

Digitalno roditeljstvo- Sharenting

Tunuković, Stela

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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:147:706050>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-03**

Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ

Stela Tunuković

DIGITALNO RODITELJSTVO- *SHARENTING*

Diplomski rad

Zagreb, 2022.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ

Stela Tunuković

DIGITALNO RODITELJSTVO- *SHARENTING*

Diplomski rad

Mentor rada:

Doc. dr. sc. Adrijana Višnjić-Jevtić

Zagreb, 2022.

Sadržaj

SAŽETAK	4
SUMMARY	5
1. UVOD	1
2. RODITELJSTVO	2
<i>2.1. Povijest roditeljstva</i>	3
3. RAZVOJ DRUŠTVENIH MREŽA	4
4. SHARENTING	6
5. ETIČKA I PRAVNA UPITNOST SHARENTINGA	9
6. METODOLOGIJA	12
<i>6.1 Hipoteze istraživanja</i>	12
<i>6.2 Uzorak ispitanika</i>	12
<i>6.3 Instrument</i>	15
7. REZULTATI I RASPRAVA	16
8. ZAKLJUČAK	24
LITERATURA	26
IZJAVA O IZVORNOSTI DIPLOMSKOG RADA	30

SAŽETAK

Zadnjim desetljećem te ulaskom u internetsko doba gotovo svakodnevno nastaju novi trendovi, tako je nastao i trend *sharenting*. Ovim radom prikupljena su relevantna istraživanja i objašnjenja ovog trenda te su se obuhvatile neke zakonske odredbe koje štite dječju privatnost ugroženu *sharentingom*. Također je provedeno istraživanje kojim se nastojalo ispitati stavove roditelja i njihovu informiranost o opasnostima objavljivanja dječjih informacija, fotografija i videozapisa na društvenim mrežama te o poznavanju spomenutog termina. Istraživanjem je obuhvaćeno 309 roditelja djece rane, predškolske i osnovnoškolske dobi. Konstruiran je online anketni instrument koji se sastoji od pet dijelova. Prvi dio pitanja odnosio se na sociodemografske podatke. U drugom dijelu ispitanici su odgovarali na pitanja koja se odnose na njihove navike vezane uz korištenje društvenih mreža. Treći dio odnosio se na aktivnosti sudionika istraživanja na društvenim mrežama povezane s njihovim roditeljstvom. Četvrti dio upitnika odnosio se na procjenu tvrdnji o digitalnim tragovima koje roditelji ostavljaju o svojoj djeci dok se peti dio upitnika odnosio se na poznavanje pojma *sharenting*.

Istraživanjem su potvrđene sve tri postavljene hipoteze, a one glase: postoji statistički značajna razlika u procjenama sudionika s obzirom na korištenje društvenih mreža, postoji statistički značajna razlika u procjenama sudionika s obzirom na objavljivanje dječjih fotografija i/ili videozapisa na društvenim mrežama te da postoji statistički značajna povezanost procjenama sudionika s obzirom na njihovu dob.

Pronađene su statistički značajne razlike između ispitanika koji koriste društvene mreže i onih koji ih ne koriste i slaganja/neslaganja s tvrdnjama, također je isto pronađeno i između ispitanika koji objavljuju fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama i onih koji ne objavljuju i slaganja/neslaganja s tvrdnjama te između dobi ispitanika i slaganja/neslaganja s tvrdnjama.

Ključne riječi: društvene mreže, fotografije, privatnost, *sharenting*, videozapisi

SUMMARY

Last decade, during the increase of time of Internet, every day new trends arise. The same way a new trend called sharenting arised. In this thesis are collected relevant researches and explanations of this trend, as well as the new law enforcements which protect children privacy endangered with sharenting. Furthermore, this thesis contains a research which main theme was to question parent's attitudes and how well are they informed about danger of publishing information about children, photographs and videos on social media and do they know previously mentioned term sharenting. Research included 309 parents of children early, preschool and elementary school age. For this purposes was constructed online questionnaire instrument which included 5 parts. First part of questions was about sociodemographic data. Second about habits of using social media. Third contained questions regarding activities on social media connected with their parenting. Forth was about estimation of digital trails which parents leave about their children and the last about familiarity of term sharenting.

Research confirmed all hypothesis. Hypothesis are: it exists statistical relevant divergence in estimations of participants regarding publishing children's photographs/videos on social media and there is statistically relevant connection regarding estimations and participant's age.

In this research, statistically relevant diversities are found between participants who use social media and those who doesn't, between those who publish photos and/or videos of their children on social media and those who doesn't, as well as those who (dis)agree with claims and their age.

Key words: *social media, photographs, privacy, sharenting, videos*

1. UVOD

Pojam *sharenting* nastao je sklapanjem dviju engleskih riječi *sharing* + *parenting* (Bilić i Ajelić, 2018). *Sharenting* je novi, rastući „trend“ među roditeljima nastao razvitkom društvenih mreža, ponajviše Facebooka i Instagrama, a označava objavljivanje dječjih fotografija i videozapisa bez njihova znanja i/ili svijesti o tome. No da bi se razumio taj pojam potrebno je objasniti što je to roditeljstvo i kako se mijenjalo tijekom povijesti. U današnjem, modernom društvu, društvene mreže su postale naša svakodnevnica. Možemo reći da prodiru u svaki aspekt našeg života. Riječ koja se često zna pojavljivati uz spomenuti trend je *humblebragging*, odnosno hvaljenje nečime pretvarajući se pritom da si skroman. Također pojam *micro-microcelebrities* sve je češći u današnje vrijeme, a ponajviše kod roditelja influencera, što će biti objašnjeno u kasnijem odlomku. Uzevši u obzir negativne posljedice (*digital kidnapping*, *morphing* te razne druge) te zakonsku i moralnu obavezu roditelja prema svome djetetu, propituje se etička ispravnost njihova ponašanja u kontekstu olakog objavljivanja dječjih sadržaja i informacija na društvenim mrežama (Facebook, Instagram). Problem je što mali broj zakona štiti djecu od roditeljskog prekomjernog objavljivanja njihovih informacija na društvenim mrežama i što se promjene u zakonima sporo događaju, a novi trendovi se događaju gotovo svakodnevno.

Istraživanjem se htjelo ispitati stavove roditelja i njihova informiranost o opasnostima objavljivanja dječjih informacija, fotografija i videozapisa na društvenim mrežama te o poznavanju termina *sharenting*. Nastojalo se utvrditi povezanost poznavanja ranije spomenutog termina s količinom objavljenih dječjih sadržaja kao i sadržajem samih fotografija i/ili videozapisa koje se temeljilo na samoprocjeni ispitanika.

2. RODITELJSTVO

Roditelji su jedne od prvih i najvažnijih osoba u djetetovu životu. Njihov utjecaj na odgoj, razvoj i obrazovanje djeteta je ogroman. Ova tema aktualna je stoljećima i interes za nju ne jenjava. Emocionalne veze stvorene u djetinjstvu traju cijeli život i utječu na nas, na naše poimanje sebe, negativne (ili pozitivne) naučene obrasce ponašanja, emocionalno izražavanje, itd. Primjerice, roditelji i obitelj imaju važan utjecaj na djetetov socijalni razvoj, što podrazumijeva „...razvijanje prihvaćanja od drugih ljudi i interakciju s njima ili razvijanje ponašanja za izbjegavanje socijalnih kontakata.“ (Rosić i Zloković, 2002, str. 38). Roditeljsko neprimjereno ponašanje i nedostatak poticajnog okruženja može dovesti do razvojnih teškoća djeteta, dok bliski i primjereni odnosi, osjećaj sigurnosti te poticajno okruženje mogu ukloniti mnoge djetetove poteškoće u razvoju, utjecati na njegovo napredovanje, pozitivno samopoimanje. Baumrind (1967) povezao je ličnost roditelja i načina na koji se ponašaju prema djeci. Tri su glavna ponašanja djece: samopouzdanost, nezrelo i anksiozno dijete. Ponašanja roditelja rangirana su „...u skladu s četirima dimenzijama“ (Rosić i Zloković, 2002, str. 39), a one su: roditeljska kontrola, roditeljska zrelost, roditeljska briga i roditeljska komunikacija i tolerancija. Roditelji samopouzdanost djece, na sve četiri dimenzije, rangirani su visoko, dok su roditelji nezrele i anksiozne djece imali malo zahtjeva te su rangirani nisko u dimenzijama brige i skrbi za dijete.

