelja od kojih preko 70% onih koji koriste društvene mreže poznaju nekoga tko je podijelio informaciju ili sadržaj koji bi mogao osramotiti vlastito dijete. Nadalje, 51% roditelja objavilo je osobni podatak koji može otkriti djetetovu lokaciju, a 27% ih je objavilo neprimjerenu sliku djeteta.

Također, zabrinjavajuće podatke objavila je i neprofitna organizacija Child Rescue Coalition (2018) koja upozorava da su djeca izložena dodatnim i većim opasnostima prilikom roditeljskog objavljivanja uz korištenje *hashtagova*. Konkretno se navode *hashtagovi* poput #pottytraining, #kidsbathing, #nakedkids. Organizacija naglašava da takve objave otkrivaju vrlo intimne i privatne trenutke disperznoj publici što djecu čini ranjivima te često upravo takvi *hashtagovi* dovode pedofile do dječjih fotografija. Iako roditelji nikada ne objavljuju informacije s lošim namjerama,

nameće se pitanje jesu li oni čuvari djetetove privatnosti ili ju upravo oni često nesvjesno razotkrivaju.

Razmišljajući o razlozima kontinuiranog objavljivanja roditelja, Wellman (2002 prema Brosch, 2016) prenosi da se na to odlučuju ponajviše zbog socijalizacije s drugim roditeljima, dostupnosti i razmjene informacija, razvitka osjećaja pripadnosti, socijalnog identiteta i međusobne podrške. Sami roditelji time stvaraju nove veze, poznanstva i iskustva na internetu što će kasnije usvojiti i njihova djeca koja će dotad već imati digitalne otiske na internetu postavljene od strane roditelja. Međutim, Child Rescue Coalition (2018) ima za cilj podići svijest o potencijalnim opasnostima i mogućoj šteti koja može nadmašiti sve prednosti roditeljskoga objavljivanja pomoću svoje kampanje @kidsforprivacy. Za mjesec prevencije dječjeg zlostavljanja, plan ovog pokreta bio je zamijeniti najčešće rizične *hashtagove* koji previše razotkrivaju djecu slikama djece koja drže znakove „Privacy Please“, odnosno „Molim privatnost“. Također je osmišljena edukativna stranica na kojoj roditelji mogu učiti o opasnostima pretjeranog dijeljenja informacija te dobiti savjet o zaštiti privatnosti na internetu. Ipak, iako je ova kampanja dobronamjernog karaktera, takve su i majke koje prema istraživanjima (Lazard i sur., 2016) objavljuju više informacija o svojoj djeci na društvenim mrežama, nego što to rade očevi i ostatak uže obitelji. Istraživači razlog zbog kojeg majke objavljuju fotografije pronalaze u osjećaju ponosa pri djetetovom odrastanju i njegovih postignuća, no svakako naglašavaju da takva, naoko skromna objava, ima za cilj usmjeriti pozornost upravo na ono čime se one ponose. Također, Lazard i sur. (2016) kao jedan od razloga kontinuiranog objavljivanja vide zadržavanje bliskih odnosa s ostatkom šire obitelji, odnosno da majke nastoje uključiti veći broj bliskih ljudi u djetetovo djetinjstvo i odrastanje što se procjenjuje znakom ljubavi i brige u digitalnom dobu. No, svakako važna poruka i nit vodilja ovog istraživanja jest da objava koja je uzrok ponosa roditeljima ne smije nikada biti uzrok nelagode kod djece.

4. ZAŠTITA PRIVATNOSTI I OSOBNIH PODATAKA DJECE

I roditelji s najboljim namjerama ponekad podijele informaciju o svom djetetu bez previše analiziranja hoće li ta informacija ikada u životu imati svojevrstan pozitivan ili negativan utjecaj na dječji rast i razvoj. Prema Steinberg (2017) djeca ne samo da žele zaštititi i spriječiti negativne informacije o njima, nego se ona uopće ne moraju slagati s idejom roditeljskoga dijeljenja osobnih informacija ili fotografija. Autorica nastavlja (Steinberg, 2017) o mogućnostima odraslih da samostalno upravljaju dijeljenjem vlastitih podataka u virtualnom svijetu, dok su djeca u takvom kontroliranju objavljivanja spriječena ukoliko se ne postave i određene granice za roditelje. Unatoč mnogim pogodnostima društvenih mreža, podijeljene privatne informacije o djetetu mogu se zadržati na svim dostupnim mjestima mnogo duže od željenog vremenskog perioda. Kako navodi preporuka OECD-a (2012), roditelji su odgovorni zaštititi djecu od *online* rizika i predvidjeti moguće negativne utjecaje. Na to se nadovezuje ambasador Centra za *online* zaštitu djece, Richard Follet (Mail Online, 2014) koji upozorava kako dio objavljenih fotografija djeteta može osramotiti dijete kasnije u tinejdžerskim godinama, ali isto tako te fotografije mogu biti dostupne potencijalnim poslodavcima ili sveučilištima na koja će djeca htjeti aplicirati.

Vrijedno je i istraživanje Anne Brosch provedeno u Poljskoj 2015. godine na uzorku od 168 roditelja koje je pokazalo da je 67,3% roditelja objavilo minimalno jednu fotografiju djeteta koju bi pojedinac mogao smatrati neprimjerenom. U tu kategoriju spadaju fotografije koje bi dijete mogle osramotiti ili posramiti, smiješne fotografije, neraspoložene, polugole ili gole fotografije. One su mogle nastati za vrijeme igre, tijekom obroka, kupanja, plakanja, korištenja zahoda i slično. Iako je tadašnja namjera vjerojatno bila samo zabilježiti trenutak, ne postoji potpuna sigurnost da objava takve fotografije nikada neće biti zlorabljena. Stoga u Hrvatskoj postoje zakonodavni dokumenti koji služe zaštiti prava i dobrobiti djece. Obiteljski zakon (2015) u članku 127., stavku 1., propisuje da su roditelji dužni i odgovorni štititi prava i dobrobit djeteta. Još jasnije zapisano je u Kaznenom zakonu (2011) u članku 178., stavku 1.: „Tko iznese ili pronese nešto iz osobnog ili obiteljskog života djeteta, protivno propisima objavi djetetovu fotografiju ili otkrije identitet djeteta, što

je kod djeteta izazvalo uznemirenost, porugu vršnjaka ili drugih osoba ili je na drugi način ugrozilo dobrobit djeteta, kaznit će se kaznom zatvora do jedne godine.“

O zaštiti dječjih osobnih podataka izjasnila se i Europska unija donijevši Uredbu 2016/679 Europskog parlamenta i vijeća o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka te o stavljanju izvan snage Direktive 95/46/EZ iz 2016. godine. U uredbi broj 38. izriče se da djeca zaslužuju posebnu zaštitu u pogledu svojih osobnih podataka budući da mogu biti manje svjesni rizika, posljedica i predmetnih zaštitnih mjera te svojih prava u vezi s obradom osobnih podataka. Uz to, posebna zaštita trebala bi se odnositi na upotrebu osobnih podataka djece u svrhu marketinga. Spominjući posebnu zaštitu, mediji također moraju biti oprezni prilikom izvještavanja o djeci. Zakon o medijima (2004) u članku 7., stavku 1., priopćava da svaka osoba ima pravo na zaštitu privatnosti, dostojanstva, ugleda i časti. Svi ovi izvori upućuju na nužno osvještavanje roditelja o mogućim negativnim ishodima pretjeranog i nepažljivog objavljivanja. Ekstreman primjer jednog negativnog ishoda jest digitalna otmica (O'Neill, 2015 prema Brosch, 2016) gdje je nepoznata osoba ukrala djetetovu fotografiju s interneta te ju objavila na svom profilu i predstavila dijete kao svoje. S tom problematikom upoznata je i Steinberg (2017) koja navodi dva vrlo slična primjera o neovlaštenom predstavljanju tuđe djece kao svoje te postavljanje fotografija te djece na svoju naslovnu stranicu na Facebooku. Zato nije na odmet kontinuirano podsjećati da je doseg podijeljenih informacija na društvenim mrežama bezbroj puta veći no što se to očekuje te da je potrebno maksimalizirati oprez, a prije svega promisliti o potrebi, namjeri i posljedicama dijeljenja podataka.

Steinberg (2017) navodi kako je 76% otmica i 90% nasilnih zločina prema maloljetnicima počinjeno od strane rodbine ili poznanika. Taj podatak ukazuje na vrlo veliku vjerojatnost da bilo koja od tih osoba ima pristup objavama roditelja, što znači može vidjeti fotografiju ili lokaciju te prepoznati gdje se dijete nalazi. Zabrinjavajuće je i to što, ukoliko roditelji ne provjeravaju s kime dijele svoje objave, do raznih informacija o djetetu mogu doći i promatrači tržišta koji pomoću roditeljskih objava stvaraju „mini-profil“ djeteta koji će se kontinuirano širiti i „poboljšavati“.

Era današnjice dijete čini vrlo ranjivim, a ukoliko se nastavi rastući trend *online* prisutnosti već od malih nogu, djeca mogu postati preizložena navedenim

opasnostima. Brosch (2016) navodi da je 90,5% roditelja objavilo ili primilo komentar spominjući djetetovo ime. Čak 83,9% od navedenog broja otkrilo je datum djetetova rođenja, a njih 23,2% napravilo je to hvaleći se priređenim rođendanskim proslavama. Iz toga proizlazi da su najčešće objavljivani podaci djetetovo ime i datum rođenja iako često dalje slijede fotografije iz bolnice, dječji likovni uratci, diploma iz vrtića itd. Važno je primijetiti da neki roditelji (njih 10,7%) objavljuju djetetove fotografije s ultrazvuka te na taj način ostavljaju djetetov otisak na društvenim mrežama i prije samoga rođenja. Viđenje i ideju o zaštiti djetetovih podataka iznio je i bivši direktor Googlea, Eric Schmidt (Bershad, 2010), rekavši da će prilikom odrastanja postati uobičajeno da će djeca mijenjati svoje ime kako bi se sakrila i/ili pobjegla od neželjenih i sramotnih objava tijekom njihova djetinjstva. Prije ovoga poteza, Europska unija svojom uredbom (Uredba EU 2016/679 Europskog parlamenta i vijeća) broj 65 omogućuje pravo na ispravak osobnih podataka te pravo na zaborav ako zadržavanje objavljenih djetetovih podataka krši tu uredbu. Smatra se da ispitanici trebaju imati pravo da se njihovi osobni podaci brišu i više ne obrađuju te da imaju pravo povući svoju privolu, posebice ako je ta osoba bila dijete kada je dala privolu. U idućoj uredbi istoga dokumenta (Uredba EU 2016/679 Europskog parlamenta i vijeća) navodi se kako je osoba koja je objavila osobne podatke dužna obavijestiti nadležne osobe da obrišu sve poveznice s tim osobnim podacima, kopijama ili replikama istih osobnih podataka. Dakako, treba poduzeti razumne mjere u skladu s mogućnostima, dostupnom tehnologijom i sredstvima. Valja zaključiti kako je zaštita osobnih podataka djece u Hrvatskoj na dobrome tragu, ali u skladu s novim trendom učestalog roditeljskog objavljivanja dječjih fotografija, nužno je uvesti nove smjernice i zakone s ciljem pune zaštite dječjih prava.

5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

5.1. Metoda i mjerni instrument istraživanja

Pri klasifikaciji ovo istraživanje pripada paradigmi pojašnjavanja, odnosno kvantitativnoj paradigmi. Vladimir Mužić (1999: 17) navodi da „u paradigmi pojašnjavanja naglasak leži na kvantitativnim aspektima, a pri analizi podataka pozornost je pretežno usmjerena na brojana, tj. numerička obilježja pojava“. Još preciznije Aleksandar Halmi (2005: 48) objašnjava: „Anketna istraživanja omogućuju kvantitativne ili numeričke deskripcije pojedinih frakcija populacije koje nazivamo uzorcima“. Anketiranje je postupak u kojem anketirane osobe pismeno odgovaraju na pitanja koja se odnose na činjenice koje su im poznate ili na pitanja u svezi s njihovim osobnim mišljenjem (Halmi, 2005). Upravo zato, glavna metoda prikupljanja podataka u ovom istraživanju jest metoda ankete, a korišteni mjerni instrument jest anketni upitnik od 24 pitanja (prilog 1).

Zbog većeg dosega i reprezentativnijeg uzorka, korišten je *online* anketni upitnik koji je sastavljen od pitanja otvorenog i zatvorenog tipa te pitanja mješovitog tipa. Treba napomenuti kako *online* upitnik sadrži 25 pitanja. Na početku upitnika naglašeno je kako je upitnik namijenjen roditeljima djece predškolske dobi te da je sudjelovanje u ispunjavanju upitnika potpuno anonimno, kao i da će se rezultati istraživanja koristiti isključivo u znanstvene svrhe.

Prvi set pitanja u upitniku sadrži pitanja o spolu, dobi, zaposlenju i stupnju obrazovanja roditelja te o njihovom korištenju medija općenito. Drugi set pitanja odnosi se na broj i dob njihove djece te na procjenu stupnja slaganja s određenom tvrdnjom pomoću Likertove skale i DA / NE odgovora. Treći set pitanja odnosi se na roditeljske navike, razloge, stavove i učestalost u objavljivanju fotografija i osobnih podataka djece na društvenim mrežama.

5.2. Uzorak i procedura istraživanja

Istraživanje je provedeno *online* anketom na uzorku od 475 roditelja djece predškolske dobi na području Republike Hrvatske u mjesecu ožujku. Od navedenog uzorka, 456 ispitanika je ženskoga spola (96%), a 19 ispitanika je muškoga spola

(4%). Na pitanje o dobi roditelja treba napomenuti kako je 9 upitnika za ovo pitanje bilo nevažeće s obzirom na to da je devet roditelja napisalo dob djeteta, a ne svoju dob. Preostali ispitanici imaju: 22 godine (1 ispitanik, 0,2%), 23 godine (4 ispitanika, 0,8%), 24 godine (8 ispitanika, 1,7%), 25 godina (6 ispitanika, 1,3%), 26 godina (12 ispitanika, 2,5%), 27 godina (11 ispitanika, 2,3%), 28 godina (17 ispitanika, 3,6%), 29 godina (19 ispitanika, 4%), 30 godina (29 ispitanika, 6,1%), 31 godinu (31 ispitanik, 6,5%), 32 godine (39 ispitanika, 8,2%), 33 godine (42 ispitanika, 8,8%), 34 godine (40 ispitanika, 8,4%), 35 godina (48 ispitanika, 10,1%), 36 godina (44 ispitanika, 9,3%), 37 godina (19 ispitanika, 4%), 38 godina (22 ispitanika, 4,6%), 39 godina (22 ispitanika, 4,6%), 40 godina (16 ispitanika, 3,4%), 41 godinu (9 ispitanika, 1,9%), 42 godine (10 ispitanika, 2,1%), 43 godine (7 ispitanika, 1,5%), 44 godine (4 ispitanika, 0,8%), 45 godina (2 ispitanika, 0,4%), 47 godina (3 ispitanika, 0,6%), 49 godina (1 ispitanik, 0,2%) te 51 godinu (1 ispitanik, 0,2%). Iz priloženog vidimo kako najveći broj ispitanika (48 ispitanika, 10,1%) ima 35 godina. Također, grupiranjem starosnih podataka uočljivo je kako je čak 336 ispitanika u dobi od uključujući 30 do uključujući 39 godina, odnosno čak 70,7% uzorka.