Patterson (1992, prema Rosić i Zloković, 2002) izdvaja pet glavnih aspekata roditeljskog ponašanja: disciplina, pozitivno potkrepljenje, nadziranje dječje aktivnosti i odnosa među vršnjacima, dijeljenje aktivnosti unutar obitelji i zajedničko rješavanje problema u obitelji. Navedene komponente međusobno se isprepliću te utječu na dijete i njegov rast i razvoj. Veliku važnost predstavljaju i moralni i intelektualni razvoj djeteta, uz emocionalni i socijalni. Bitnu stavku pravilnog intelektualnog razvoja predstavljaju roditeljska briga i interes za djetetovo napredovanje, razvoj i postignuće, poticanje interesa i hobija, razmijene mišljenja i svakodnevne konverzacije i interakcije (Rosić i Zloković, 2002).

Pernar (2010) kaže kako se termin roditeljstvo pojavio u trenutku kada se razvila ideja o tome da su i otac i majka jednako važni za razvoj djeteta, bez obzira na njihove potpuno različite uloge. Ono se sastoji od velikog broja uloga u životu djeteta: uključivanje djeteta u diskusije, konverzacije, u razne aktivnosti, provođenje vremena s djetetom samo su neke od njih.

Današnje suvremene obitelji uvelike se razlikuju od tradicionalne koja se sastojala od oca, majke i njihove djece. Otac je bio hranitelj te se brinuo za ekonomsku sigurnost (Jurčević Lozančić, 2016). Uloga oca, za dijete, predstavljala je „...model postignuća za uspjeh u vanjskome svijetu.“ (Pernar, 2010, str. 256). Uloga majke bila je podizanje djece te briga za kućanstvo (Jurčević Lozančić, 2016). No savršenstvo te obitelji bilo je daleko od istine (Ljubetić, 2007). Anderson (1990, prema Ljubetić, 2007) takvu obitelj opisuje kao konvencionalnu, rigidnu i „zagušujuću“. Krajem 20. i početkom 21. stoljeća dolazi do promjena u obiteljskim strukturama i roditeljskim ulogama te one sve više dolaze do izražaja. Dolazi do velikog broja novih vrsta obitelji (Jurčević Lozančić, 2016), žene sve više stavljaju karijeru u prvi plan te se briga o djeci i kućanstvu dijeli između žene i muškarca. Muškarci više nisu jedini hranitelji obitelji. Puno više su angažirani prilikom odgoja svoje djece te se društveno od njih očekuje da preuzmu jednaku količinu odgovornosti kao i majke. Dolazi do takozvane egalitarne etike roditeljstva. Raste i broj očeva koji sudjeluju prilikom poroda svoje djece i koji koriste porodiljni dopust (Pernar, 2010).

2.1. Povijest roditeljstva

Koncepti djeteta, djetinjstva i roditeljstva mijenjali su se kroz povijest sukladno kulturnom, društvenom i ekonomskom okruženju (Jurčević Lozančić, 2016) te time dolazi i do promjena u obiteljskim ulogama (Ljubetić, 2007) Što se više gleda unazad, odgoj i briga roditelja za dijete su bili okrutniji, grublji, opasniji te emocionalno hladniji. Roditelji nisu bili u mogućnosti psihički se poistovjetiti s potrebama svoje djece (French, 2002). U srednjem vijeku na dijete se gledalo kao na čovjeka u malom kojega je potrebno stalno nadzirati te strogo odgajati (Jurčević Lozančić, 2016). DeMause (1974, prema French, 2002) roditeljstvo u srednjovjekovnoj Europi naziva *Abandoning Mode* (model napuštanja). Tijekom renesanse, u 14. stoljeću, počele su se događati promjene. Briga o djeci bila je veća što se može vidjeti brižnim ponašanjem istaknutih obitelji prema djeci. Otvaraju se i domovi za nezbrinutu djecu (Jurčević Lozančić, 2016). Svakim sljedećim stoljećem briga o djeci postaje sve bolja jer su se roditelji mogli više psihički poistovjetiti s potrebama svoje djece (French, 2002). U tome pomaže i sve više istraživanja i spoznaja o djetetu i njegovu razvoju. Tako su sljedeća dva stoljeća, 15. i 16., obilježila dvojica velikih filozofa- John Locke i Jean-Jacques Rousseau koji u svojim knjigama pišu o novim i drugačijim saznanjima i zamislima koja se tiču djeteta, djetinjstva i njegova odgoja koja se uvelike razlikuju od prijašnjih shvaćanja (Jurčević Lozančić, 2016). U stoljećima koja slijede, 18. i 19., industrijalizam, kapitalizam, urbanizacija

i liberalna demokracija dovode do transformacije društva i obitelji (Ljubetić, 2007). Još uvijek prisutna struktura tradicionalne obitelji počela se mijenjati. U 19. stoljeću organiziraju se brojne institucije te se postavljaju temelji za razvoj dječjih prava. Ono je obilježeno teorijskim stajalištima Johna Deweya, Marie Montessori, Erika Eriksona, Jeana Piageta i Leva Vygotskog (Jurčević Lozančić, 2016). Početkom 20. stoljeća Ellen Key napisala je knjigu *Stoljeće djeteta*. Knjiga naglašava važnost jednakosti oba roditelja te ravnopravnog odgoja muške i ženske djece kao i učenje djece o važnosti prava, ali i odgovornosti (Key, 1909). No krajem 20. stoljeća, dolazi do sve „...većeg zadovoljavanja potreba roditelja.“ (Ljubetić, 2007, str. 14). Mogućnosti i izbora je sve više te zadovoljenje u osobnom, profesionalnom i socijalnom životu postaje bitnije (Ljubetić, 2007).

Početkom 21. stoljeća te razvojem društvenih medija, još jednom dolazi do promjena u obitelji i roditeljstvu. Digitalno vrijeme te današnji izazovi i trendovi odgoja djece uvelike se razlikuju od izazova s kojima su se suočavale ranije generacije roditelja. Primjerice, prilikom nedoumice o odgoju djece, ranije su novopečeni roditelji za savjet tražili svoje majke. Danas sve više roditelja savjet traži na internetu. Također su se promijenili način, vrsta te količina komunikacije u obitelji. Usmene komunikacije je sve manje, dok tekstualna prevladava. Navedena su samo dva, od mnogo, primjera koja predstavljaju promjene koje je donijelo digitalno doba. Tako se može reći da je suvremeno djetinjstvo, a i roditeljstvo određeno digitalnim medijima (Bilić i Ajelić, 2008). Plantin i Danrback (2009, prema Bilić i Ajelić, 2008) sugeriraju da će se definicija obitelji u digitalnom vremenu redefinirati, sastojat će se od mreži bliskih ljudi uključujući i tehnologiju.

3. RAZVOJ DRUŠTVENIH MREŽA

Pojavom interneta započela je nova era u načinu zabave, komuniciranja, učenja, poslovanja. Svrha njegova korištenja od dana kada je osnovan do danas uvelike se promijenila. Prvotno se koristio u vojne i znanstvene svrhe dok je današnja uporaba interneta mnogo kompleksnija i opširnija. Može se reći da se `uvukao` u svaki djelić ljudskog života. Tome je svakako pridonio razvoj društvenih mreža.

Boyd i Ellison (2007, str. 211) definiraju društvene mreže kao „[...] usluge smještene na webu koje omogućuju pojedincima kreiranje javnog ili polujavnog profila unutar granica sustava.“ Prilikom kreiranja profila, korisnik odgovara na niz pitanja koja se tiču njegovih osobnih podataka i interesa. Osnovana 1980. godine, Usenet je bio jedna od prvih online

zajednica, dostupna cijelome svijetu, u kojima se raspravljalo o raznim temama. Usenet je kratica koja označava *user`s network* (Hajdarović, 2006). Gotovo istu funkciju imali su javni forumi gdje su slične teme bile organizirane zajedno (Boyd i Ellison, 2007). Godine 1997. osnovana je prva društvena mreža SixDegrees.com, no već 2000. godine je propala. Kreatori te mreže vjeruju kako je razlog propadanja to što je bila ispred svog vremena. Tijekom godina, u raznim dijelovima svijeta, razvijale su se mnoge društvene mreže (AsianAvenue, BlackPlanet, MiGente, LiveJournal...) no ni jedna nije ostvarila veći uspjeh, sve do 2003. kada se MySpace probio na tržište. Godinu dana kasnije Mark Zuckerberg osniva Facebook, jednu od najpopularnijih društvenih mreža današnjice. U početku domena njegova korištenja bila je poprilično uska, jedino studenti Harvard Sveučilišta mogli su koristiti Facebook prijavljujući se s harvard.edu email adresom. Nakon toga, 2005. godine, proširio se na ostale škole i sveučilišta, profesionalne i korporativne mreže te s vremenom se počeo koristiti u svakodnevnom životu. Zbog sve veće potražnje i primjene, način registracije na Facebook se izmijenio. Sada se moglo registrirati i prijaviti s .com email adresom. Korisnicima se svidjela mogućnost personalizacije profila i ostale mogućnosti, kao i određena privatnost njihovog profila, što je razlikovalo Facebook od ostalih društvenih mreža. Tijekom godina društvene mreže su se nastavljale razvijati, Facebook je nadograđivao (*upgrade*) svoje usluge (Boyd i Ellison, 2007). No 2010. dolazi do novog vala uporabe društvenih mreža kada je osnovan Instagram. U početku, uspoređujući ga s drugim društvenim mrežama, nije se činilo kao da može ponuditi nešto novo, no tri godine kasnije zabilježeno je 130 milijuna registriranih korisnika (Hochman i Manovich, 2013). Instagram uživa svoju popularnost upravo zbog raznoraznih mogućnosti koje nudi (veliki izbor filtera, mogućnost objavljivanja fotografije ili videa na profilu ili storiju (*Story*), emitiranja videa uživo i mnogo drugih opcija) (Connect Safely). Upotreba # simbola (*hashtag*) prilikom opisa fotografije ili videa te uporaba @ simbola (*at*) prilikom spominjanja nekog drugog Instagram profila u mnogome odvaja Instagram od ostalih društvenih mreža. Navedeni simboli stvaraju link veze do, kod upotrebe # objava koje u opisu sadrže isti #, a kod upotrebe @ do navedenih Instagram profila (Hu, Manikonda i Kambhampati, 2014). Zajedničko Instagramu i Facebooku je to što korisnicima nude dijeljenje informacija (u obliku slika, videozapisa, u slučaju Facebook-a pisanje statusa) radi skupljanja *like-ova* (svidanja) i komentara te komuniciranja s prijateljima i pratiteljima (*Friend and Followers*) u cijelome svijetu (Ellison i Boyd, 2007; Hochman i Manovich 2013).

4. SHARENTING

Mnogi roditelji u kontekstu dijeljenja informacija na internetu prelaze iz objavljivanja njihovih osobnih informacija do objavljivanja informacija koje se tiču njihova djeteta (Steinberg, 2017). Dječja prisutnost na društvenim mrežama je sve prisutnija iz godine u godinu što je omogućeno svakodnevnim i aktivnim objavljivanjem njihovih fotografija, videozapisa i informacija od strane roditelja (Choi i Lewallen, 2017). Time se kreiraju djetetovi digitalni otisci (*Digital footprints*), u mnogo slučajeva, čak i prije nego što dijete prohoda (Steinberg, 2017), a prema istraživanju iz 2010. godine dječji digitalni identitet formira se od šestog mjeseca njihova života (Brosch, 2016). Takva vrsta aktivnosti zove se *sharenting*, što označava relativno novi trend objavljivanja dječjih osobnih informacija na društvenim mrežama od strane roditelja. Ovakav rastući trend našao se u zanimanju mnogih istraživača upravo zbog njegove etičke, pravne i psihološke upitnosti (Brosch, 2016). Uz termin *sharentinga* veže se i termin *oversharenting*, a on označava „dijeljenje“ previše informacija o svojoj djeci (Choi i Lewallen, 2017). Istraživanja su pokazala da više od polovice roditelja objavljuje slike svoje djece na društvenim mrežama. Od toga mnogi roditelji stavljaju slike čak i prije nego se dijete rodi (snimke ultrazvuka, fotografije samog poroda), pa čak i dokumente kao što je rodni list samoga djeteta sa svim osobnim i privatnim informacijama (Bilić i Ajelić, 2018). Lupton (2013, prema Leaver, 2017) kaže da se pojavom društvenih mreža kao što su Facebook, Flickr, Instagram, Twitter, Bundle i YouTube omogućuje dijeljenje fotografija nerođene djece široj publici na javnim forumima te da je dijeljenje prvih ultrazvučnih fotografija na društvenim mrežama postao ritual mnogim trudnicama. Istraživanja su pokazala da 27% roditelja objavljuje slike neprimjerene za društvene mreže, a 51% objavljuje fotografije s osobnim informacijama kao što je lokacija (Brosch, 2016; Choi i Lewallen, 2017). Majke češće objavljuju informacije vezane uz dijete od očeva te učestalije koriste društvene mreže uopće (Lazard i sur., 2019). Više od polovice majki i jedna trećina očeva objavljuje informacije vezane uz roditeljstvo na društvenim mrežama (Pena i Stroud, 2018). Mogući razlog je u tome što je komunikacija kroz sliku brža od pričanja priča (Brosch, 2016). Dijeljenje fotografija i videozapisa djeteta nastavlja se kako bi se zabilježio svaki trenutak njegova života te je oko 92% dvogodišnjaka prisutno u online svijetu (Pena i Stroud, 2018). Teme fotografija ili videozapisa koje se najčešće objavljuju su: uspavljanje djece, prehrana, disciplina, vrtić i problemi u ponašanju. Time se Facebook može smatrati modernom dječjom knjigom (*Modern day baby book*) (Brosch, 2016), a Instagram dječjim foto albumom koji, prema istraživanju iz 2017., „izbacuje“ otprilike 13 milijuna dječjih fotografija ukoliko u tražilici koristimo *hashtag*- #children (Choi i Lewallen, 2017), a prema istraživanju iz 2019., 23.6 milijuna fotografija (Lazard i sur., 2019).

Postoje pozitivni i negativni aspekti *sharenting-a*, no negativni aspekti uvelike premašuju broj pozitivnih beneficija. Prije svega, ovakav način objavljivanja dječjih fotografija i videozapisa na društvenim mrežama može se opisati kao iritantan i dosadan ostaloj publici. Utjecaj se proširio toliko da se *sharenting* manifestira kao *humblebragging* (skromno hvalisanje) (Lazard i sur., 2019). Oxford dictionary (2021) *humblebrag* definira kao „Izjavu ili komentar u kojoj ponosno pokazuješ ili govoriš ljudima o nečemu što posjeduješ, imaš ili si napravio, istovremeno se pretvarajući da si skroman.“ (Oxford Dictionary). Međupovezanost *humblebragginga* i roditeljskog ponosa već je duže vrijeme povezana s „dobrim“ roditeljstvom (Lazard i sur., 2019), a ne pomaže činjenica da roditelji najčešće objavljuju kada im je potrebno podizanje samopouzdanja (Bartels, 2015). Mnogi roditelji ne razmišljaju o posljedicama objavljenih dječjih sadržaja na društvenim mrežama. Njihovi motivi čine se bezazlenima na prvi pogled, objavljuju dječje fotografije i videozapise radi povezanosti s obitelji i prijateljima te ih na taj način informiranju o njegovu napretku i svakodnevnim životnim situacijama djeteta (Bilić i Ajelić, 2018; Pena i Stroud, 2018; Steinberg, 2017). Pojavom medija i društvenih mreža granice između javnog i privatnog su se počele brisati, što pogotovo vrijedi za fotografije i videozapise (Šola i Germovšek, 2017). Obiteljske fotografije postale su uobičajena pojava na društvenim mrežama. One obuhvaćaju: obiteljska okupljanja, prekretnice u dječjem odrastanju, obiteljski i/ili majka-dijete *selfies* i svakodnevna događanja. Time dolazi i do termina *family snapshot* koji označava „[...] amaterske fotografije snimljene u neformalnom okruženju obiteljskog doma.“ (Moignan i sur., 2017, str. 4935). Centralna tema tih fotografija, i obiteljskog života u zapadnoj kulturi, je zajedništvo (*togetherness*) (Lazard i sur., 2019). Pozitivne povratne informacije (*feedback*) u obliku *likeova*, *shareova* ili komentara na fotografiju dovode do osjećaja podrške što rezultira pozitivnim stimulansom i ohrabivanjem roditelja da nastave „dijeliti“ obiteljski život s drugim korisnicima društvenih mreža (Steinberg, 2017). U novije vrijeme možemo vidjeti objave roditelja koje se tiču dječjeg mentalnog zdravlja. Takvim objavljivanjem obitelji s djecom s teškoćama u razvoju se povezuju, traže savjete drugih roditelja koji se nalaze u istoj ili sličnoj situaciji, pomažu u prikupljanju novaca vezano uz dječja liječenja ili istraživanja tih bolesti te dolazi do pozitivnih povratnih informacija. Nerijetko odrasli s teškoćama u razvoju izražavaju brigu o takvom načinu „dijeljenja“ informacija te o načinu na koji će ono utjecati na dijete (Steinberg, 2017). Roditelji „[...] često ne shvaćaju da nemaju svi korisnici jednake namjere i da se informacije u virtualnom svijetu mogu vrlo lako zlouporabiti.“ (Šola i Germovšek, 2017, str. 614). Postoje i roditelji koji dječje fotografije i videozapise koriste za stjecanje popularnosti te radi prikupljanja *likeova*. Njihovi razlozi su nemonetarni. Druga vrsta motivacije, sve prisutnija u današnje

vrijeme posebice kod roditelja influencera, je korištenje dječjih fotografija i videozapisa u svrhu reklamiranja, promoviranja i prodaje dječjih proizvoda (Bilić i Ajelić, 2018). Djeca postaju mikro zvijezde (*micro-microcelebrities*) u svojoj zajednici i šire. Majke influencerice već imaju brojne pratitelje (*followers*), slavu i utjecaj te tehnikama brendiranja prikazuju život svoje djece s dječjim proizvodima i uslugama koji se drugim čitateljima prodaju kao reklame (Abidin, 2015). U ovom je slučaju cilj roditelja isključivo profit (Bilić i Ajelić, 2018). Takve objave izazivaju negativne reakcije te se majke u tom slučaju nazivaju „Insta-majkama“ (Choi i Lewallen, 2017). Novi oblik manipulacije je korištenje fotografija i videozapisa svoje djece kako bi pokazali da su dobri roditelji, što im kasnije služi prilikom razvoda (Bilić i Ajelić, 2018).