Nadalje, od cjelokupnog uzorka od 475 roditelja, 2 ispitanika (0,4%) imaju nižu stručnu spremu, 128 ispitanika (26,9%) ima srednju stručnu spremu, 99 (20,8%) ispitanika ima višu stručnu spremu, dok 246 ispitanika (51,8%) ima visoku stručnu spremu iz čega proizlazi da većina roditelja koji su ispunjavali anketni upitnik ima visoku stručnu spremu. Po pitanju zaposlenosti, najveći dio ispitanika je zaposleno, njih čak 324 (68,2%), 94 ispitanika (19,8%) je na porodiljnom dopustu, dok 57 ispitanika (12%) nije zaposleno.

5.3. Predmet i cilj istraživanja

Predmet ovoga istraživanja jest utvrđivanje aktivnosti roditelja djece predškolske dobi na društvenim mrežama. Putem anketnog upitnika nastoji se upoznati s navikama roditelja djece predškolske dobi koje se tiču korištenja medija, posebice društvenih mreža te s roditeljskim razlozima, stavovima i učestalošću objavljivanja fotografija na društvenim mrežama. Ispunjeni upitnici će, obradom i analizom podataka, pokazati brojčane rezultate te predstaviti prvo javno istraživanje ovoga tipa provedeno na području Republike Hrvatske. Prema tome, ovo istraživanje

može doprinijeti razumijevanju roditeljskog poimanja korištenja medija i zaštiti privatnosti osobnih podataka kao i razvoju novih znanstvenih spoznaja u području medija. Nadalje, cilj ovoga istraživanja jest istražiti učestalost objavljivanja fotografija i osobnih podataka djece na internetu od strane roditelja djece predškolske dobi.

5.4. Hipoteze istraživanja

Kako je navedeno, cilj ovoga istraživanja jest istražiti učestalost objavljivanja fotografija i osobnih podataka djece na internetu od strane roditelja djece predškolske dobi. Proizlazeći iz toga, postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: Većina roditelja djece predškolske dobi barem jednom mjesečno objavi fotografiju svog djeteta na jednoj od društvenih mreža.

H2: Iskazivanje ljubavi roditelja prema djetetu nije najčešći razlog roditeljskog objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka na društvenoj mreži.

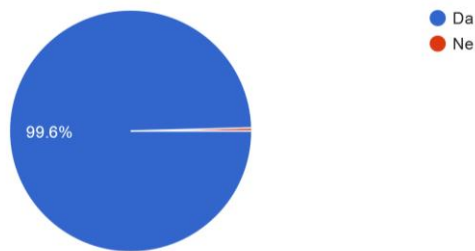
H3: Većina roditelja djece predškolske dobi svjesna je da objavom djetetovih fotografija i osobnih podataka na društvenoj mreži stvaraju djetetov identitet na društvenoj mreži.

H4: Tek manji broj roditelja djece predškolske dobi svjestan je potencijalnih opasnosti objavljivanja dječjih fotografija i njihovih osobnih podataka na društvenim mrežama.

6. Rezultati istraživanja i rasprava

Nakon što su u poglavlju o uzorcima i proceduri istraživanja analizirani osnovni podaci o roditeljima djece predškolske dobi, nastavlja se s daljnjom obradom podataka iz istraživanja. Na pitanje „Koristite li medije?“ 473 ispitanika (99,6%) odgovorila su potvrdno, dok su 2 ispitanika (0,4%) odgovorila negacijski, kako je vidljivo iz grafikona 1.

Koristite li medije?
475 responses

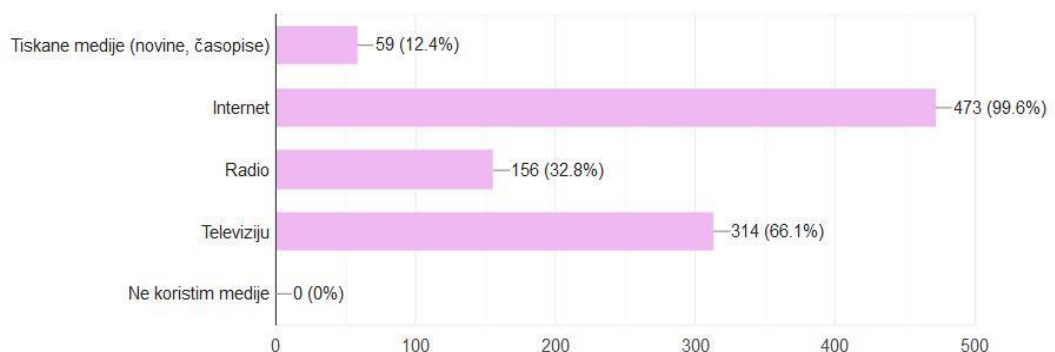


Grafikon 1. Korištenje medija od strane roditelja djece predškolske dobi (N=475)

Međutim, već na idućem pitanju o korištenju medija (grafikon 2), vidljivo je kako su se svi ispitanici izjasnili da koriste medije te se tek 59 ispitanika (12,4%) izjasnilo da najčešće koriste tiskane medije, a čak 473 ispitanika (99,6%) najčešće koriste internet. Radio najčešće koristi 156 ispitanika (32,8%), a televiziju 314 ispitanika (66,1%).

Koje medije najčešće koristite? (Moguće više odgovora.)

475 responses

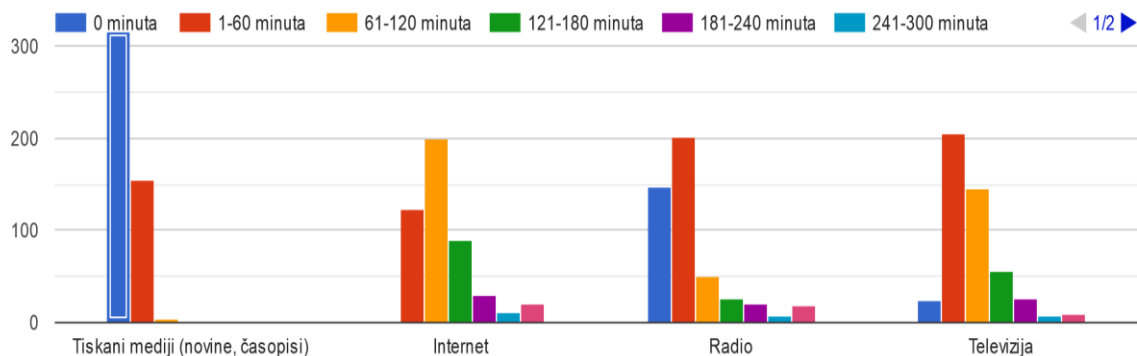


Grafikon 2. Opredjeljenje za najčešće korištene medije (N=475)

Na pitanje koliko sati dnevno provedu uz pojedini medij (grafikon 3), za tiskane medije je 317 ispitanika odabralo ponuđeni odgovor „nula minuta“, a preostalih 154 ispitanika odabrali su ponuđeni odgovor „1-60 minuta“. Čak 124 ispitanika izjasnila su se da prosječno dnevno na internetu provedu 1-60 minuta, 200 ispitanika izjasnilo se da na internetu prosječno dnevno provedu 61-120 minuta, 90 ispitanika 121-180 minuta, 30 ispitanika 181-240 minuta, 11 ispitanika 241-300 minuta te 20 ispitanika da koriste internet više od 301 minute dnevno. Čak 148

ispitanika istaknulo je da uopće ne koristi radio, 202 ispitanika odabrala su odgovor 1-60 minuta, 51 ispitanik 61-120 minuta, 27 ispitanika 121-180 minuta, 20 ispitanika 181-240 minuta, 8 ispitanika odabralo je 241-300 minuta te je 19 ispitanika odabralo da koristi radio više od 301 minute dnevno. Za televiziju se 25 ispitanika izjasnilo da ju uopće ne koriste, 205 ispitanika odlučilo se za odgovor 1-60 minuta, 145 ispitanika za 61-120 minuta, 56 ispitanika za 121-180 minuta, 27 ispitanika za 181-240 minuta, 7 ispitanika za 241-300 minuta te se 10 ispitanika odlučilo za više od 301 minute korištenja dnevno.

Koliko sati dnevno prosječno provedete uz pojedini medij?

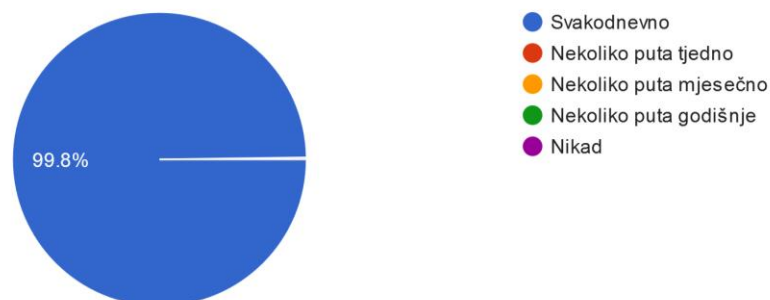


Grafikon 3. Prosječno vrijeme provedeno uz pojedini medij (N=475)

Na pitanje koliko često koriste internet, 474 (99,8%) ispitanika odgovorilo je da ga koriste svakodnevno, a tek 1 (0,2%) ispitanik odgovorio je da ga koristi nekoliko puta tjedno (grafikon 4).

Koliko često koristite internet?

475 responses

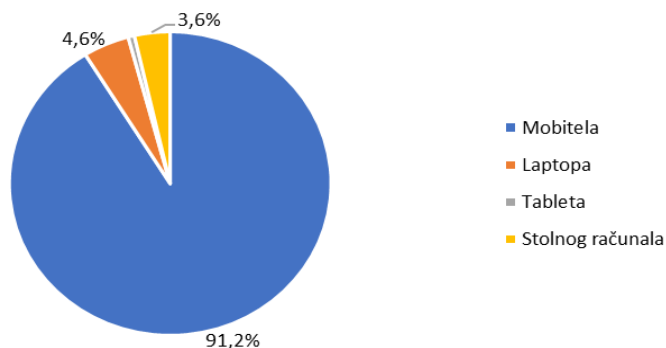


Grafikon 4. Učestalost korištenja interneta (N=475)

Čak 433 ispitanika (91,2%) su za uređaj kojim najčešće pristupaju internetu odabrali mobitel, 22 ispitanika (4,6%) odabrala su laptop, 3 ispitanika (0,6%) tablet,

a 17 ispitanika (3,6%) odabrala su stolno računalo. Ispitanicima je bilo omogućeno da po potrebi nadopišu uređaj pomoću kojeg najčešće pristupaju internetu te je dvoje ispitanika napisalo laptop, a jedan ispitanik je napisao „računalo na poslu“ što je već pridruženo gore navedenim postocima (grafikon 5).

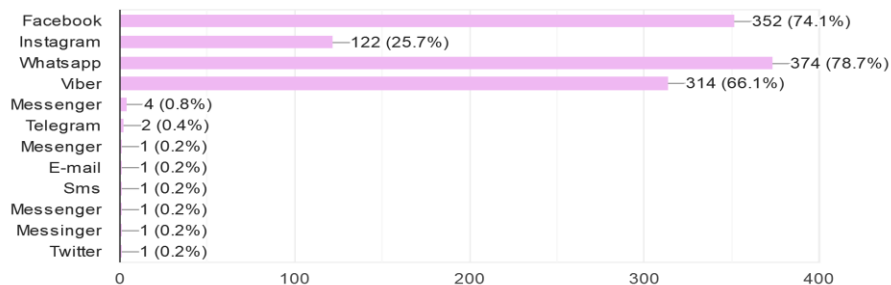
Putem kojeg uređaja NAJČEŠĆE pristupate internetu (pod opcijom "drugo" navedite što)?



Grafikon 5. Uređaj kojim se najčešće ostvaruje pristup internetu (N=475)

Sljedeće pitanje odnosilo se na društvene mreže i korištene aplikacije za dopisivanje (grafikon 6) te su ispitanici također imali mogućnost više odgovora. Stoga je 352 ispitanika (74,1%) navelo da koriste Facebook, 122 ispitanika (25,7%) koriste Instagram, 374 ispitanika (78,7%) koristi Whatsapp, a 314 ispitanika (66,1%) koristi Viber. Ispitanici su dodali i neke druge načine dopisivanja poput Facebook Messengera, Telegrama, e-pošte i sms poruka. Iz grafikona 6 proizlazi kako većina ispitanika najviše za dopisivanje koristi Whatsapp, Facebook i Viber, a tek manjina koristi Instagram.

Koje od društvenih mreža i aplikacija za dopisivanje koristite? (Moguće više odgovora)
475 responses



Grafikon 6. Korištene društvene mreže i aplikacije za dopisivanje (N=475)

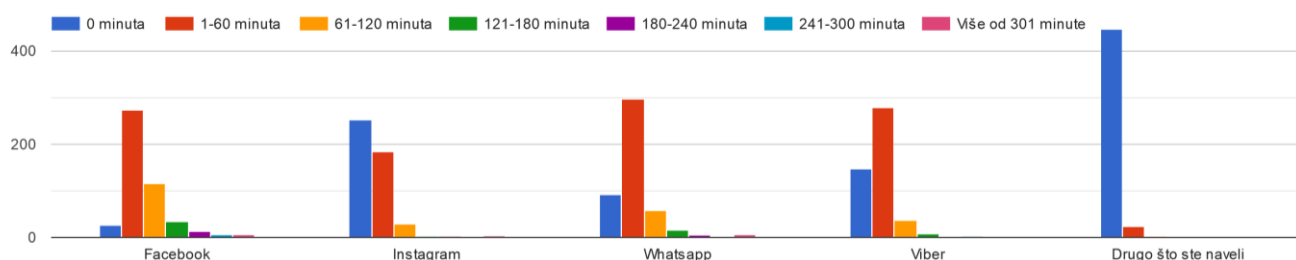
Na iduće pitanje o prosječnim satima koje ispitanici dnevno provedu uz navedene društvene mreže i aplikacije (grafikon 7), ispitanici se izjašnjavaju za Facebook: uopće ga ne koristi 26 ispitanika, od 1 do 60 minuta koristi ga 274

ispitanika, od 61 do 120 minuta koristi ga 116 ispitanika, od 121 do 180 minuta koristi ga 34 ispitanika, od 181 do 240 minuta koristi ga 13 ispitanika, od 241 do 300 minuta koristi ga 6 ispitanika. Dakle, većina ispitanika koristi Facebook do sat vremena dnevno.

Za Instagram čak većina, odnosno 252 ispitanika, navodi kako ga uopće ne koristi, 185 ispitanika koristi ga od 1 do 60 minuta, a 30 ispitanika koristi ga od 61 do 120 minuta dnevno. Za Whatsapp 92 ispitanika navode da ga uopće ne koriste, a 297 ispitanika navodi da ga koristi u prosjeku od 1 do 60 minuta dnevno što je ujedno i većinski odgovor. 59 ispitanika navodi da ga koristi od 61 do 120 minuta, 16 ispitanika navodi korištenje od 121 do 180 minuta, 4 ispitanika ga koriste od 181 do 240 minuta te 6 ispitanika navodi da koristi Whatsapp više od 301 minute dnevno.

Za Viber se 147 ispitanika izjasnilo da ga uopće ne koristi, 279 ispitanika koristi ga od 1 do 60 minuta, 37 ispitanika koristi ga od 61 do 120 minuta, 8 ispitanika ga koristi od 121 do 180 minuta dnevno. Dakle, većina ispitanika navedene aplikacije i društvene mreže koristi uglavnom do sat vremena dnevno.

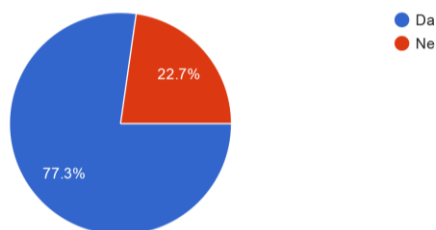
Koliko prosječno sati provedete dnevno uz svaku od tih društvenih mreža i aplikacija?



Grafikon 7. Dnevno prosječno vrijeme provedeno uz društvene mreže i aplikacije (N=475)

Na pitanje objavljuju li na tim društvenim mrežama fotografije (grafikon 8), 367 ispitanika (77,3%) odgovorilo je potvrdno, a 108 ispitanika (22,7%) negativno. Dakle, tek manjina ispitanika ne objavljuje fotografije na društvenim mrežama.

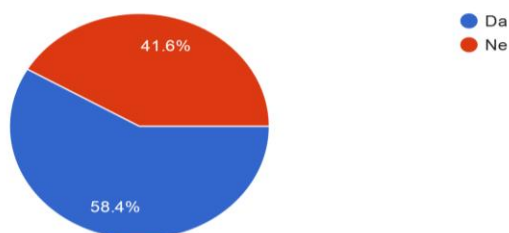
Objavljujete li na tim društvenim mrežama fotografije?
475 responses



Grafikon 8. Objavljuju li roditelji fotografije na društvenim mrežama (N=475)

Vrlo važni podaci koje nam otkriva iduće pitanje, prikazani su u grafikonu 9. Naime, 187 ispitanika (41,6%), od njih 450, tvrdi da ne objavljuje fotografije svog djeteta na društvenim mrežama, dok 263 ispitanika (58,4%) potvrđuje da objavljuje fotografije svog djeteta na društvenim mrežama. Kad broju od 187 ispitanika koji su odgovorili da ne objavljuju fotografije svog djeteta pridodamo broj od 25 ispitanika koji nisu odgovorili na ovo pitanje jer ne objavljuju fotografije svoje djece na društvenim mrežama, dobije se broj od 212 ispitanika koji ne objavljuju fotografije svoje djece na društvenim mrežama. Ukoliko to usporedimo s cjelokupnim uzorkom, rezultati pokazuju kako 263 roditelja (55,4%) objavljuje fotografije svoje djece na društvenim mrežama pri čemu se može zaključiti kako većina roditelja djece predškolske dobi objavljuje fotografije svoje djece na društvenim mrežama.

Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, objavljujete li na društvenim mrežama i fotografije svog djeteta?
450 responses



Grafikon 9. Objavljuju li roditelji fotografije svog djeteta na društvenim mrežama (N=450)

Zatim se ispitanike pitalo koliko je njihovo dijete imalo dana/mjeseci/godina kada su prvi put objavili djetetovu fotografiju na društvenim mrežama te su ispitanici imali mogućnost sami napisati željeni odgovor, odnosno nije bilo ponuđenih odgovora kako bismo dobili što relevantnije podatke. Iz toga su uslijedili odgovori koje smo podijelili u osam kategorija (tablica 1). Na ovo pitanje odgovorilo je 265 ispitanika. Treba napomenuti kako je roditeljima bila ponuđena kategorija da nisu nikada objavili djetetovu fotografiju, no pretpostavlja se kako dio gore navedenih ispitanika nije čitao ponuđene odgovore s obzirom na to da nisu nikada objavili djetetovu fotografiju. Također, dva ispitanika od njih 265 nisu dala jasan odgovor na ovo pitanje te su njihovi odgovori na ovo pitanje bili nevažeci.

Prema tome, u prvu kategoriju ulaze roditelji koji su prvi dan, odnosno po djetetovu rođenju, objavili njegovu fotografiju na društvenim mrežama. To je učinilo 39 ispitanika. Druga kategorija obuhvaća ispitanike koji su u prvom tjednu djetetova

života objavili njegovu fotografiju na društvenim mrežama, odnosno roditelji koji su se izjasnili da su to učinili drugi, treći, četvrti, peti, šesti i sedmi dan od djetetova rođenja te oni koji su se izjasnili da su to učinili par dana nakon rođenja. Stoga ovoj kategoriji pripada 39 ispitanika. U treću kategoriju pripadaju ispitanici koji su u prvih mjesec dana djetetova života objavili njegovu fotografiju na društvenim mrežama, preciznije, ispitanici koji su naveli kako su djetetovu fotografiju objavili 10, 12, 14, 15 i 24 dana nakon djetetova rođenja, unutar prvog mjeseca te kad je dijete navršilo mjesec dana. Ovoj kategoriji pripada 58 ispitanika, što je ujedno i najveći broj odgovora pridodan ijednoj kategoriji. Četvrta kategorija obuhvaća prvih pola godine djetetova života, odnosno ispitanike koji su se izjasnili kako su objavili djetetovu fotografiju u prvih mjesec i pol djetetova života te 2, 3, 4, 5 i 6 mjeseci nakon njegova rođenja. Ta kategorija broji malo manji broj od prethodne, odnosno 56 ispitanika. Peta kategorija odnosi se na djetetovu prvu godinu života, odnosno na ispitanike koji su objavili djetetovu fotografiju na društvenim mrežama s navršenih 7, 8, 9, 10 i 11 mjeseci te oni koji su objavili djetetovu fotografiju na njegov rođendan kada je navršilo godinu dana. Tu brojimo 35 ispitanika. U šestu kategoriju ulaze ispitanici koji su objavili djetetovu fotografiju u jednom trenutku između prve i sedme godine života, konkretnije s 13 mjeseci, kada je dijete bilo starije od jedne godine, odnosno kada je imalo 2, 3, 4, 5 i 6 godina. Za ovaj odgovor odlučilo se 14 ispitanika. Nadalje, sedma kategorija namijenjena je ispitanicima koji nisu nikad objavili djetetovu fotografiju na društvenim mrežama te se za nju odlučilo 20 ispitanika. Posljednja, osma kategorija, odnosi se na dodane komentare ispitanika koji su naveli kako se na fotografijama koje objavljuju nikada ne vidi djetetovo lice te su taj odgovor navela 2 ispitanika.

Dakle, prvi dan djetetova rođenja, 39 roditelja objavilo je fotografiju svog djeteta na društvenim mrežama. U prvome tjednu djetetova života, također je 39 roditelja objavilo fotografiju svog djeteta na društvenim mrežama, a u prvom mjesecu djetetova života to je učinilo 58 ispitanika. Ako se fokusiramo samo na razdoblje od mjesec dana djetetova života, to pokazuje kako je sveukupno u prvih mjesec dana djetetova života čak 136 roditelja objavilo fotografiju svog djeteta na društvenim mrežama od ukupno njih 265 (49,5%). Ako sagledamo razdoblje od prvih pola godine djetetova života, broj roditelja koji su objavili djetetovu fotografiju unutar tog perioda, penje se na 192 roditelja, odnosno to je učinilo 69,8% roditelja.

Zatim, ukoliko promatramo prvu godinu djetetova života, rezultati pokazuju kako je čak 227 roditelja od njih 265 objavilo djetetovu fotografiju na društvenim mrežama što čini postotak od 82,5%. Nadalje, do djetetove sedme godine života, čak 241 roditelj (87,6%) objavio je djetetovu fotografiju na društvenoj mreži. Konačno, 20 roditelja od njih 265 roditelja izjasnilo se kako nisu nikada objavili fotografiju djeteta na društvenim mrežama. Ukoliko brojci od 20 roditelja koji su se izjasnili da nikada nisu objavili fotografiju svog djeteta, dodamo 210 roditelja koji nisu odgovorili na ovo pitanje pod pretpostavkom da nisu nikada objavili fotografiju djeteta, to čini sveukupno 230 roditelja. Tada možemo reći kako od ukupnog uzorka od 475 ispitanika, čak 230 ispitanika (48,4%) nije nikada objavilo fotografiju svog djeteta na društvenim mrežama, što ujedno znači da je preostalih 245 ispitanika (51,6%) u jednom trenutku djetetova života objavilo njegovu fotografiju na društvenim mrežama.

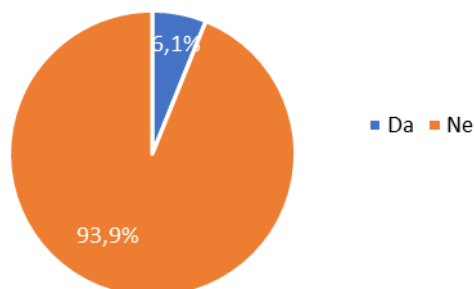
Tablica 1. Dob djeteta kada su roditelji prvi put objavili njegovu fotografiju na društvenim mrežama (N=265)

	Dob djeteta	Broj roditelja koji je objavio fotografiju	Razdoblje koje je obuhvaćeno odgovorom	Sveukupan broj roditelja koji je do tog razdoblja objavio fotografiju	Postotak sveukupnog broja roditelja
1.	Prvi dan djetetova života	39	Rođenje, izlazak iz bolnice, prvi dan	39	14,7%
2.	Prvi tjedan djetetova života	39	2, 3, 4, 5, 6 i 7 dana	78	29,4%
3.	Prvi mjesec djetetova života	58	10, 12, 14, 15, 24 dana; unutar prvog mjeseca; 1 mj.	136	52,3%
4.	Prvih pola godine djetetova života	56	1,5 mj, 2, 3, 4, 5, 6 mj., prvih par mjeseci	192	72,5%
5.	Prvih godinu dana djetetova života	35	7, 8, 9, 10 i 11 mj., prvi rođendan	227	85,6%
6.	Između prve i sedme godine djetetova života	14	13 mj., stariji od 1 god.; 2, 3, 4, 5 i 6 god.	241	91%
7.	Nisam nikad objavio/la fotografiju djeteta na društvenim mrežama	20	/	/	/
8.	Objavio/la sam, ali se ne vidi djetetovo lice	2	/	/	/

Na pitanje jesu li objavili fotografiju ultrazvuka svoga djeteta na nekoj od društvenih mreža (grafikon 10), velika većina ispitanika odgovorila je da nije. U brojevima to čini 446 ispitanika, odnosno njih 93,9%. No, s druge strane, 29

ispitanika, odnosno njih 6,1%, podijelilo je fotografiju ultrazvuka djeteta na jednoj od društvenih mreža.

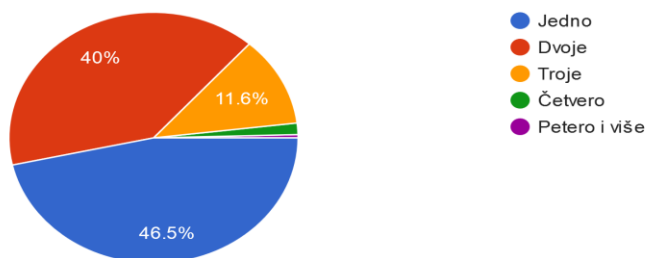
Jeste li objavili fotografiju ultrazvuka svoga djeteta na nekoj od društvenih mreža?
475 responses



Grafikon 10. Objavljivanje fotografije ultrazvuka djeteta na nekoj od društvenih mreža (N=475)

Od 475 ispitanika, najveći broj njih – čak 221 (46,5%) ima jedno dijete, 190 ispitanika (40%) ima dvoje djece, 55 ispitanika (11,6%) ima troje djece, 7 ispitanika (1,5%) ima četvero djece, a 2 ispitanika (0,4%) ima petero i više djece.

Broj djece:
475 responses



Grafikon 11. Broj djece (N=475)

Iduća dva pitanja odnosila su se na dob djece te su ispitanicima bili ponuđeni odgovori. Ispitanici su mogli odabrati više odgovora u slučaju da imaju više od jednog djeteta, a također su mogli odabrati opciju da nemaju dijete muškoga spola ili u sljedećem pitanju – dijete ženskoga spola. Grafikon 12 prikazuje dob djece muškoga spola, a grafikon 13 prikazuje dob djece ženskoga spola.