Jedan od najupečatljivijih problema je izlaganje dječje privatnosti na internetu, što je izravno povezano sa svim ostalim negativnim ishodima. Kao najpoznatiji može se izdvojiti *digital kidnapping* ili krađa dječjih fotografija (Bilić i Ajelić, 2018). Objave koje sadrže djetetove informacije kao što su ime i prezime, datum rođenja, vrtić ili školu koju pohađa, aktivnosti kojima se bave dovode do kreiranja lažnih profila, pedofilskih aktivnosti te kreiranja podrugljivih sadržaja (Bilić i Ajelić, 2018, Pena i Stroud, 2018). Dio fotografija koriste se u pedofilskoj fotomontaži (*morphing*), odnosno koriste se „[...] kao pornografski materijal ili se lica djece montiraju na tijela djevojaka.“ (Bilić i Ajelić, 2018, str. 4). Također, nerijetko se događaju otmice djeteta čije informacije otmičari, djelomično ili u potpunosti, prikupljaju putem društvenih mreža. FBI istraživanje iz 1997. pokazuje da su 76% otmičara i 90% svih nasilnih zločina nad maloljetnicima počinili poznanici ili rođaci. Možemo zaključiti kako „dijeljenje“ privatnih dječjih informacija nije u potpunosti sigurno čak ni kada su postavke postavljene da te informacije mogu vidjeti samo prijatelji ili prijatelji prijatelja (Minkus, Liu i Ross, 2015). Već je duže vrijeme „popularno“ objavljivanje videozapisa u kojima roditelji discipliniraju svoje dijete čime izazivaju negativne reakcije ne samo online publike nego i one fizičke (Steinberg, 2017). Roditelji odlučuju kako će prezentirati svoju djecu na društvenim mrežama što kasnije može imati utjecaj na formiranje njihova identiteta jer nakon što djeca izrastu u tinejdžere mogu pristupiti i vidjeti te fotografije (Choi i Lewallen, 2017). Takve informacije ostaju na internetu zauvijek, čak i ako se u jednom trenutku obrišu. Upravo zato one mogu dovesti do *bullyinga* i *cyberbullyinga* od strane druge djece ili čak odraslih osoba. Nerijetka je pojava Facebook grupa u kojima se ismijavaju objavljene dječje fotografije drugih roditelja (Steinberg, 2017). Također, one mogu imati utjecaja i prilikom zapošljavanja i formiranja reputacije na poslu (Pena i Stroud, 2018). Postavlja se pitanje jesu li roditelji svjesni

svoje odgovornosti te da izlaganjem djece online svijetu izravno narušavaju njihovu privatnost i dobrobit samog djeteta te da time utječu na njegovu budućnost (Šola i Grmovšek, 2017). Dok odrasli sami sebi određuju koliko privatnih informacija žele „podijeliti“ s drugima, djeca nemaju takvu kontrolu (Steinberg, 2017). Time se izlaganje dječje privatnosti od strane roditelja treba razmatrati pod etičkim i pravnim vidikom.

5. ETIČKA I PRAVNA UPITNOST SHARENTINGA

Etika istražuje ljudsko djelovanje, odnosno uključuje li ono moralno i ispravno ponašanje. McPeak (2014) naglašava da su etička pravila izgrađena na moralnim osnovama koje su podložne interpretiranju. Njezinu primjenu možemo vidjeti u mnogobrojnim disciplinama (filozofija, politika, ekonomija, sociologija...) te u sklopu svake profesije (Talanga, 1999). Tako postoji novinarska etika i etički kodeks novinarstva koji označava „[...] etički standard profesionalnog ponašanja novinara.“ (Sapunar, 2004, str. 326). Također, novinarsko objavljivanje regulirano je Zakonom o medijima, Zakonom o elektroničkim medijima i drugim pravnim aktima (Šola i Grmovšek, 2017).

Članak 16. Zakona o medijima (NN 59/04 (84/11, 81/13)) nalaže da su mediji dužni poštovati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast građana. To se osobito odnosi na djecu, mladež i obitelji. Zabranjuju objavljivanje bilo kakvih informacija kojima se otkriva identitet djeteta, ukoliko se time ugrožava djetetova dobrobit.

Točkom 14. novinarskog kodeksa (Hrvatsko novinarsko društvo, 2009, str. 2) navodi se da

„Novinar treba štiti čovjekovu intimu od senzacionalističkog i svakog drugog neopravdanog otkrivanja u javnosti. Obvezan je poštovati svačije pravo na privatnost. Nedopustivo je bez njihovog dopuštenja snimati osobe u okruženju u kojem se opravdano očekuje privatnost. Narušavanje nečije privatnosti mimo njegove volje i znanja dopušteno je samo ako je opravdano iznimnim javnim interesom.“ (Kodeks časti hrvatskih novinara, 2009, str. 2).

Također točkama 19 i 20 nije dopušteno otkrivanje identiteta djeteta ukoliko je njegova dobrobit ugrožena (Kodeks časti hrvatskih novinara, 2009). Može se reći kako je novinarska praksa regulirana mnogobrojnim pravilima, procedurama i zakonima te ukoliko se ne pridržavaju etičkih i zakonskih načela dolazi do kaznenog prekršaja (Šola i Grmovšek, 2017). Etička se pravila s vremenom unaprjeđuju i razvijaju sukladno problemima koji proizlaze iz promjena u pravnoj praksi. No s obzirom da se tehnologija konstantno mijenja i napreduje

velikom brzinom niti jedan precizan okvir pravnih etičkih pravila ne može učinkovito odgovoriti na određene scenarije. Tehnološki napredak brži je od bilo kojeg postupka donošenja pravila (McPeak, 2014).

Postoje zakoni koji u pojedinim situacijama štite dječju privatnost, no mali je broj zakona koji štiti djecu od roditeljskog prekomjernog objavljivanja njihovih informacija na društvenim mrežama i internetu. Društveno je prihvaćeno da roditelji, kao primarni skrbnici, znaju što je najbolje za njihovo dijete te da se ponašaju u skladu s time, što uključuje i zaštitu njihovih privatnih podataka (Steinberg, 2017). Lazard i sur. (2019) objašnjavaju kako majke, ali i očevi imaju odgovornost prema sebi, ali i prema svome djetetu. Općenito se smatra kako se svaki roditelj ponaša odgovorno i onako kako je najbolje za njegovo dijete, no mnogi ne razmišljaju o narušavanju dječje privatnosti i drugim posljedicama *sharentinga* (Šola i Germovšek, 2017). Bitno je naglasiti kako je pravo na privatnost jedno od osnovnih i temeljnih ljudskih prava (Grmuša, Tomulić i Anđelić, 2018). Dječja online privatnost je tema o kojoj se u zadnjih par godina dosta raspravlja u različitim dijelovima svijeta. U Americi je ona donekle regulirana osnivanjem COPPA zakona (*Children`s Online Privacy Protection Act*) „[...] koja ograničava količinu informacija koju web stranice prikupljaju o korisnicima mlađima od 13 godina.“ (Minkus, Liu i Ross, 2015, str. 9). Zakonodavno tijelo u Kaliforniji donijelo je zakon, 2013. godine, koji dopušta svim maloljetnicima pravo brisanje sadržaja s web stranica. U Europi je doneseno „pravo na zaborav“ koji omogućuje ljudima uklanjanje veza (*linkova*) određenog sadržaja iz rezultata pretraživanja (Ammari, Kumar, Lampe i Schoenebeck, 2015). Time se omogućuje promjena digitalnih otisaka (Steinberg, 2017). Europska unija isto je pokušala odgovoriti na problem zaštite podataka maloljetnika GDPR-om, odnosno *General Data Protection Regulation*, koja „[...] pojedincima treba pružiti veći nadzor i stvarnu kontrolu nad njihovim podacima, pravo informiranja o svrsi obrađivanja njihovih podataka, ali i duljini čuvanja njihovih podataka.“ (Grmuša i sur., 2018, str. 85). Uredbom se i omogućava iznad navedeno „pravo na zaborav“. Povjerenstvo je htjelo odrediti univerzalnu dobnu granicu kada je moguće zatražiti djecu na pristanak obrade njihovih podataka. Prijedlog je odbačen jer je nemoguće odrediti dobnu granicu djeci koja označava njihovu spremnost na preuzimanje odgovornosti (Grmuša i sur., 2018). Na globalnoj razini bitno je spomenuti Konvenciju UN-a o pravima djeteta (1989) donesenu prije više od 30 godina koju su ratificirale sve države osim Sjedinjenih Američkih. Konvencija i stručnjaci se slažu kako države trebaju djeci omogućiti pravo na privatnost (Steinberg, 2017). Francuska je jedna od prvih država koja je odredila zakon o zaštiti osobnih podataka. Taj zakon ne odnosi se direktno na zaštitu prava maloljetnika, no on

navodi veliku važnost informiranja djece, ali još bitnije, i roditelja o odgovornom korištenju interneta i društvenih mreža (Klarić, 2016). Također francuski zakon nalaže kako osoba koja objavi fotografiju druge osobe bez njezina pristanka može biti novčano kažnjena u iznosu od 45 tisuća eura ili zatvorom u trajanju od godine dana (Šola i Germovšek, 2017). Što se tiče zakonodavstva Republike Hrvatske, Šola i Germovšek (2017) ističu kako postoje propisi koji omogućuju kaznenu prijavu osobe koja iznosi podatke o djetetu bez dopuštenja roditelja, ali i suglasnosti djeteta. No to se odnosi samo na objave u medijima, ne i objave roditelja. Također članak 178. kaznenog zakona (NN 125/11 (144/12, 56/15, 61/15, 101/17, 118/18, 126/19, 84/21) navodi

„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 od jedne godine.“ (Kazneni zakon NN 125/11 (144/12, 56/15, 61/15, 101/17, 118/18, 126/19, 84/21).

Dodatno je navedeno da ukoliko se radi o objavi u medijima, koji su dostupni većem broju ljudi, vrijeme zatvorske kazne povećava se na dvije godine (Kazneni zakon NN 125/11 (144/12, 56/15, 61/15, 101/17, 118/18, 126/19, 84/21). Članak 91. Obiteljskog zakona (NN 103/15 (NN 98/19) nalaže kako roditeljsku skrb čine odgovornosti, dužnosti i prava roditelja u svrhu zaštite i promicanja djetetovih osobnih i imovinskih prava te dobrobiti te kako su roditelji dužni ostvarivati roditeljsku skrb u skladu s djetetovim razvojnim potrebama i mogućnostima. Iz toga se može zaključiti kako roditelji imaju odgovornost promicati djetetovu dobrobit, no je li ona narušena prilikom ugrožavanja dječje privatnosti?

Konvencija UN-a o pravima djeteta (1989) člankom 18. nalaže da roditelji ili zakonski skrbnici snose najveću odgovornost za odgoj i razvoj djeteta. Dobrobit djeteta mora biti njihova temeljna briga. Može se zaključiti kako roditelji imaju kako pravnu tako i moralnu odgovornost za svoje dijete i njegovu budućnost. Točnije takva vrsta moralne odgovornosti zove se prospektivna odgovornost. Perović (2013) navodi da je ona orijentirana na budućnost te da pod prospektivnu odgovornost spada briga za interese drugih ljudi i bića. Odnosno roditeljska je moralna odgovornost štititi interese svoga djeteta te misliti na njihovu dugoročnu dobrobit, a ne samo na sadašnji trenutak. Roditelji bi trebali nadzirati svoju djecu, a ne upravljati njima (Steinberg, 2017). Zadatak je pronaći balans između prava roditelja na slobodno izražavanje i dječjeg prava na privatnost. Problem „leži“ u tome što su ti pojmovi isprepleteni čime dolazi do međusobnog sukobljavanja (Steinberg, 2017).

6. METODOLOGIJA

Cilj ovog istraživanja je ispitati stavove roditelja i njihovu informiranost o opasnostima objavljivanja dječjih informacija, fotografija i videozapisa na društvenim mrežama te o poznavanju termina *sharenting*. Također se nastoji utvrditi povezanost poznavanja ranije spomenutog termina s količinom objavljenih dječjih sadržaja kao i sadržajem samih fotografija i/ili videozapisa koje se temeljilo na samoprocjeni ispitanika.

6.1 Hipoteze istraživanja

Hipoteza 1. Postoji statistički značajna razlika u procjenama sudionika s obzirom na korištenje društvenih mreža

Hipoteza 2. Postoji statistički značajna razlika u procjenama sudionika s obzirom na objavljivanje dječjih fotografija i/ili videozapisa na društvenim mrežama

Hipoteza 3. Postoji statistički značajna povezanost procjenama sudionika s obzirom na njihovu dob.

6.2 Uzorak ispitanika

U istraživanju je sudjelovalo 309 sudionika istraživanja. Istraživanjem su obuhvaćeni roditelji djece rane, predškolske i osnovnoškolske dobi u dobi od 20 do 64 godina ($M=36.36$; $SD=6.12$). U tablici 1 prikazane su karakteristike uzorka. Najviše sudionika istraživanja ima dva djeteta (47.4%) u dobi između pet i šest godina (35.6%). gotovo svi ispitanici koriste društvene mreže (99%), a najviše koriste Facebook, zatim YouTube, Instagram, Twitter... Većina ispitanika društvene mreže koristi manje od dva sata dnevno dok samo njih osam provodi pet ili više sati dnevno na njima. Od 309 ispitanika, njih 58.6% ($f=181$) objavljuje fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama, dok njih 128 (41.4%) to ne radi. Ispitanici koji objavljuju fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama najčešće to čine povremeno.

Najviše se objavljuju fotografije, a najčešće teme su specijalni događaji, poput proslava, rođendana, blagdana... Samo 27% roditelja ($f=47$) prije objavljivanja fotografija i/ili videozapisa, pita svoje dijete za dopuštenje, ukoliko je dijete dovoljno staro da bi razumjelo koncept objavljivanja fotografija i videozapisa, dok ostalih 73% ($f=127$) to ne čini. Najčešći razlozi objavljivanja fotografija i/ili videozapisa su povezivanje s prijateljima i obitelji te

obilježavanje rekretnica u djetetovu životu, a čak dva roditelja društvene mreže koriste za promociju dječjih proizvoda. S terminom *sharenting* upoznato je 13,3% ispitanika (f=41), dok njih 86,7% (f=268) nije čulo za taj pojam. Ispitanici upoznati s terminom *sharenting* za njega su najviše čuli putem interneta, online predavanja, stručnih skupova, seminara ili na fakultetu/poslu, na društvenim mrežama te preko prijatelja ili djece.

Tablica 1. Uzorak ispitanika

Nezavisna varijabla	Elementi	Postotak sudionika istraživanja iz ukupnog uzorka (N=309)
Broj djece	1	35.3%
	2	47.4%
	3	13.9%
	4	2.3%
	5	0.3%
Dob djece	Ni godina dana	10.4%
	1-2	24.6%
	3-4	34.3%
	5-6	35.6%
	7-8	28.2%
	9+	27.2%
Nezavisna varijabla	Elementi	Postotak sudionika istraživanja iz ukupnog uzorka (N=306)
Društvene mreže	Facebook	95.8%
	YouTube	73.5%
	Instagram	53.6%
	Twitter	2.3%

	Pinterest	1.9%
	Tik Tok	1.6%
	Linkedin	0.9%
Vremensko korištenje društvenih mreža	< 2 sata dnevno	47.4%
	2 – 4 sata dnevno	33%
	Nekoliko sati tjedno	17%
	5 ili više sati dnevno	2.6%
Nezavisna varijabla	Elementi	Postotak sudionika istraživanja iz ukupnog uzorka (N=181)
Učestalost objavljivanja fotografija i/ili videozapisa svoje djece	Povremeno	79.6%
	Nekoliko puta mjesečno	9.4%
	Nekoliko puta tjedno	3.3%
	Svakodnevno	1.1%
	Nekoliko puta godišnje	6.6%
Sadržaji i informacije koje se objavljuju	Fotografije	98.3%
	Ime	30.8%
	Videozapisi	22%
	Godine	12.1%
	Datum rođenja	8.2%
	Crteži	1%
Teme fotografija i/ili videozapisa	Specijalni događaji (rođendani...)	84.7%
	Svakodnevni život	41.5%
	Profesionalne fotografije	7.1%
	Kreativni uradci, priroda, citati	1%
	Natjecanja	0.5%
	Sramotne fotografije (uplakana djeca...)	0.5%