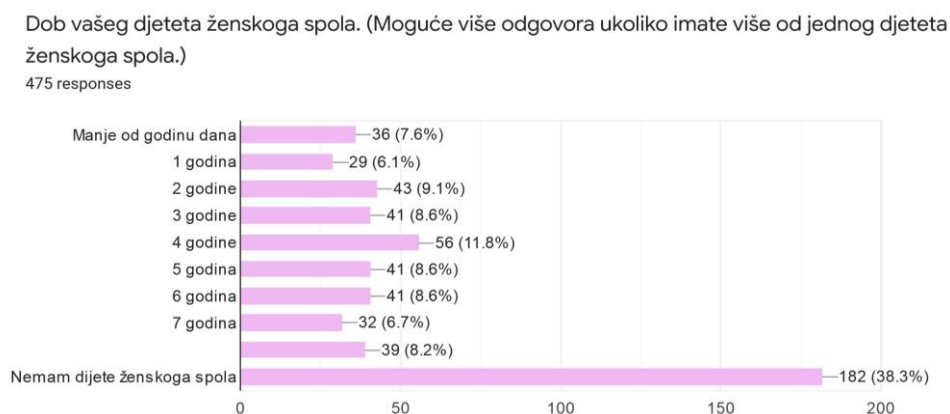
Iz grafikona 12 iščitavamo kako 50 ispitanika (10,5%) ima dijete muškoga spola koje ima manje od godinu dana, 46 ispitanika (9,7%) ima muško dijete u dobi od 1 godine, 55 ispitanika (11,6%) ima muško dijete u dobi od 2 godine, 46 ispitanika (9,7%) ima muško dijete u dobi od 3 godine, 52 ispitanika (10,9%) imaju muško dijete u dobi od 4 godine, 52 ispitanika (10,9%) imaju muško dijete u dobi od

5 godina. Nadalje, muško dijete u dobi od 6 godina ima 42 ispitanika (8,8%) te su se 34 ispitanika (7,2%) izjasnila da imaju muško dijete u dobi od 7 godina. Važno je napomenuti da su se 43 ispitanika (9,1%) izjasnila kako imaju muško dijete starije od sedam godina te su 142 ispitanika (29,9%) navela kako nemaju dijete muškoga spola.



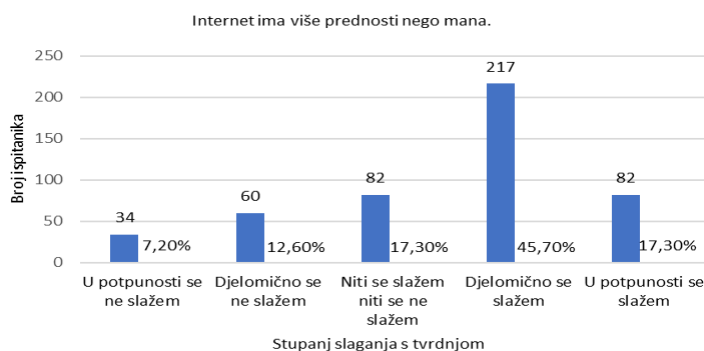
Grafikon 12. Dob djeteta muškoga spola (N=475)

Grafikon 13 pokazuje da 36 ispitanika (7,6%) ima dijete ženskoga spola koje ima manje od godinu dana, 29 ispitanika (6,1%) ima žensko dijete u dobi od 1 godine, 43 ispitanika (9,1%) ima žensko dijete u dobi od 2 godine, 41 ispitanik (8,6%) ima žensko dijete u dobi od 3 godine, 56 ispitanika (11,8%) ima žensko dijete u dobi od 4 godine, 41 ispitanik (8,6%) ima žensko dijete u dobi od 5 godina, 41 ispitanik (8,6%) ima žensko dijete u dobi od 6 godina, a 32 ispitanika (6,7%) imaju žensko dijete u dobi od 7 godina. Također, 39 ispitanika (8,2%) izjasnilo se da imaju dijete ženskoga spola starije od 7 godina, a 182 (38,3%) ispitanika izjasnila su se da nemaju dijete ženskoga spola.



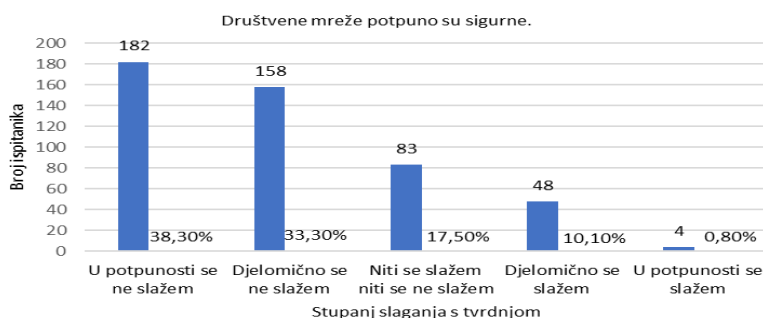
Grafikon 13. Dob djeteta ženskoga spola (N=475)

Potom su ispitanici odgovorili na zasebne tvrdnje određujući stupanj slaganja s pojedinom tvrdnjom. S tvrdnjom *Internet ima više prednosti nego mana* (grafikon 14) u potpunosti se nije složilo 34 ispitanika (7,2%), 60 ispitanika (12,6%) djelomično se nije složilo s tvrdnjom, 82 ispitanika (17,3%) se niti slažu niti ne slažu, najveći broj ispitanika, njih čak 217 (45,7%) djelomično se slaže s tvrdnjom, dok se 82 ispitanika (17,3%) u potpunosti slažu s navedenom tvrdnjom. Dakle, zbrojivši odgovore *djelomično se slažem* i *u potpunosti se slažem* većina roditelja, njih 299 (62,9%), se slaže s tvrdnjom da internet ima više prednosti nego mana.



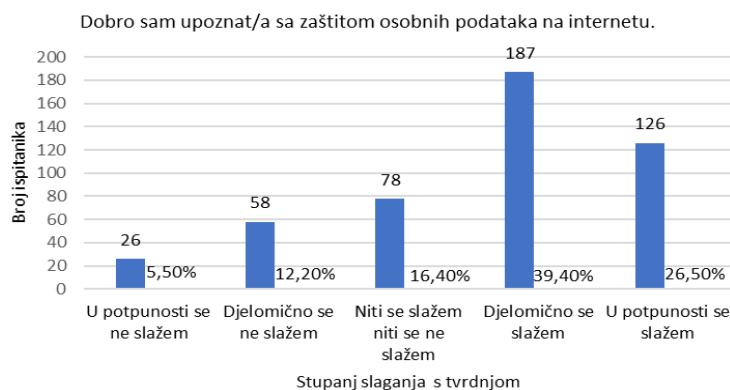
Grafikon 14. Internet ima više prednosti nego mana (N=475)

Za tvrdnju *Društvene mreže potpuno su sigurne* (grafikon 14.1), najveći broj ispitanika, njih 182 (38,3%), u potpunosti se ne slaže s tom tvrdnjom. Malo manji broj, 158 ispitanika (33,3%), djelomično se ne slaže s tvrdnjom, 83 ispitanika (17,5%) se niti slaže niti ne slaže, 48 ispitanika (10,1%) djelomično se slaže s tvrdnjom, a 4 ispitanika (0,8%) u potpunosti se slažu s navedenom tvrdnjom. Prema navedenome, vidljivo je da je većina roditelja ipak nepovjerljiva prema društvenim mrežama. Zbrojivši odgovore *u potpunosti se ne slažem* i *djelomično se ne slažem* dobiveni broj jest 340 (71,6%). Dakle, uvjerljiva većina roditelja smatra da društvene mreže nisu u potpunosti sigurne.



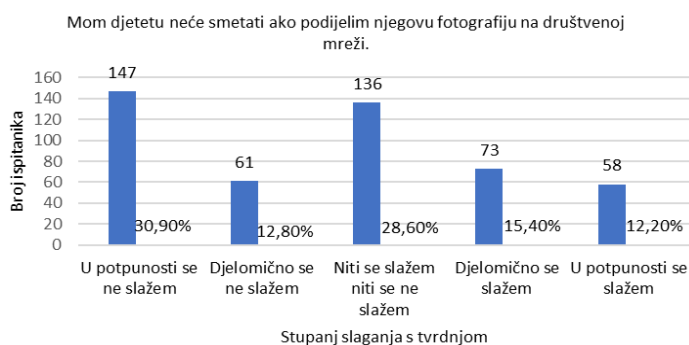
Grafikon 14.1. Društvene mreže potpuno su sigurne (N=475)

S tvrdnjom *Dobro sam upoznat/a sa zaštitom osobnih podataka na internetu* (grafikon 14.2) u potpunosti se ne slaže 26 ispitanika (5,5%), 58 ispitanika (12,2%) djelomično se ne slaže, 78 ispitanika (16,4%) se niti slaže niti ne slaže, većina ispitanika se djelomično slaže s tom tvrdnjom - 187 ispitanika (39,4%), a nešto manji broj, 126 ispitanika (26,5%), u potpunosti se slaže s tom tvrdnjom. Iz ovih podataka iščitavamo kako većina roditelja, odnosno njih 313 (65,9%), smatra da su dobro upoznati sa zaštitom osobnih podataka na internetu.



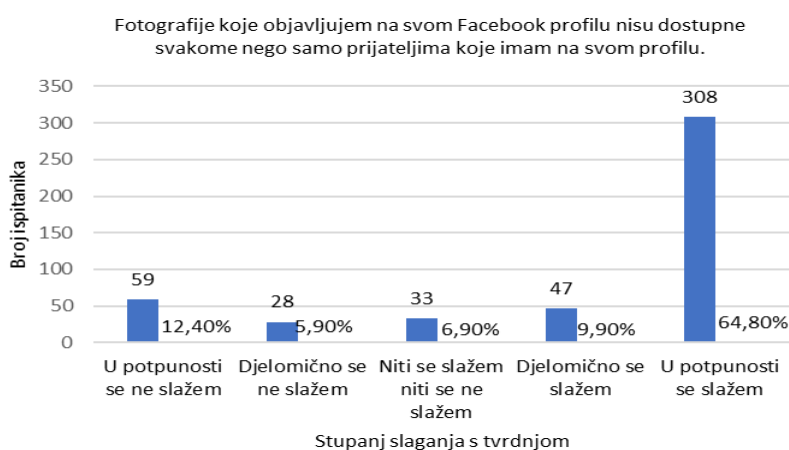
Grafikon 14.2. Dobro sam upoznat/a sa zaštitom osobnih podataka na internetu (N=475)

Odgovori na tvrdnju *Mom djetetu neće smetati ako podijelim njegovu fotografiju na društvenoj mreži* (grafikon 14.3) pokazali su kako se 147 ispitanika (30,9%) u potpunosti ne slaže s navedenom tvrdnjom. S tvrdnjom se djelomično ne slaže 61 ispitanik (12,8%), a njih 136 (28,6%) niti se slažu niti se ne slažu. Nadalje, 73 ispitanika (15,4%) djelomično se slažu, a 58 ispitanika (12,2%) u potpunosti se slaže s ovom tvrdnjom. Zbrojivši odgovore u potpunosti se ne slažem i djelomično se ne slažem, čak 208 ispitanika (43,8%), vjeruju da će njihovom djetetu smetati ako podijele djetetovu fotografiju na društvenim mrežama, ne treba zanemariti da je velik broj roditelja također rekao *niti se slažem niti se ne slažem* što ostavlja prostora za diskusiju.



Grafikon 14.3. Mom djetetu neće smetati ako podijelim njegovu fotografiju na društvenoj mreži (N=475)

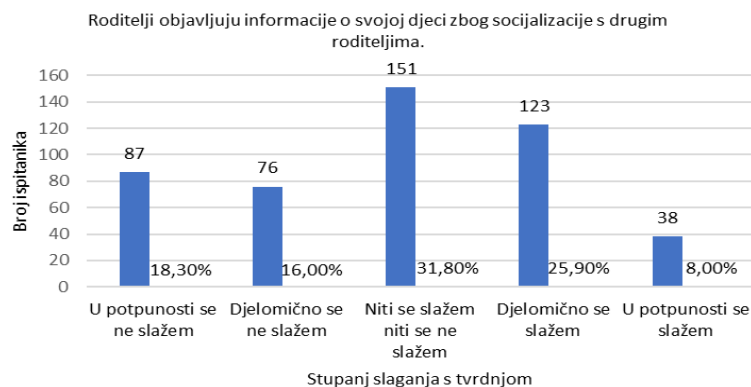
Sljedeća tvrdnja je *Fotografije koje objavljujem na svom Facebook profilu nisu dostupne svakome, nego samo prijateljima koje imam na svom profilu*. Grafikon 14.4 pokazuje kako se 59 ispitanika (12,4%) uopće ne slaže s ovom tvrdnjom, 28 ispitanika (5,9%) se djelomično ne slaže, 33 ispitanika (6,9%) se niti slažu niti se ne slažu, 47 ispitanika (9,9%) djelomično se slaže, a većina ispitanika u potpunosti se slaže s ovom tvrdnjom, njih čak 308 (64,8%). Iz navedenog je moguće zaključiti kako odgovori na ovo pitanje pomalo odskaču od odgovora na pitanje o poznavanju pravila o zaštiti podataka, kao i na drugo pitanje o sigurnosti društvenih mreža jer sveukupno 355 ispitanika (74,7%) vjeruje kako su fotografije koje objavljuju na svom Facebook profilu dostupne samo njihovim prijateljima što vrlo često u stvarnosti i nije tako. Navedena je brojka dobivena zbrajajući odgovore djelomično se slažem (47 ispitanika, 9,9%) i u potpunosti se slažem (308 ispitanika, 64,8%).



Grafikon 14.4. Fotografije koje objavljujem na svom Facebook profilu nisu dostupne svakome, nego samo prijateljima koje imam na svom profilu (N=475)

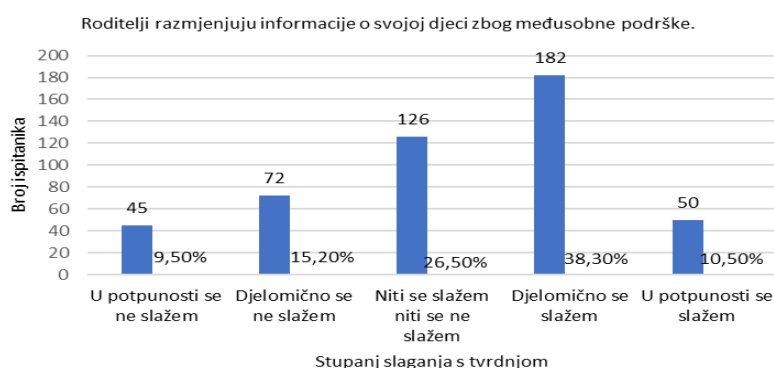
Nadalje, tvrdnja *Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog socijalizacije s drugim roditeljima* (grafikon 14.5) polučila je rezultate u kojima se 87 ispitanika (18,3%) u potpunosti složilo s tvrdnjom, 76 ispitanika (16%) ih se djelomično nije složilo, 151 ispitanik (31,8%) je rekao da se niti slaže niti ne slaže, 123 ispitanika (25,9%) se djelomično slažu, dok se 38 ispitanika (8%) u potpunosti slažu. Može se zaključiti kako se velik broj roditelja niti slaže niti ne slaže s ovom tvrdnjom što može ukazati na to da socijalizacija s drugim roditeljima može biti jedan od razloga roditeljskog objavljivanja informacija o djeci na društvenim mrežama, posebice kada se 123 roditelja (25,9%) djelomično slažu s navedenom tvrdnjom. No, ako se broju od 123 roditelja doda još 38 ispitanika (8%) koji se u

potpunosti slažu s tom tvrdnjom, to čini većinu od 161 ispitanika (33,9%) koji se slažu s tom tvrdnjom.