Razlog objavljivanja dječjih fotografija i videozapisa	Povezivanje s prijateljima i obitelji	70.6%
	Obilježavanje prekretnica u djetetovu životu	58.4%
	Ponos	2.3%
	Prikupljanje likeova	1.7%
	Promocija dječjih proizvoda	1.1%
	Socijalni pritisak	1.1%
	Traženje savjeta/podrške	0.6%
	<hr/>	
Nezavisna varijabla	Element	Postotak sudionika istraživanja iz ukupnog uzorka (N=39)
Gdje ste čuli za termin <i>sharenting</i> ?	Internet	46.7%
	Online predavanja, stručni skupovi, seminari, na fakultetu/poslu	23.4%
	Društvene mreže	20.7%
	Preko prijatelja ili djece	5.2%
	Ne sjećam se	2.6%
	<hr/>	

6.3 Instrument

Za potrebe ovog istraživanja konstruiran je istraživački instrument. Instrument se sastoji od (pet) dijelova. Prvi dio instrumenta odnosi se na sociodemografske podatke sudionika istraživanja (njihova dob, broj djece, dob djece). Drugi dio odnosi se na navike ispitanika vezane uz korištenje društvenih mreža (koriste li društvene mreže, koje društvene mreže koriste i koliko sati provode na njima). Treći dio upitnika usmjeren je na aktivnosti sudionika istraživanja na društvenim mrežama povezane s njihovim roditeljstvom (objavljuju li fotografije/videozapise svoje djece i koliko često, koje su teme i koji je razlog objavljivanja fotografija/videozapisa, traže li svoje dijete za dopuštenje prije objavljivanja sadržaja te koji je razlog objavljivanja). Četvrti dio upitnika odnosi se na procjenu tvrdnji o digitalnim tragovima koje roditelji ostavljaju o svojoj djeci. Stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama sudionici su procjenjivali na petostupanjskoj skali Likertovog tipa pri čemu je 1 značilo ne slažem se, 2 -

donekle se slažem, 3 - niti se slažem niti se ne slažem, 4 - donekle se slažem i 5 - slažem se. Peti dio upitnika odnosio se na sam pojam *sharentinga* – poznavanje samog pojma i način na koji su došli do njega. Pouzdanost instrumenta mjerena je Cronbachovim alpha koeficijentom i iznosi 0.68.

Upitnik je sudionicima istraživanja uručen putem društvene mreže Facebook putem osobnih kontakata i u grupama *Razvojne igre za djecu, Odgojitelji predškolske djece, Tete čuvalice i roditelji koji trebaju čuvanje, Spas u zadnji čas*, te su se odgovori skupljali metodom snježne grude. Pristanak za sudjelovanje u istraživanju nalazio se na početku ankete gdje je istaknuta povjerljivost i anonimnost prikupljenih podataka. Ispunjavanje upitnika također je bilo i dobrovoljno te su sudionici mogli u bilo kojem trenutku prekinuti ispunjavanje upitnika. Podaci su prikupljeni u ožujku 2021. godine.

7. REZULTATI I RASPRAVA

Podaci su obrađeni primjenom statističkog programa *Statistical Program for Social Scientists* (SPSS).

Rezultati pokazuju da većina roditelja ne zauzima stav kod polovice navedenih tvrdnji (Tablica 2). Primjerice, to možemo vidjeti kod tvrdnje „Fotografije i/ili videozapise vide samo osobe koje poznajem i kojima omogućim pristup“ ($M = 3.58$, $SD = 1.64$) na što Šola i Germovšek (2017) ističu da iako se, na primjerice Facebook objavi fotografije ili videozapisa, postavi opcija da je ona vidljiva samo prijateljima, ti prijatelji i dalje mogu skinuti (*download*) objavljeni sadržaj i dijeliti drugim ljudima kojima nismo dopustili pristup. Slaganje roditelja s time možemo vidjeti prilikom ne slaganja sa sljedećom tvrdnjom „Mislim da su fotografije i/ili videozapisi moje djece zaštićeni iako ih objavljujem na društvenim mrežama“ ($M = 1.96$, $SD = 1.21$). Kako Steinberg (2017) navodi, sve informacije jednom objavljene na internetu ostaju tamo zauvijek iako se brišu. Tom tvrdnjom, „Jednom objavljenje fotografije, videozapisi i informacije zauvijek ostaju na internetu“ ($M = 4.25$, $SD = 1.14$), se slaže i većina ispitanika, što je zanimljivo jer većina ispitanika ne zauzima stav kod sljedećih tvrdnji „Velika je mogućnost da će djecu, kada budu starija, biti sram objavljenih fotografija i/ili videozapisa“ ($M = 3.07$, $SD = 1.47$) i „Fotografije i videozapisi danas mogu imati utjecaj na buduću karijeru i profesionalni život djeteta“ ($M = 2.99$, $SD = 1.44$). No upravo zato što objavljeni sadržaji ostaju na internetu zauvijek, oni mogu dovesti do *bullyinga* i *cyberbullinga* (Steinberg, 2017) te imati utjecaj prilikom zapošljavanja i na buduću karijeru (Pena i Stroud, 2018).

Tablica 2. Deskriptivni pokazatelji procjena tvrdnji o digitalnim tragovima koje roditelji ostavljaju o svojoj djeci

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Smatram istinitom izjavu: „Ako nije objavljeno na Facebooku, Instagramu... nije se dogodilo.“	1.28	.73
Djeca rane, predškolske i osnovnoškolske dobi u potpunosti razumiju koncepte dijeljena privatnih informacija na društvenim mrežama te posljedice koje iz toga proizlaze	1.54	1.00
Mislim da su fotografije i/ili videozapisi moje djece zaštićeni iako ih objavljujem na društvenim mrežama	1.96	1.21
Volim objavljivati i „dijeliti“ fotografije i videozapise svoje djece na društvenim mrežama	2.34	1.34
Ne vidim ništa loše u objavljivanju dječjih fotografija i/ili videozapisa na društvenim mrežama	2.47	1.29
Na društvenim mrežama volim vidjeti fotografije i videozapise djece drugih roditelja	2.85	1.36
Fotografije i videozapisi danas mogu imati utjecaj na buduću karijeru i profesionalni život djeteta	2.99	1.44
Objavljujem fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama jer se ponosim njima	3.03	1.69

Velika je mogućnost da će djecu, kada budu starija, biti sram objavljenih fotografija i/ili videozapisa	3.07	1.47
Fotografije i/ili videozapise vide samo osobe koje poznajem i kojima omogućim pristup	3.58	1.64
Jednom objavljenje fotografije, videozapisi i informacije zauvijek ostaju na internetu	4.25	1.14
Informiran/a sam i upoznat/a s opasnostima koje vrebaju objavljivanjem privatnih informacija, fotografija i videozapisa djece	4.28	1.12

Prva postavljena hipoteza provjerena je pomoću t-testa (Tablica 3). Premda samo troje (1%) od 309 ispitanika ne koristi društvene mreže utvrđeno je da postoje statistički značajne razlike u procjenama između te dvije grupe ($t = -6.96, p = .000$).

Tablica 3. Razlike u procjenama sudionika koji koriste društvene mreže od onih koji ih ne koriste

<i>t</i>	<i>p</i>
-6.96	.000

Kako bi se utvrdilo postoji li razlike u procjenama sudionika koji objavljuju fotografije i/ili videozapise svoje djece od onih koji ne objavljuju navedene sadržaje korišten je t-test. Kod svih tvrdnji koje se odnose na procjenu o digitalnim tragovima koje roditelji ostavljaju o svojoj djeci utvrđena je statistički značajna razlika (Tablica 4) s obzirom na to objavljuju li sudionici navedene sadržaje ili ne. Jedino kod tvrdnje broj osam, „Informiran/a sam i upoznat/a s opasnostima koje vrebaju objavljivanjem privatnih informacija, fotografija i videozapisa

djece“, ne postoji statistički značajna razlika ($t = -.08$, $p = .940$), no i jedna i druga grupa ispitanika se slažu s njome.