Grafikon 14.5. Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog socijalizacije s drugim roditeljima (N=475)

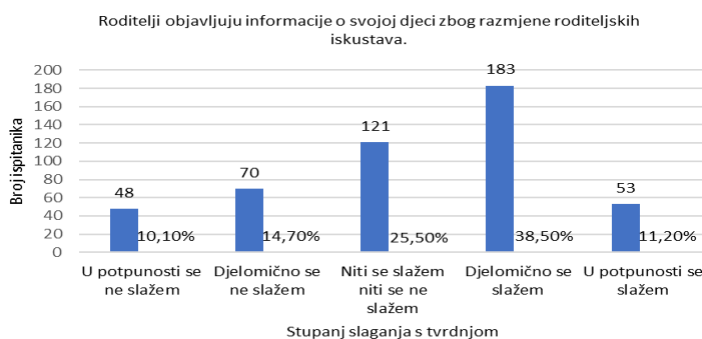
Slična tvrdnja, *Roditelji razmjenjuju informacije o svojoj djeci zbog međusobne podrške* (grafikon 14.6), izazvala je sljedeće reakcije: 45 ispitanika (9,5%) u potpunosti se ne slaže s tvrdnjom, 72 ispitanika (15,2%) djelomično se ne slažu, 126 ispitanika (26,5%) niti se slažu niti se ne slažu, a većina od 182 ispitanika (38,3%) djelomično se slaže, dok se 50 ispitanika (10,5%) u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom. Primjećujemo kako je podrška vrlo važna roditeljima te da je ona jedan od razloga roditeljskog razmjenjivanja informacija o svojoj djeci kojega je podržalo sveukupno 232 ispitanika (48,8%), zbrojivši odgovore djelomično se slažem i u potpunosti se slažem.



Grafikon 14.6. Roditelji razmjenjuju informacije o svojoj djeci zbog međusobne podrške (N=475)

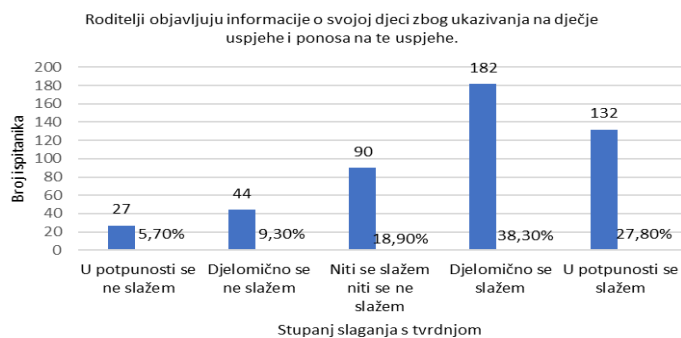
Upitnik nastavlja u smjeru razloga roditeljskih objavlivanja te na tvrdnju *Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog razmjene roditeljskih iskustava* (grafikon 14.7), 48 ispitanika (10,1%) se u potpunosti ne slaže, 70 ispitanika (14,7%) djelomično se ne slaže, 121 ispitanik (25,5%) niti se slaže niti se ne slaže, većina od

čak 183 ispitanika (38,5%) djelomično se slaže te se 53 ispitanika (11,2%) u potpunosti slažu s tvrdnjom. Opet uočavamo kako se većina roditelja djelomično slaže s tvrdnjom što potvrđuje razmjenu roditeljskih iskustava kao jedan od razloga roditeljskog objavljivanja informacija o svojoj djeci na društvenim mrežama. Također, zbrajajući 183 odgovora *djelomično se slažem* s 53 odgovora *u potpunosti se slažem*, dobije se 236 pozitivnih odgovora (49,6%).



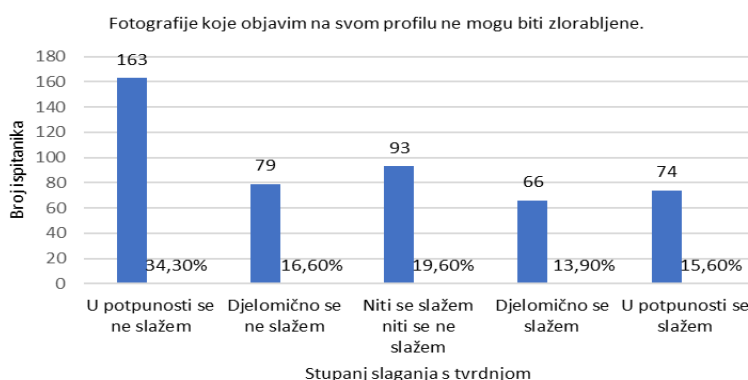
Grafikon 14.7. Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog razmjene roditeljskih iskustava (N=475)

Tvrdnja *Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog ukazivanja na dječje uspjehe i ponosa na te uspjehe* (grafikon 14.8) rezultirala je time da se 27 roditelja (5,7%) u potpunosti ne slaže s tvrdnjom, 44 roditelja (9,3%) djelomično se ne slaže, 90 roditelja (18,9%) niti se slaže niti se ne slaže, većina od 182 roditelja (38,3%) se djelomično slaže s tvrdnjom, te se malo manji broj ispitanika u potpunosti slaže s tvrdnjom, njih 132 (27,8%). Prema tome vidimo da je najčešći razlog roditeljskog objavljivanja informacija o svojoj djeci upravo dijeljenje osjećaja ponosa na dijete i njegova postignuća kojega je odabralo sveukupno 314 ispitanika (66,1%), odnosno zbroj odgovora *djelomično se slažem* i *u potpunosti se slažem*.



Grafikon 14.8. Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog ukazivanja na dječje uspjehe i ponosa na te uspjehe (N=475)

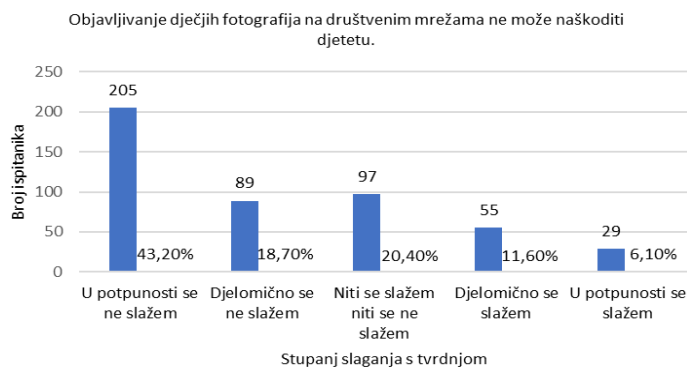
Tvrđnja *Fotografije koje objavim na svom profilu ne mogu biti zlorabljene* (grafikon 14.9) pokazala je kako se 163 ispitanika (34,3%) u potpunosti ne slaže s tvrdnjom, 79 ispitanika (16,6%) djelomično se ne slaže, 93 ispitanika (19,6%) se niti slažu niti ne slažu, 66 ispitanika (13,9%) se djelomično slažu, dok se 74 ispitanika (15,6%) u potpunosti slaže s tvrdnjom. Zbrajajući odgovore u potpunosti se ne slažem i djelomično se ne slažem, uviđa se kako su roditelji većinski svjesni (njih 242; 50,9%) da fotografije koje objave na svom profilu na društvenim mrežama mogu biti zlorabljene. No, opet se može potaknuti pitanje o dostupnosti fotografija na društvenim mrežama gdje se većina ispitanika složila kako fotografije nisu dostupne drugima, već samo osobama koje imaju kao prijatelje na svom profilu na društvenoj mreži. Također na pitanje o mogućnosti da će djetetu jednoga dana smetati pojedina fotografija koju je roditelj objavio, ne treba zanemariti da je najveći broj roditelja rekao kako misle da će njihovom djetetu smetati ako objave takve fotografije.



Grafikon 14.9. Fotografije koje objavim na svom profilu ne mogu biti zlorabljene (N=475)

Posljednja tvrdnja *Objavljivanje dječjih fotografija na društvenim mrežama ne može naškoditi djetetu* (grafikon 14.10) rezultirala je time da se čak 205 ispitanika (43,2%) u potpunosti nije složilo s ovom tvrdnjom. 89 ispitanika (18,7%) djelomično se ne slaže, 97 ispitanika (20,4%) niti se slaže niti se ne slaže, 55 ispitanika (11,6%) djelomično se slaže, dok se 29 ispitanika (6,1%) u potpunosti slaže s tvrdnjom. Zaključujemo da su roditelji ipak svjesni potencijalnih opasnosti na društvenim mrežama te da se ova tvrdnja donekle poklapa s tvrdnjom o mogućnostima zlorabljenja fotografija koje roditelji objavljuju na društvenim mrežama. Naime, sveukupno 294 roditelja (61,9%) smatra da objavljivanje dječjih fotografija na

društvenim mrežama može na neki način naškoditi djetetu. Brojka je dobivena zbrojem odgovora u potpunosti se ne slažem i djelomično se ne slažem s tvrdnjom.



Grafikon 14.10. Objavljivanje dječjih fotografija na društvenim mrežama ne može naškoditi djetetu (N=475)

Na idući set tvrdnji u upitniku, ispitanici su trebali odgovarati s „DA“ ukoliko se slažu s navedenom tvrdnjom te s „NE“ ukoliko se ne slažu s tvrdnjom. Tablica 2 pokazuje odgovore koje su ispitanici dali. Može se vidjeti kako je prva tvrdnja, *Roditelji su dužni štiti prava i dobrobit djeteta*, rezultirala stopostotnim odgovorom *da*. To je prvi put u ovome istraživanju da su se apsolutno svi roditelji složili oko pojedine tvrdnje.

Već tvrdnja broj 2 dovodi do podjele mišljenja. Tvrdnja glasi: *Roditelj ima pravo na društvenim mrežama objaviti fotografiju svog djeteta kad on to želi*. Većina roditelja, njih čak 269 (56,6%), odgovorilo je *da*, a preostalih 206 (43,4%) roditelja odgovorilo je *ne*. No, treba primijetiti kako je raspon razlike u odgovorima prilično mali.

Tvrdnja *Djeca zaslužuju posebnu zaštitu u pogledu osobnih podataka* ponovo ujedinjuje većinu ispitanika jer je njih 456 (96%) odgovorilo potvrdno, a tek 19 (4%) ispitanika negacijski. Može se zaključiti kako većina roditelja vjeruje u ovu tvrdnju ili da su upoznati s uredbom broj 38 iz Uredbe 2016/679 Europskog parlamenta i vijeća o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka koja je izvor ove tvrdnje.

Nadalje, tvrdnja *Kad sam saznao/la da ću postati roditelj, podijelo/la sam to na svom Facebook profilu (ili drugoj društvenoj mreži)*, rezultirala je sa 106 pozitivnih odgovora (22,3%) te s 369 (77,7%) negativnih odgovora. Dakle, tek manjina ispitanika objavila je na društvenoj mreži saznanje da će postati roditelj.

Tvrdnja *Uz objavu fotografije s djecom, podijelim i lokaciju na kojoj se nalazimo (proslave, izleti, muzeji, zoo, kino...)* pokazala je da tek 73 ispitanika (15,4%) podijele lokaciju nalaženja, no čak 402 ispitanika (84,6%) to ne radi. Iz navedenog se može zaključiti da je većina roditelja oprezna prilikom objavljivanja fotografija s djecom.

Tvrdnja *Djeca imaju pravo na zaborav i ispravak osobnih podataka ukoliko su tijekom života bili izloženi rujanju ili drugim opasnostima zbog objavljenih fotografija ili podataka tijekom djetinjstva* dobila je 430 (90,5%) odgovora *da* te tek 45 (9,5%) odgovora *ne*. Može se ponoviti zaključak o upoznatosti s Uredbom 2016/679 Europskog parlamenta i vijeća, no ovog puta je broj uredbe 65. Ili se može pretpostaviti da je to zaista dubinski roditeljski osjećaj i uvjerenje u tvrdnju.

Istraživanje je pokazalo i da čak 434 ispitanika (91,4%) poznaje nekoga tko svakodnevno na društvenim mrežama objavljuje fotografije svoje djece. Zanimljivo je usporediti kako gotovo svi ispitanici poznaju nekoga tko svakodnevno objavljuje fotografije svoje djece na društvenim mrežama te se postavlja pitanje bi li se svi ispitanici iskreno izjasnili kada bi pitanje bilo formulirano na način objavljuju li oni svakodnevno fotografije svoje djece.

Čak 195 ispitanika (41,1%) smatra da ukoliko je objavljena slika djeteta kod njega izazvala uznemirenost ili ugrozila dobrobit djeteta, osoba koja je objavila fotografiju bit će kažnjena kaznom zatvora do jedne godine. No, ipak većina ispitanika, njih 280 (58,9%), smatra takve osobe neće biti kažnjene. Prema tome se zaključuje da većina ispitanika nije prepoznata s tvrdnjom iz Kaznenog zakona (2011), točnije člankom 178., stavkom 1.

Ukoliko roditelj objavi fotografiju svog djeteta jednom mjesečno, to je u redu, smatra 212 (44,6%) ispitanika, dok se njih 263 (55,4%) s tim ne slaže. Ukoliko te odgovore usporedimo s odgovorima na već navedenu tvrdnju *Roditelj ima pravo na društvenim mrežama objaviti fotografiju svog djeteta kad on to želi*, možemo primijetiti određene sličnosti, posebice jer su odgovori gotovo jednako raspodijeljeni. Ukoliko roditelj može objaviti fotografiju svog djeteta kad on to želi (podsjetimo, potvrdno je odgovorilo 269 roditelja, a negativno je odgovorilo 206 roditelja, preciznije razlika od 51 ispitanika), onda bi se moglo pretpostaviti da većina roditelja smatra da je objavljivanje djetetove fotografije od strane roditelja jednom mjesečno u redu. Ipak, postoji razlika u tome da je tvrdnja s roditeljskom objavom djetetove

fotografije jednom mjesečno imala manje potvrdnih odgovora (212) nego što je to imala tvrdnja o roditeljskom objavljivanju fotografije svog djeteta kad on to želi (269). Taj podatak pokazuje da se roditeljsko mišljenje ne poklapa u potpunosti na ova dva vrlo slična pitanja.