Tablica 4. Razlike u procjenama sudionika koji objavljuju fotografije i/ili videozapise svoje djece od onih koji ne objavljuju navedene sadržaje

	<i>t</i>	<i>p</i>
Ne vidim ništa loše u objavljivanju dječjih fotografija i/ili videozapisa na društvenim mrežama	13.30	.000
Volim objavljivati i „dijeliti“ fotografije i videozapise svoje djece na društvenim mrežama	19.59	.000
Objavljujem fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama jer se ponosim njima	24.28	.000
Mislim da su fotografije i/ili videozapisi moje djece zaštićeni iako ih objavljujem na društvenim mrežama	13.25	.000
Smatram istinitom izjavu: „Ako nije objavljeno na Facebooku, Instagramu... nije se dogodilo.“	2.43	.016
Na društvenim mrežama volim vidjeti fotografije i videozapise djece drugih roditelja	11.04	.000
Fotografije i/ili videozapise vide samo osobe koje poznajem i kojima omogućim pristup	10.14	.000

Informiran/a sam i upoznat/a s opasnostima koje vrebaju objavljivanjem privatnih informacija, fotografija i videozapisa djece	-08	.940
Djeca rane, predškolske i osnovnoškolske dobi u potpunosti razumiju koncepte dijeljena privatnih informacija na društvenim mrežama te posljedice koje iz toga proizlaze	5.90	.000
Jednom objavljenje fotografije, videozapisi i informacije zauvijek ostaju na internetu	-3.30	.001
Velika je mogućnost da će djecu, kada budu starija, biti sram objavljenih fotografija i/ili videozapisa	-9.82	.000
Fotografije i videozapisi danas mogu imati utjecaj na buduću karijeru i profesionalni život djeteta	-6.91	.000

Obje skupine ispitanika iskazuju neslaganje s tvrdnjom „Mislim da su fotografije i/ili videozapisi moje djece zaštićeni iako ih objavljujem na društvenim mrežama“ ($t = 13.25, p = .000$). Isti rezultat možemo vidjeti u deskriptivnoj analizi pokazatelja stavova (Tablica 2). Također su do istog zaključka došli Šola i Germovšek (2017) koji navode da nemaju svi korisnici jednake namjere te se informacije vrlo lako mogu zlouporabiti. Otmičari nerijetko, djelomično ili u potpunosti, prikupljaju dječje informacije putem društvenih mreža (Minkus, Liu i Ross, 2015).

Prilikom analize t testa možemo vidjeti kako se roditelji koji objavljuju sadržaje svoje djece na društvenim mrežama slažu s tvrdnjom „Fotografije i/ili videozapise vide samo osobe koje poznajem i kojima omogućim pristup“ ($t = 10.14, p = .000$) dok se roditelji koji ne objavljuju sadržaje svoje djece većinom ne slažu, dok prilikom analize deskriptivnih pokazatelja stavova navedene tvrdnje većina ispitanika ne zauzima stav.

S trećom tvrdnjom, „Objavljujem fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama jer se ponosim njima“ ($t = 24.28, p = .000$), slažu se ispitanici koji objavljuju sadržaje svoje djece na društvenim mrežama, dok se druga skupina ispitanika ne slaže. Takvi rezultati mogu se povezati s *humblebraggingom*, odnosno skromnim hvalisanjem. *Humblebragging* i roditeljski ponos već duže vremena su međusobno povezani (Lazard i sur., 2019).

Tablica 5. Povezanost dobi i procjena o digitalnim tragovima koje roditelji ostavljaju o svojoj djeci

	<i>r</i>	<i>p</i>
Dob ispitanika	1	
Ne vidim ništa loše u objavljivanju dječjih fotografija i/ili videozapisa na društvenim mrežama	-.08	.197
Volim objavljivati i „dijeliti“ fotografije i videozapise svoje djece na društvenim mrežama	-.18**	.001
Objavljujem fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama jer se ponosim njima	-.10	.090
Mislim da su fotografije i/ili videozapisi moje djece zaštićeni iako ih objavljujem na društvenim mrežama	-.09	.121
Smatram istinitom izjavu: „Ako nije objavljeno na Facebooku, Instagramu... nije se dogodilo.“	.03	.624

Na društvenim mrežama volim vidjeti fotografije i videozapise djece drugih roditelja	-05	.422
Fotografije i/ili videozapise vide samo osobe koje poznajem i kojima omogućim pristup	-.13*	.029
Informiran/a sam i upoznat/a s opasnostima koje vrebaju objavljivanjem privatnih informacija, fotografija i videozapisa djece	-.19**	.001
Djeca rane, predškolske i osnovnoškolske dobi u potpunosti razumiju koncepte dijeljena privatnih informacija na društvenim mrežama te posljedice koje iz toga proizlaze	-.07	.216
Jednom objavljenje fotografije, videozapisi i informacije zauvijek ostaju na internetu	-.13*	.021
Velika je mogućnost da će djecu, kada budu starija, biti sram objavljenih fotografija i/ili videozapisa	-.01	.877
Fotografije i videozapisi danas mogu imati utjecaj na buduću karijeru i profesionalni život djeteta	-.03	.626

Napomena. * $p < .005$ ** $p < .001$

Kako bi se utvrdilo postoji li povezanost između dobi sudionika i njihovih procjena korišten je Spearmanov koeficijent korelacije.

Pronađena je statistički značajna povezanost dobi sudionika i tvrdnji: „Volim objavljivati i „dijeliti“ fotografije i videozapise svoje djece na društvenim mrežama“ ($r = -.18^{**}$, $p = .001$), „Fotografije i/ili videozapise vide samo osobe koje poznajem i kojima

omogućim pristup“ ($r = -.13^*$, $p = .029$), „Informiran/a sam i upoznat/a s opasnostima koje vrebaju objavljivanjem privatnih informacija, fotografija i videozapisa djece“ ($r = -.19^{**}$, $p = .001$) te „Jednom objavljenje fotografije, videozapisi i informacije zauvijek ostaju na internetu“ ($r = -.13^*$, $p = .021$). Mlađi sudionici istraživanja pozitivnije su vrednovali sve iznad navedene tvrdnje. Još neke od tvrdnji kojima su skloniji mlađi sudionici su: „Ne vidim ništa loše u objavljivanju dječjih fotografija i/ili videozapisa na društvenim mrežama“ ($r = -.08$, $p = .197$), „Objavljujem fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama jer se ponosim njima“ ($r = -.10$, $p = .090$), „Mislim da su fotografije i/ili videozapisi moje djece zaštićeni iako ih objavljujem na društvenim mrežama“ ($r = -.09$, $p = .121$), „Na društvenim mrežama volim vidjeti fotografije i videozapise djece drugih roditelja“ ($r = -.05$, $p = .422$), „Djeca rane, predškolske i osnovnoškolske dobi u potpunosti razumiju koncepte dijeljena privatnih informacija na društvenim mrežama te posljedice koje iz toga proizlaze“ ($r = -.07$, $p = .216$), „Velika je mogućnost da će djecu, kada budu starija, biti sram objavljenih fotografija i/ili videozapisa“ ($r = -.01$, $p = .877$) te „Fotografije i videozapisi danas mogu imati utjecaj na buduću karijeru i profesionalni život djeteta“ ($r = -.03$, $p = .626$). Mlađi sudionici istraživanja pozitivnije vrednuju tvrdnju da objavljene sadržaje vide samo osobe kojima omoguće pristup te da su sadržaji koje objavljuju zaštićeni iako ih objavljuju na društvenim mrežama, no FBI istraživanje iz 1997. pokazuje da objavljeni sadržaji nisu zaštićeni te da su 76% otmičara i 90% svih nasilnih zločina nad maloljetnicima počinili poznanici ili rođaci (Minkus, Liu i Ross, 2015).

Veće slaganje sa zadanim tvrdnjama mlađih sudionika može se objasniti time što su mlađi, odnosno novi roditelji aktivniji na društvenim mrežama. Mlađe majke dijele sadržaje svoje djece što smatraju kao dio „dobrog roditeljstva“ (Moser, Chen i Schoenebeck, 2017). Takva generacija naziva „F generacija“ ili „generacija Facebook“, odnosno generacija odrasla uz društvene mreže (Šola i Germovšek, 2017) za razliku od starijih sudionika, odnosno generacije. Također je vidljivo, iz tablice 2, da većina ispitanika upoznata s terminom *sharenting* (13.3%) je saznala za njega putem interneta, online predavanja ili društvenih mreža.

8. ZAKLJUČAK

Ovim istraživanjem, provedenim na uzorku od 309 roditelja dobi između 20 i 64, nastojalo se ispitati stavove roditelja i njihova informiranost o opasnostima objavljivanja dječjih informacija, fotografija i videozapisa na društvenim mrežama te o poznavanju termina *sharenting*. Samo 13,3% ispitanika, odnosno njih 41 od 309, je čulo za taj termin i to najčešće putem interneta, društvenih mreža ili posla/fakulteta. Razlog tome može se pripisati što je trend relativno nov i tek se počinje više o njemu istraživati (Brosch, 2016).