Čak 349 (73,5%) roditelja smatra da roditelj učestalim objavljivanjem fotografija svog djeteta stvara djetetov identitet na društvenim mrežama. Vidi se da je većina roditelja svjesna da objavljivanjem fotografija ostavljaju digitalni otisak djeteta na društvenim mrežama.

Tvrdnja *Otmice ili drugi nasilni zločini najčešće nisu počinjeni od strane poznanika ili rodbine* imala je 194 pozitivnih odgovora te 281 negacijskih odgovora. Prema tome, 40,8% ispitanika smatra da otmice ili drugi nasilni zločini najčešće nisu počinjeni od strane poznanika ili rodbine, dok preostalih 59,2% ispitanika smatra da jesu, kako potvrđuje i Steinberg (2017). Pritom je 327 (68,8%) ispitanika priznalo da nisu upoznati ni s jednim slučajem digitalne otmice.

Da je objavljivanje fotografija na kojima su djeca samo u pelenama u redu smatra tek 68 (14,3%) ispitanika. Može se postaviti pitanje zašto se toliko ispitanika ne slaže s navedenom tvrdnjom ako smatraju da su dobro upoznati sa zaštitom podataka, ako redovito objavljuju fotografije djece na društvenim mrežama koje su dostupne samo njihovim prijateljima, ako im dijete neće zamjeriti što su objavili njegovu fotografiju na društvenoj mreži, ako te fotografije ne mogu biti zlorabljene ili ako imaju pravo objaviti djetetovu fotografiju bilo kada. Ova tvrdnja može ostaviti prostor za diskusiju.

Istraživanje je pokazalo i da 367 ispitanika (77,3%) smatra da su Facebook grupe u kojima roditelji razmjenjuju odgojna iskustva i obiteljske situacije dobar oblik podrške roditeljima. Dakle, većina roditelja se slaže s navedenom tvrdnjom, no opet se postavlja pitanje koliko je sigurno iznositi takve podatke u javnu ili zatvorenu grupu koja može okupljati potpuno nepoznate osobe te zapravo ne znamo s kime dijelimo svoje povjerljive informacije, a posebice od koga eventualno tražimo savjet ili podršku.

Razilaženja u mišljenju prisutna su i u tvrdnji *Objavljivanje fotografije s ultrazvuka je neprimjereno*. 260 ispitanika (54,7%) slaže se s navedenom tvrdnjom, a malo manji broj od 215 ispitanika (45,3%) ne slaže se s tvrdnjom, odnosno smatra da je u redu objaviti fotografiju s ultrazvuka.

Zatim, zanimljivo je vidjeti kako su ispitanici odgovorili na tvrdnju *Online rizici izazvani objavljivanjem fotografija i osobnih podataka djece su nepostojeći*. Tek 22 ispitanika (4,6%) su ovu tvrdnju potvrdila, a njih 453 (95,4%) nije se složilo s ovom tvrdnjom. Ipak, vidljivo je da osviještenost roditelja o rizicima postoji. Nadalje, čak 312 ispitanika (65,7%) smatra da fotografije koje objavljuju ni na koji način ne mogu posramiti njihovo dijete. Tvrdnja *Unutar prve godine života svog djeteta objavio/la sam njegovu fotografiju na jednoj od društvenih mreža*, rezultirala je odgovorom *da* kod 285 ispitanika (60%) te odgovorom *ne* kod 190 ispitanika (40%).

Istraživanje je pokazalo i da 463 (97,5%) ispitanika poznaje nekoga tko putem društvenih mreža čestita rođendan svom djetetu na način da objavi status/fotografiju djeteta ili proslave. Ako se prisjetimo tvrdnje *Poznajem nekoga tko svakodnevno na društvenim mrežama objavljuje fotografije vezane uz svoju djecu*, možemo uvidjeti kako su i u toj situaciji roditelji dali čak 434 potvrdna odgovora. Zaključujemo, kada je riječ o drugima, ispitanici imaju vrlo slična viđenja stvarnosti. Zanimljivo je i da 328 (69,1%) ispitanika smatra da objavljivanje iskustva procesa odvikavanja od dudu i pelena djeteta može biti korisno drugim roditeljima. Primjećuje se kako roditelji vjeruju da bi različita iskustva odvikavanja od dudu i pelena bila dobrodošla, no je li objavljivanje takvih iskustava ono što bi moglo posramiti dijete? Ili možda ono što bi se moglo zlorabiti? Ili potencijalni *online* rizik? Čak 445 (93,7%) ispitanika smatra da postoji rizik objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka. Uspoređujući to s već spomenutom sličnom tvrdnjom koja glasi *Online rizici izazvani objavljivanjem fotografija i osobnih podataka djece su nepostojeći*, zanimljivo je vidjeti kako se većina od 453 (95,4%) ispitanika nije složila s tom tvrdnjom. Prema tome zaključujemo kako se odgovori na ova dva pitanja gotovo u potpunosti poklapaju.

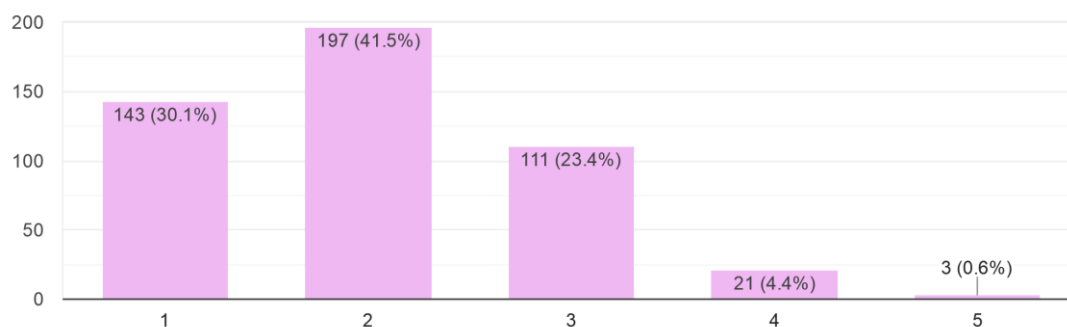
Tablica 2. Prikaz odgovora roditelja na tvrdnje s kojima se (ne) slažu (N=475)

	DA	NE
Roditelji su dužni štiti prava i dobrobit djeteta.	475 (100%)	0 (0%)
Roditelj ima pravo na društvenim mrežama objaviti fotografiju svog djeteta kad on to želi.	269 (56,6%)	206 (43,4%)
Djeca zaslužuju posebnu zaštitu u pogledu osobnih podataka.	456 (96%)	19 (4%)
Kad sam saznao/la da ću postati roditelj, podijelio/la sam to na svom Facebook profilu (ili drugoj društvenoj mreži).	106 (22,3%)	369 (77,7%)

Uz objavu fotografije s djecom, podijelim i lokaciju na kojoj se nalazimo (proslave, izleti, muzeji, zoo, kino...)	73 (15,4%)	402 (84,6%)
Djeca imaju pravo na zaborav i ispravak osobnih podataka ukoliko su tijekom života bili izloženi rujanju ili drugim opasnostima zbog objavljenih fotografija ili podataka tijekom djetinjstva.	430 (90,5%)	45 (9,5%)
Poznajem nekoga tko svakodnevno na društvenim mrežama objavljuje fotografije vezane uz svoju djecu.	434 (91,4%)	41 (8,6%)
Ukoliko je objavljena slika djeteta kod njega izazvala uznemirenost ili ugrozila dobrobit djeteta, osoba koja je objavila fotografiju bit će kažnjena kaznom zatvora do jedne godine.	195 (41,1%)	280 (58,9%)
Ukoliko roditelj objavi fotografiju svog djeteta jednom mjesečno, to je u redu.	212 (44,6%)	263 (55,4%)
Roditelj učestalim objavljivanjem fotografija svog djeteta stvara djetetov identitet na društvenim mrežama.	349 (73,5%)	126 (26,5%)
Otmice ili drugi nasilni zločini najčešće nisu počinjeni od strane poznanika ili rodbine.	194 (40,8%)	281 (59,2%)
Nisam upoznat/a niti sa jednim slučajem digitalne otmice.	327 (68,8%)	148 (31,2%)
Objavljivanje fotografija na kojima su djeca samo u pelenama je u redu.	68 (14,3%)	407 (85,7%)
Facebook grupe u kojima roditelji razmjenjuju odgojna iskustva i obiteljske situacije dobar su oblik podrške roditeljima.	367 (77,3%)	108 (22,7%)
Objavljivanje fotografije s ultrazvuka je neprimjereno.	260 (54,7%)	215 (45,3%)
Online rizici izazvani objavljivanjem fotografija i osobnih podataka djece su nepostojeći.	22 (4,6%)	453 (95,4%)
Fotografije koje objavljujem ni na koji način ne mogu posramiti moje dijete.	312 (65,7%)	163 (34,3%)
Unutar prve godine života svog djeteta objavio/la sam njegovu fotografiju na jednoj od društvenih mreža.	285 (60%)	190 (40%)
Poznajem nekoga tko putem društvenih mreža čestita rođendan svom djetetu na način da objavi status/fotografiju djeteta ili proslave.	463 (97,5%)	12 (2,5%)
Objavljivanje iskustva procesa odvikavanja od dudu i pelena djeteta može biti korisno drugim roditeljima.	328 (69,1%)	147 (30,9%)
Rizik objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka postoji.	445 (93,7%)	30 (6,3%)

Pitanje o učestalosti objavljivanja fotografija svog djeteta na društvenim mrežama, pokazalo je da njih 143 (30,1%) nikad ne objavljuje fotografije svog djeteta. 197 ispitanika (41,5%) izjasnilo se da rijetko objavljuje fotografije svog djeteta, 111 ispitanika (23,4%) to čini ponekad, 21 ispitanik (4,4%) to čini često, a tek 3 ispitanika (0,6%) priznala su da to čine vrlo često.

Objavljujem fotografije svog djeteta na društvenim mrežama: (1 - Nikad; 2 - Rijetko; 3 - Ponekad; 4 - Često; 5 - Vrlo često)
475 responses



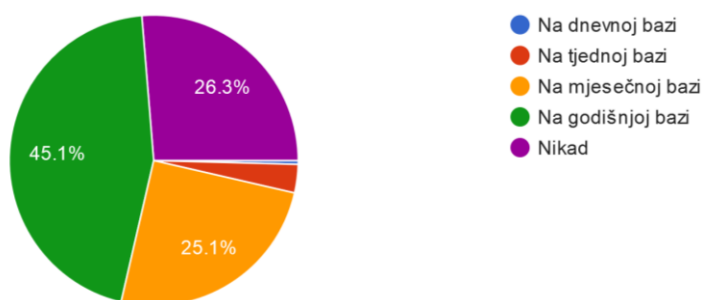
Grafikon 15. Učestalost objavljivanja fotografija djeteta na društvenim mrežama (N=475)

Nadolazeće pitanje slično je prethodnom, ali sadrži preciznije ponuđene odgovore (grafikon 16). Tek je mali dio ispitanika, njih 2 (0,4%), navelo da svakodnevno objavljuju fotografije svog djeteta na društvenim mrežama. 15 ispitanika (3,2%) je navelo da objavljuju fotografije svog djeteta na društvenim mrežama na tjednoj bazi, 119 ispitanika (25,1%) na mjesečnoj bazi, a najveći broj ispitanika, njih 214 ispitanika (45,1%), naveo je kako na godišnjoj bazi objavljuju fotografije svog djeteta na društvenim mrežama. Treba istaknuti i 125 ispitanika (26,3%) koji su naveli da nikad ne objavljuju fotografije svog djeteta na društvenim mrežama. Pritom moramo primijetiti kako je na prošlom pitanju odgovor *nikad ne objavljujem fotografije svoje djece na društvenim mrežama* odabralo 143 ispitanika (30,1%), dakle ipak malo više nego u ovom pitanju. Zatim, 197 ispitanika (41,5%) se u prethodnom pitanju odlučilo za odgovor *rijetko objavljujem fotografije svoje djece na društvenim mrežama* što se može usporediti s odgovorom *objavljujem na godišnjoj bazi* u ovom pitanju kojeg je odabralo 214 ispitanika (45,1%). Ponovno imamo povećanje ispitanika u odgovoru na ovo pitanje. U prošlom pitanju za odgovor *ponekad* izjasnilo se 111 ispitanika (23,4%), a u ovom pitanju vrlo sličan broj ispitanika, njih 119 (25,1%), navodi kako na *mjesečnoj bazi objavljuje fotografije svog djeteta na društvenim mrežama*. Nastavno na to, u prošlom pitanju 21 ispitanik (4,4%) izjasnio se da to čini *često* što se može usporediti s odgovorom *na tjednoj bazi* u ovome pitanju za koji se odlučilo 15 ispitanika (3,2%). Posljednje, na prošlo pitanje odgovor *vrlo često* odabrala su 3 ispitanika (0,6%), dok su na ovo pitanje odgovor *na dnevnoj bazi* odabrala 2 ispitanika (0,4%).

Možemo primijetiti kako se odgovori roditelja gotovo u potpunosti poklapaju u tvrdnjama koje se odnose na češće objavljivanje djetetovih fotografija na društvenim mrežama, te da dolazi do malog odstupanja kod 17 ispitanika u slučaju kada se govori o rijetkom (197 ispitanika) ili godišnjem (214 ispitanika) objavljivanju fotografija te kod 18 ispitanika koji nikada (125 ispitanika na prvom pitanju i 143 ispitanika na drugom pitanju) ne objavljuju fotografije svog djeteta na društvenim mrežama.

Objavljujem fotografije svog djeteta na društvenim mrežama:

475 responses



Grafikon 16. Učestalost roditeljskog objavljivanja fotografija djeteta na društvenim mrežama (N=475)

Ispitanicima su dalje ponuđene određene situacije koje najčešće objavljuju u vezi djeteta (tablica 3). Imali su mogućnost višestrukog odabira te da sami dodaju željeni odgovor. U ponuđenim odgovorima navedene su *smiješne situacije, situacije ljutnje, situacije plača, slatke situacije, neraspoložene situacije, situacije s izleta, situacije odvikavanja od dude/pelene, polugole/gole situacije (npr. bazen, more), ništa od navedenog i ne objavljujem*. Analiza je pokazala kako najveći broj ispitanika, njih čak 216 (45,5%), objavljuje slatke situacije, zatim 159 ispitanika (33,5%) objavljuje situacije s izleta, 147% ispitanika (30,9%) ne objavljuje ništa od navedenog, 120 ispitanika (25,3%) objavljuje smiješne situacije, 21 ispitanik (4,4%) ne objavljuje uopće, 6 ispitanika (1,3%) objavljuje polugole/gole situacije, 2 ispitanika (0,4%) objavljuju situacije ljutnje, 1 ispitanik (0,2%) objavljuje situacije plača, a neraspoložene situacije nitko ne objavljuje. Također, 41 ispitanik dodao je svoj odgovor na ovo pitanje te su naveli: edukativne situacije (4 ispitanika, 0,8%), ponosne situacije (1 ispitanik, 0,2%), emotivne situacije (2 ispitanik, 0,4%), dječja postignuća (2 ispitanika, 0,4%), dječje rođendane (4 ispitanika, 0,8%), profilne fotografije na društvenoj mreži (1 ispitanik, 0,2%), fotografije na kojima se ne vidi

djetetovo lice (10 ispitanika, 2%), fotografije djetetova rođenja (2 ispitanika, 0,4%), obiteljske fotografije (4 ispitanika, 0,8%), profesionalne fotografije (2 ispitanika, 0,4%), sportska događanja (2 ispitanika, 0,4%), svečane situacije, blagdani i proslave (4 ispitanika, 0,8%), važni datumi (1 ispitanik, 0,2%), samo dječje izjave (1 ispitanik, 0,2%) i putovanja (1 ispitanik, 0,2%).

Tablica 3. Najčešće objavljivane situacije s djetetom koje roditelji objavljuju (N=475)

Situacije koje roditelji najčešće objavljuju	Broj roditelja koji objavljuju te situacije	Postotak roditelja koji objavljuju te situacije
Slatke situacije	216	45,5%
Situacije s izleta	159	33,5%
Ništa od navedenog	147	30,9%
Smiješne situacije	120	25,3%
Ne objavljujem	21	4,4%
Polugole/gole situacije	6	1,3%
Situacije ljutnje	2	0,4%
Situacije plača	1	0,2%
Situacije odvikavanja od dude/pelene	0	0
Neraspoložene situacije	0	0
Edukativne situacije	4	0,8%
Emotivne situacije	2	0,4%
Ponosne situacije	1	0,2%
Dječja postignuća	2	0,4%
Dječji rođendani	4	0,8%
Profilne fotografije	1	0,2%
Ne vidi se lice djeteta	10	2%
Djetetovo rođenje	2	0,4%
Obiteljske fotografije	4	0,8%
Profesionalne fotografije	2	0,4%
Sportska događanja	2	0,4%
Svečane situacije, blagdani i proslave	4	0,8%
Važni datumi	1	0,2%
Dječje izjave	1	0,2%
Putovanja	1	0,2%

Sljedeće pitanje odnosilo se na razloge objavljivanja fotografije djeteta na društvenim mrežama te je svih 475 ispitanika odgovorilo na pitanje. Ispitanicima su bili ponuđeni odgovori između kojih su mogli odabrati više odgovora te su mogli sami nadopisati još neki dodatni razlog ukoliko nije naveden. Također, postavljena je i opcija *ništa od navedenog* te *ne objavljujem*. Ostali ponuđeni odgovori su da objavljuju fotografije svog djeteta na društvenim mrežama zbog *ljubavi prema djetetu, ponosa na dijete, uključivanja uže i šire obitelji u odrastanje djeteta, zadržavanja bliskih odnosa s obitelji* te *zbog prihvaćanja*. Rezultati (tablica 4) su pokazali kako najveći broj ispitanika, njih čak 232 (48,8%), objavljuje fotografije

svoje djece na društvenim mrežama zbog *ponosa na dijete*, 170 ispitanika (35,8%) objavljuje zbog *uključivanja uže i šire obitelji u odrastanje djeteta*, 144 ispitanika (30,3%) odabrala su *ništa od navedenog*, 113 ispitanika (23,8%) objavljuju zbog *ljubavi prema djetetu*, 58 ispitanika (12,2%) objavljuje zbog *zadržavanja bliskih odnosa s obitelji*, a 5 ispitanika (1,1%) objavljuje zbog *prihvatanja*. Odgovor *ne objavljujem* odabrala su 22 ispitanika (4,6%). Također, i u ovome pitanju dio ispitanika dodao je svoje odgovore. Tako je 1 ispitanik (0,2%) dodao da objavljuje kako bi podijelio lijepe trenutke, a na tragu toga je i odgovor drugog ispitanika koji je naveo kako objavljuje zbog istinskog uživanja u obitelji (0,2%). Drugi je ispitanik (0,2%) naveo kako objavljuje fotografije svog djeteta na društvenim mrežama zbog razmjene iskustva s prijateljima koji također imaju djecu. Nadalje, 1 ispitanik (0,2%) je odgovorio da objavljuje fotografiju samo ako je cijela obitelj na fotografiji, dok je drugi ispitanik (0,2%) naveo kako želi pokazati djetetovu uključenost u obiteljski život, odnosno prikazati dijete kao svoju „desnu ruku“. Naposljetku, jedan ispitanik (0,2%) se izjasnio kako se na taj način može prisjetiti uspomena, dok je drugi ispitanik (0,2%) ponovio odgovor s prethodnog pitanja, odnosno da objavljuje obiteljsku fotografiju jednom godišnje.

Tablica 4. Roditeljski razlozi objavljivanja dječjih fotografija na društvenim mrežama (N=475)

Razlozi roditeljskih objavljivanja dječjih fotografija na društvenim mrežama	Broj roditelja koji objavljuje iz tog razloga	Postotak roditelja koji objavljuje iz tog razloga
Ponos na dijete	232	48,4%
Uključivanje uže i šire obitelji u odrastanje djeteta	170	35,8%
Ljubav prema djetetu	113	23,8%
Zadržavanje bliskih odnosa s obitelji	58	12,2%
Prihvatanje	5	1,1%
Ne objavljujem	22	4,6%
Ništa od navedenog	144	30,3%
Dijeljenje lijepih trenutaka	1	0,2%
Istinsko uživanje u obitelji	1	0,2%
Razmjena iskustva s prijateljima koji imaju djecu	1	0,2%
Pokazati djetetovu uključenost u obiteljski život	1	0,2%
Prisjećanje uspomena	1	0,2%
Obiteljska fotografija jednom godišnje	1	0,2%
Samo izjave djeteta	1	0,2%

Posljednje pitanje u upitniku pokazalo je kako čak 411 ispitanika (86,5%) smatra da je dijeljenje djetetovih likovnih uradaka, čestitki namijenjenih roditeljima,

diploma iz vrtića prisutno među većinom roditelja. Iz priloženoga lako je zaključiti kako su takve situacije ipak prisutne među većinom roditelja jer su tek 64 roditelja (13,5%) odabrala odgovor *ne*. S tvrdnjom da su barem jednom objavili fotografiju djeteta koju bi ono moglo smatrati neprimjerenom složilo se 32 ispitanika (6,7%), a uvjerljiva većina od 443 ispitanika (93,3%) nije se složila s navedenom tvrdnjom. Istraživanje je pokazalo i da 236 ispitanika (49,7%) smatra da je objavljivanje fotografije način zabilježavanja trenutka u dječjem odrastanju. Čak 239 ispitanika (50,3%) ne slaže se s time. No, čak 386 (81,3%) ispitanika smatra da roditeljsko objavljivanje djetetovih osobnih informacija nikad ne proizlazi iz loših namjera.

Tablica 5. Roditeljska opredjeljenja u postavljenim tvrdnjama. (N=475)

	DA	NE
Dijeljenje djetetovih likovnih uradaka, čestitki namijenjenih roditeljima, diploma iz vrtića prisutno je među većinom roditelja.	411 (86,5%)	64 (13,5%)
Barem jednom sam objavio/la fotografiju djeteta koju bi ono moglo smatrati neprimjerenom.	32 (6,7%)	443 (94,3%)
Objavljivanje fotografije način je zabilježavanja trenutka u dječjem odrastanju.	236 (49,7%)	239 (50,3%)
Roditeljsko objavljivanje djetetovih osobnih informacija nikad ne proizlazi iz loših namjera.	386 (81,3%)	89 (18,7%)

Važna saznanja ovog istraživanja ponajviše se odnose na učestalost i razloge roditeljskog objavljivanja kao i na svjesnost o oblikovanju digitalnog identita djeteta te svjesnost o potencijalnim rizicima. Rezultati su pokazali da od 475 ispitanika njih 263 ispitanika (55,4%) objavljuje fotografije svoje djece na društvenim mrežama, a 212 ispitanika (44,6%) to ne čini. Nadalje, 214 ispitanika (45,1%) to čini na godišnjoj bazi, 119 ispitanika (25,1%) na mjesečnoj, 15 ispitanika (3,2%) na tjednoj, 2 ispitanika (0,4%) na dnevnoj, dok 125 ispitanika (26,3%) to ne čini nikad. Zaključuje se kako većina roditelja rijetko objavljuje fotografije svog djeteta čime je opovrgnuta prva hipoteza ovog istraživanja, a to je da većina roditelja djece predškolske dobi barem jednom mjesečno objavi fotografiju svog djeteta na jednoj od društvenih mreža.

Većina ispitanika, njih čak 232 (48,8%), navela je da to najčešće čini zbog ponosa na dijete, a tek 113 ispitanika (23,8%) navelo je kako objavljuje fotografije svog djeteta zbog ljubavi prema njemu. Navedeni rezultati potvrđuju drugu hipotezu

istraživanja koja glasi da iskazivanje ljubavi roditelja prema djetetu nije najčešći razlog roditeljskog objavljivanja djetetovih fotografija na društvenim mrežama.

Što se tiče svjesnosti o eventualnim posljedicama, većina roditelja, njih 349 (73,5%), smatra da objavljivanjem fotografija i osobnih podataka djece na društvenim mrežama stvara digitalni identitet djeteta na društvenim mrežama, dok se tek 126 ispitanika (26,5%) s time ne slaže. Uočavamo kako se može potvrditi treća hipoteza ovoga istraživanja prema kojoj je većina roditelja djece predškolske dobi svjesna da objavljivanjem djetetovih fotografija i osobnih podataka na društvenoj mreži stvaraju djetetov identitet na društvenoj mreži.

Naposljetku, tvrdnja da rizik od objavljivanja djetetovih fotografija i osobnih podataka na društvenim mrežama postoji, rezultirala je s uvjerljivih 445 potvrdnih odgovora (93,7%) iz čega možemo zaključiti kako je četvrta hipoteza ovoga istraživanja opovrgnuta. Podsjetimo, četvrta hipoteza tvrdila je kako je tek manji broj roditelja djece predškolske dobi svjestan potencijalnih opasnosti objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka na društvenim mrežama. Međutim, iz navedenih rezultata vidimo kako je ipak većina roditelja svjesna potencijalnih opasnosti kontinuiranoga objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka na društvenim mrežama. Podsjetimo, što se tiče dobi ispitanika koji su ispunjavali anketu, najveći dio uzorka, čak 336 ispitanika (70,7%) su u dobi od uključujući 30 do uključujući 39 godina. Treba uzeti u obzir starosnu dob ispitanika te pretpostaviti da je moguće dobiti i drugačije rezultate istraživanja ukoliko bi većinski dio uzorka bio mlađi ili stariji od navedene dobi.

ZAKLJUČAK

Prilikom upoznavanja u prijašnjim vremenima bilo je lako ostaviti prvi dojam, no danas se prvi dojam o osobi uglavnom stječe prvim pregledom društvenih mreža. Društvene mreže su kanal kroz koji se ostvaruje najveći dio komunikacije te su upravo zbog toga vrlo važan segment novih medija koji se, putem plasiranja novih trendova na društvenim mrežama, pokušavaju što više približiti željenoj publici.

U svijetu je sve više u porastu trend roditeljskog objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka na društvenim mrežama te nije bilo potrebno mnogo vremena da se taj trend pojavi i u Republici Hrvatskoj. Zato je nastojanje ovoga rada bilo pružiti uvid u učestalost i razloge roditeljskog objavljivanja te svjesnost o eventualnim rizicima i posljedicama roditeljskog objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka na društvenim mrežama. Rezultati ovog istraživanja pokazuju kako većina roditelja djece predškolske dobi objavljuje fotografije svoje djece na društvenim mrežama, no treba napomenuti da su od četiri postavljene hipoteze ovoga rada, dvije potvrđene te dvije opovrgnute. Potvrđene su hipoteze da ljubav roditelja prema djetetu nije najčešći razlog roditeljskog objavljivanja fotografija i osobnih podataka djeteta na društvenim mrežama, nego je to u najviše slučajeva ponos na dijete. Druga hipoteza koja je potvrđena jest da je većina roditelja djece predškolske dobi svjesna da objavljivanjem djetetovih fotografija i osobnih podataka na društvenoj mreži stvaraju djetetov *online* identitet. Unatoč svjesnosti o ostavljanju digitalnog otiska djeteta na društvenim mrežama, većina roditelja ipak objavljuje fotografije svog djeteta na društvenim mrežama. Rezultati su pokazali da to čine barem jednom godišnje čime je opovrgnuta prva hipoteza ovog istraživanja. Istraživanjem je opovrgnuta i posljednja hipoteza prema kojoj je tek manji broj roditelja svjestan potencijalnih opasnosti objavljivanja na društvenim mrežama. Dakle, iako je većina roditelja svjesna mogućih rizika, to ih ne sprječava da objavljuju djetetove fotografije. Pretpostavlja se da ispitanici smatraju da ukoliko rijetko objave fotografiju djeteta, ono ne može biti u opasnosti. Ipak, ne treba zanemariti da iako 45,1% roditelja objavljuje fotografije svoje djece na godišnjoj bazi, čak 25,1% roditelja to čini na mjesečnoj bazi, a 3,2% na tjednoj bazi. To znači da dio roditelja koji navode da su svjesni eventualnih rizika i opasnosti, i dalje jednako često objavljuju fotografije i osobne podatke svoje djece na društvenim

mrežama. Ako se na trenutak prisjetimo svojevremene slavne izjave Abrahama Lincolna: „Sve ovo što jesam, ili se nadam da ću biti, dugujem svojoj majci.“ i zamislimo što je to sve što jedna majka i otac mogu dati svojem djetetu, zasigurno ćemo pomisliti na bezuvjetnu ljubav, toplo krilo sigurnosti, podršku i utjehu. Ne želimo da nadolazeće mlade generacije uz navedeno, ili umjesto navedenoga, pomisle kako bi željeli da su bili više zaštićeni te manje izloženi javnosti. Stoga smatramo potrebnim glasnije osvještavanje roditelja da privatne trenutke zadrže privatnima kako bi uspješno ostali sreća i radost pojedinca, a ne buduća posrama ili opasnost tog istog pojedinca.

Na našim područjima, prema dosadašnjim saznanjima, nije provedeno nijedno javno dostupno istraživanje vezano uz ovu problematiku stoga ovaj rad može predstavljati okosnicu budućih istraživanja. U daljnjem istraživanju ove tematike bilo bi zanimljivo sagledati regionalne podatke o roditeljskom objavljivanju dječjih fotografija i osobnih podataka na društvenim mrežama kako bi se utvrdilo ima li razlika u regijama te koja regija prednjači objavljivanjem navedenih podataka. Također, pretpostavlja se da će biti potrebno odvojiti društvene mreže od aplikacija za dopisivanje kako bi dobiveni podaci bili što reprezentativniji i valjaniji.

LITERATURA:

1. Bershad, J. (2010). Google's CEO Proposes Future Where People Will Have to Change Their Names to Escape Social Media. *The Mary Sue*. Dostupno na: <https://www.themarysue.com/googles-ceo-name-change/>. Preuzeto 19. veljače 2020.
2. Brosch, A. (2016). When the Child is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook. *The New Educational Review*, 43 (1), 225-235.
3. Buljan Flander, G. (2008). O djeci i internetu. *Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba*. Dostupno na: <https://www.poliklinika-djeca.hr/za-roditelje/izazoviroditeljstva/o-djeci-i-internetu/>. Preuzeto 19. veljače 2020.
4. Buljan Flander, G. (2017). Prvo nacionalno istraživanje o predškolskoj djeci pred malim ekranima (rezultati). *Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba*. Dostupno na: <https://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/novosti/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/>. Preuzeto 15. veljače 2020.
5. Buljan Flander, G. (2019). Rezultati nacionalnog istraživačkog projekta "Društvena online iskustva i mentalno zdravlje mladih". *Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba*. Dostupno na: <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/rezultati-nacionalnog-istrazivackog-projekta-drustvena-online-iskustva-i-mentalno-zdravlje-mladih/>. Preuzeto 16. veljače 2020.
6. Carlsson-Paige, N. (2008). *Taking back childhood: helping your kids thrive in a fast-paced, media-saturated, violence-filled world*. New York: Hudson Street Press.
7. Ciboci, L., Čosić Pregrad, I., Kanižaj, I., Potočnik, D., Vinković, D. (2020). *Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu*. HR Kids Online. Zagreb: Ipsos Plus.
8. Coalition, C. R. (2018). *CRC LAUNCHES @KIDSFORPRIVACY*. *Child Rescue Coalition*. Dostupno na: <https://childrescuecoalition.org/child-rescue-coalition-launches-kidsforprivacy-hashtag-takeover-instagram/>. Preuzeto 15. veljače 2020.
9. Halmi, A. (2005). *Strategije kvalitativnih istraživanja u primijenjenim društvenim znanostima*. Jastrebarsko: Naknada Slap.
10. Kazneni zakon (NN 125/2011)
11. Lazard, L. Locke, A., Dann, C., Capdevilia, R. (2018). Sharenting: Why Mothers post about their Children on Social Media. *THE CONVERSATION*. Dostupno na: <https://theconversation.com/sharenting-why-mothers-post-about-their-children-on-social-media-91954>. Preuzeto 22. veljače 2020.

12. Livingstone, L. O.-V. (2017). Maximizing Opportunities and Minimizing Risks for Children Online: The Role of Digital Skills in Emerging Strategies of Parental Mediation. *Journal of Communication*, 67 (1), 82-105.
13. Mail Online (2014). *Sharing snaps of your children online 'could cost them a job if employers find embarrassing photos' - Richard Follet*. Dostupno na: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2554438/Sharing-snaps-children-online-cost-job-employers-embarrassing-photos.html>. Preuzeto 16. veljače 2020.
14. Mascheroni, G., Ponte, C., Jorge, A. (2018). *DIGITAL PARENTING. The Challenges for Families in the Digital Age*. Göteborg: Nordicom.
15. Mužić, V. (1999). *Uvod u metodologiju istraživanja odgoja i obrazovanja*. Zagreb: Educa.
16. Obiteljski zakon (NN103/2015).
17. Ofcom (2017). *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report*. Dostupno na: https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0020/108182/children-parents-media-use-attitudes-2017.pdf. Preuzeto 10. travnja 2020.
18. Steinberg, S. B. (2017). *Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media*. University of Florida Levin Collage of Law.
19. Šola, I. G. (2017). Objavljivanje dječjih fotografija na internetu i etička odgovornost roditelja u kontekstu narcističke kulture. *Crkva u svijetu*, 52 (4), 632-648.
20. Tarade, I. (2019). Znaju li se roditelji nositi s izazovima modernih medija? *Roditelji.hr*. Dostupno na: <http://www.roditelji.hr/obitelj/znaju-li-se-roditelji-nositi-s-izazovima-modernih-medija/>. Preuzeto 19. veljače 2020.
21. The Protection of Children Online. Recommendation of the OECD Council: Report on risks faced by children and policies to protect them. (2012). OECD.
22. Uredba (EU) 2016/679 EUROPSKOG PARLAMENTA I VIJEĆA.
23. Zakon o medijima (NN 59/2004)
24. Zakon o zaštiti osobnih podataka (NN 106/2012)

PRILOZI

ANKETNI UPITNIK

Poštovani roditelji, povodom izrade diplomskoga rada na Učiteljskom fakultetu u Zagrebu, provodi se istraživanje kojim se nastoje utvrditi aktivnosti roditelja djece predškolske dobi na društvenim mrežama. Sudjelovanje u anketnom upitniku je anonimno te će se rezultati istraživanja koristiti isključivo u znanstvene svrhe. Ispunjavanje upitnika traje 10 minuta. Unaprijed Vam hvala na pomoći! Mia Knežević

1. **Spol i dob** (dob napisti na previđene crtice): 1) muško: _____ 2) žensko: _____
2. **Stupanj obrazovanja:**
 - 1) NSS (niža stručna sprema)
 - 2) SSS (srednja stručna sprema)
 - 3) VŠS (viša stručna sprema)
 - 4) VSS (visoka stručna sprema)
3. **Zaposlenost:** 1) da 2) ne 3) porodiljni dopust
4. **Koristite li medije?** 1) da 2) ne
5. **Koje medije najčešće koristite? Na crtice napišite koliko sati dnevno provedete uz pojedini medij.**
 - 1) Tiskane medije (novine, časopise): _____
 - 2) Internet: _____
 - 3) Radio: _____
 - 4) Televiziju: _____
6. **Koliko često koristite internet?**
 - 1) Svakodnevno
 - 2) Nekoliko puta tjedno
 - 3) Nekoliko puta mjesečno
 - 4) Nekoliko puta godišnje
 - 5) Nikad
7. **Putem kojeg uređaja NAJČEŠĆE pristupate internetu (pod opcijom „drugo“ navedite što)?**
 - 1) Mobitela
 - 2) Laptopa
 - 3) Tableta
 - 4) Stolnog računala
 - 5) Drugo: _____
8. **Koje od društvenih mreža i aplikacija za dopisivanje koristite? Na crtice napišite koliko prosječno sati provedete dnevno uz svaku od njih?**
 - 1) Facebook
 - 2) Instagram
 - 3) Whatsapp
 - 4) Viber
 - 5) Drugo: _____
9. **Objavljujete li na tim društvenim mrežama fotografije?** 1) Da 2) Ne
10. **Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, objavljujete li na društvenim mrežama i fotografije svog djeteta?**
 - 1) Da
 - 2) Ne
11. **Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, koliko je Vaše dijete imalo dana/mjeseci/godina kada ste prvi put objavili njegovu fotografiju na društvenim mrežama?** _____
12. **Jeste li objavili fotografiju ultrazvuka svoga djeteta na nekoj od društvenih mreža?**
 - 1) Da
 - 2) Ne
13. **Broj djece:**
 - 1) Jedno
 - 2) Dvoje
 - 3) Troje
 - 4) Četvero
 - 5) Petero i više

14. Koliko godina ima vaše dijete/djeca? (Ukoliko imate više djece istoga spola, odvojite dob zarezom.)

1) Djevojčice _____ 2) Dječaci _____

15. Navedite stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama tako da obilježite željenu kućicu znakom „X“.

	U potpunosti se ne slažem	Djelomično se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Djelomično se slažem	U potpunosti se slažem
Internet ima više prednosti nego mana.					
Društvene mreže potpuno su sigurne.					
Dobro sam upoznat/a sa zaštitom osobnih podataka na internetu.					
Mom djetetu neće smetati ako podijelim njegovu fotografiju na društvenoj mreži.					
Fotografije koje objavljujem na svom Facebook profilu nisu dostupne svakome nego samo prijateljima koje imam na svom profilu.					
Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog socijalizacije s drugim roditeljima.					
Roditelji razmjenjuju informacije o svojoj djeci zbog međusobne podrške.					
Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog razmjene roditeljskih iskustava.					
Roditelji objavljuju informacije o svojoj djeci zbog ukazivanja na dječje uspjehe i ponosa na te uspjehe.					
Fotografije koje objavim na svom profilu ne mogu biti zlorabljene.					
Objavljivanje dječjih fotografija na društvenim mrežama ne može naškoditi djetetu.					

16. U stupac „da“ upišite „X“ ukoliko tvrdnju smatrate točnom. U stupac „ne“ upišite „X“ ukoliko tvrdnju smatrate netočnom.

	DA	NE
Roditelji su dužni štiti prava i dobrobit djeteta.		
Roditelj ima pravo na društvenim mrežama objaviti fotografiju svog djeteta kad on to želi.		
Djeca zaslužuju posebnu zaštitu u pogledu osobnih podataka.		
Kad sam saznao/la da ću postati roditelj, podijelio/la sam to na svom Facebook profilu (ili drugoj društvenoj mreži).		
Uz objavu fotografije s djecom, podijelim i lokaciju na kojoj se nalazimo. (Proslave, izleti, muzeji, zoo, kino...)		
Djeca imaju pravo na zaborav i ispravak osobnih podataka ukoliko su tijekom života bili izloženi rujanju ili drugim opasnostima zbog objavljenih fotografija ili podataka tijekom djetinjstva.		
Poznajem nekoga tko svakodnevno na društvenim mrežama objavljuje fotografije vezane uz svoju djecu.		
Ukoliko je objavljena slika djeteta kod njega izazvala uznemirenost ili ugrozila dobrobit djeteta, osoba koja je objavila fotografiju bit će kažnjena kaznom zatvora do jedne godine.		
Ukoliko roditelj objavi fotografiju svog djeteta jednom mjesečno to je u redu.		
Roditelj učestalim objavljivanjem fotografija svog djeteta stvara djetetov identitet na društvenim mrežama.		
Otmice ili drugi nasilni zločini najčešće nisu počinjeni od strane poznanika ili rodbine.		
Nisam upoznat/a niti sa jednim slučajem digitalne otmice.		
Objavljivanje fotografija na kojima su djeca samo u pelenama je u redu.		

Facebook grupe u kojima roditelji razmjenjuju odgojna iskustva i obiteljske situacije dobar su oblik podrške roditeljima.		
Objavljivanje fotografija s ultrazvuka je neprimjereno.		
Online rizici izazvani objavljivanjem fotografija i osobnih podataka djece su nepostojeći.		
Fotografije koje objavljujem ni na koji način ne mogu posramiti moje dijete.		
Unutar prve godine života svog djeteta, objavio/la sam njegovu fotografiju na jednoj od društvenih mreža.		
Poznajem nekoga tko putem društvenih mreža čestita rođendan svom djetetu na način da objavi status/fotografiju djeteta ili proslave.		
Objavljivanje iskustva procesa odvikavanja od dudu i pelena djeteta može biti korisno drugim roditeljima.		
Rizik objavljivanja dječjih fotografija i osobnih podataka postoji.		

17. Objavljujem fotografije svog djeteta na društvenim mrežama:

- 1) Nikad 2) Rijetko 3) Ponekad 4) Često 5) Vrlo često

18. Objavljujem fotografije svog djeteta na društvenim mrežama:

- 1) Na dnevnoj bazi 2) Na tjednoj bazi 3) Na mjesečnoj bazi 4) Na godišnjoj bazi

19. Fotografije koje najčešće objavljujem u vezi djeteta su (*moгуće zaokružiti više odgovora*):

- 1) smiješne situacije 2) slatke situacije 3) situacije ljutnje
4) situacije plača 5) neraspoložene situacije 6) situacije s izleta
7) situacije odvikavanja od dudu/pelena 8) polugole/gole situacije (*npr. bazen, more*)
9) drugo: _____

20. Kad objavim fotografiju svog djeteta to je zbog (*moгуće zaokružiti više odgovora*):

- 1) ljubavi prema njemu 2) ponosa na dijete 3) uključivanja uže i šire obitelji u odrastanje djeteta 4) zadržavanja bliskih odnosa s obitelji
5) prihvaćanja 6) drugo:

21. Dijeljenje djetetovih likovnih uradaka, čestitki namijenjenih roditeljima, diploma iz vrtića je prisutno među većinom roditelja. DA NE

22. Barem jednom sam objavio/la fotografiju djeteta koju bi ono moglo smatrati neprimjerenom. DA NE

23. Objavljivanje fotografije način je zabilježavanja trenutka u dječjem odrastanju. DA NE

24. Roditeljsko objavljivanje djetetovih osobnih informacija nikad ne proizlazi iz loših namjera. DA NE

IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI DIPLOMSKOG RADA

Ja, Mia Knežević, samostalno sam napisala diplomski rad „Objavljivanje dječjih fotografija i osobnih podataka na internetu od strane roditelja predškolske djece“, provela istraživanje te analizirala i obradila sve podatke.

Mia Knežević