Rezultatima istraživanja potvrđene su sve hipoteze. Deskriptivna analiza pokazala je kako većina roditelja kod više od polovice navedenih tvrdnji ne zauzima stav, dok ostalu polovicu tvrdnji različito vrednuju na Likertovoj petostupanjskoj skali. T testom potvrdile su se razlike u iskazima roditelja koji koriste društvene mreže i onih koji ne koriste društvene mreže i roditelja koji objavljuju fotografije i/ili videozapise svoje djece na društvenim mrežama i onih koji ne objavljuju navedene sadržaje. Iako je za odgovor na prvu hipotezu broj ispitanika koji ne koriste društvene mreže premali (samo njih troje) ipak je utvrđeno da postoje statistički značajne razlike u procjenama između te dvije grupe. Što se tiče rezultata drugog t-testa, veće neslaganje ispitanika može se vidjeti kod sljedeće tvrdnje „Fotografije i/ili videozapise vide samo osobe koje poznajem i kojima omogućim pristup“. Ovdje se roditelji koji objavljuju sadržaje svoje djece u velikoj mjeri slažu, dok se druga skupina roditelja ne slaže. Također veća neslaganja sudionika mogu se vidjeti kod tvrdnji „Ne vidim ništa loše u objavljivanju dječjih fotografija i/ili videozapisa na društvenim mrežama“ i „Volim objavljivati i „dijeliti“ fotografije i videozapise svoje djece na društvenim mrežama“. Roditelji koji objavljuju sadržaje svoje djece na društvenim mrežama za obje tvrdnje ne zauzimaju stav, dok roditelji koji ne objavljuju sadržaje svoje djece na društvenim mrežama pokazuju neslaganje s navedenim tvrdnjama.

Procjenom povezanosti godina sudionika sa zadanim tvrdnjama pronađene su statistički značajne razlike kod sljedeće četiri tvrdnje: „Volim objavljivati i „dijeliti“ fotografije i videozapise svoje djece na društvenim mrežama“, „Fotografije i/ili videozapise vide samo osobe koje poznajem i kojima omogućim pristup“, „Informiran/a sam i upoznat/a s opasnostima koje vrebaju objavljivanjem privatnih informacija, fotografija i videozapisa djece“ te „Jednom objavljenje fotografije, videozapisi i informacije zauvijek ostaju na internetu“. Također, rezultati su pokazali kako mlađi sudionici istraživanja pozitivnije vrednuju skoro sve navedene tvrdnje (njih 11 od 12).

Navedene teorijske spoznaje mogu se koristiti kao podloga za druga, opsežnija istraživanja. Također se mogu iskoristiti prilikom planiranja edukacija, stručnih skupova i usavršavanja te kao početak implementacije ovakvih tema u srednjoškolsko i fakultetsko obrazovanje. Javlja se potreba za većim informiranjem roditelja, budućih roditelja i svih koji rade s djecom, uključujući odgojitelje i učitelje, o dječjoj privatnosti i invaziji iste.

LITERATURA

- Abidin, C. (2015). Micromicrocelebrity: Branding Babies on the Internet., *M/C Journal*. Vol. 18 (2015), No.5.
- Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C., Schoenebeck, S. (2015). *Managing Children`s Online Identities: How Parents Decide what to Disclose about their Children Online*. Preuzeto https://yardi.people.si.umich.edu/pubs/Schoenebeck_ManagingChildrensIdentities15.pdf (13. siječnja 2021).
- Bartels, J. S. (2015). Parents` Growing Pains on Social Media: Modeling Authenticity., *Character and...Social Media*, Vol. 1 (2015), 71-78.
- Bilić, I. i Buljan, I. A. (2018). *Odgojni utjecaji i izazovi odrastanja u digitalnom svijetu*. Preuzeto https://bib.irb.hr/datoteka/993214.Bili_V_ODGOJNI_UTJECAJI_I_IZAZOVI_ODRASTANJA_U_DIGITALNOM_VREMENU.pdf (10. siječnja 2021.)
- Boyd, M. D. i Ellison, B. N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship., *Journal of Computer-Mediated Communication* (210-211; 213-218).
- Brosch, A. (2016). When the Child is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook., *The New Educational Review*. Vol. 43 (2016), No.1, 225-235.
- Choi, Y. A., Lewallen, J. (2017). „Say Instagram, Kids!“: Examining Sharenting and Children`s Digital Representations on Instagram., *Howard Journal of Communications*, Vol. 0 (2017), No.0, 1-21.
- Connect Safely., The Parent`s Guide to Instagram. <https://www.connectsafely.org/wp-content/uploads/Instagram.pdf> (15. travnja 2021.)
- French, V. (2002). *History of parenting: The ancient Mediterranean world*. In M. H. Bornstein (Ed.), *Handbook of parenting: Biology and ecology of parenting* (p. 345–376). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Grmuša, T., Tomulić, M. A., Anđelić, V. (2018). Zaštita privatnosti djece i maloljetnika na društvenoj mreži Facebook: navike i iskustva roditelja., *Communication Management Review*. Vol. 4 (2018), No. 1, 78-97.; https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=326233

- Hochman, N., Manovich, L. (2013). Zooming into an Instagram City: Reading the local through social media., *First Monday*, 18(7).
- Hu, Y., Manikonda, L., Kambhampati, S. (2014.) What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types., *Department of Computer Science, Arizona State University.*, 595-598.
- Kazneni zakon. Narodne novine, 125/11 (144/12, 56/15, 61/15, 101/17, 118/18, 126/19, 84/21) <https://www.zakon.hr/z/98/Kazneni-zakon>
- Key, E. (1909). *The century of the child*. New York: The knickerbocker press.
- Klarić, M. (2016). Zaštita osobnih podataka i europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda., *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*. Vol. 53 (2016)., No.4, 973-990. Preuzeto s https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=249452 (14. siječanj 2021).
- Kodeks časti hrvatskih novinara (2009). <https://www.hnd.hr/dokumenti> (10.siječnja 2021).
- Konvencija UN-a o pravima djeteta (1989) Preuzeto s https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2017/05/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta_full.pdf (10.siječnja 2021).
- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day to day politics of digital mothering., *Social and Personality Psychology Compass*. Vol. 13, No.4, 1-10.
- Leaver, T. (2017). Born digital? Presence, Privacy, and Intimate Surveillance., *Re-Orientation: Translingual Transcultural Transmedia. Studies in narrative Language, identity, and knowledge*. Preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/326120679_Born_Digital_Presence_Privacy_and_Intimate_Surveillance (10. siječanj 2021).
- Lozančić, A. J. (2016). *Socijalne kompetencije u ranome djetinjstvu*. Zagreb: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Ljubetić, M. (2007). *Biti kompetentan roditelj*. Zagreb: Mali profesor.

- McPeak, A. (2014). Social Media Snooping and Its Ethical Bounds., *Arizona State Law Journal*. Preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/314152771_Social_Media_Snooping_and_Its_Ethical_Bounds (14. siječanj 2021).
- Minkus, T., Liu, K., Ross, W. K. (2015). *Children Seen But Not Heard: When Parents Compromise Children`s Online Privacy*. Preuzeto s <http://www.www2015.it/documents/proceedings/proceedings/p776.pdf> (12. siječanj 2021).
- Moser, C., Chen, T., Schoenebeck, Y. S. (2017). Parents' and Children's Preferences about Parents Sharing about Children on Social Media., *Emerging Privacy*. Preuzeto s <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3025453.3025587> (12. veljača 2022).
- Obiteljski zakon. Narodne novine, 103/15 (98/19) <https://www.zakon.hr/z/88/Obiteljski-zakon>
- Pena, K. i Stroud, R. S. (2018). Don't "like" my children: The Ethics of "Sharenting" on Social Media., *Media Ethics Initiative*. Preuzeto s https://www.academia.edu/37911712/Dont_Like_My_Children_The_Ethics_of_Sharenting_on_Social_Media (10. siječanj 2021).
- Pernar, M. (2010). Roditeljstvo., *Medicina Fluminensis*. 46(10), 255-260; https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=89358
- Perović, A. M. (2013). *Filozofija morala*. Novi Sad: Cenzura.
- Sapunar, M. (2004). Normativni akti novinarstva., Sapunar, M., *Osnove znanosti o novinarstvu.*, 323 i 326. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica
- Stainberg, B. S. (2017). Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media. *University of Florida: Levin College of Law*. Preuzeto s <https://scholarship.law.ufl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1796&context=facultypub> (12. siječanj 2021).
- Šola, I. i Germovšek, M. (2017). Objavljivanje dječjih fotografija na internetu i etička odgovornost roditelja u kontekstu narcističke kulture. *Crkva u svijetu*. 524(4), 641-642; <https://hrcak.srce.hr/192653>
- Talanga, J. (1999). Etika kao filozofska disciplina., Zovko, J., *Uvod u Etiku.*, 9-12. Zagreb: Hrvatski studiji - Studia Croatica.

UNICEF United Kingdom. How we protect children`s rights with The UN Convention on the Rights of the Child, Preuzeto s <https://www.unicef.org.uk/what-we-do/un-convention-child-rights/> (14. siječanj 2021).

Zakon o medijima. Narodne novine, 59/04 (84/11, 81/13) <https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima>

IZJAVA O IZVORNOSTI DIPLOMSKOG RADA

Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristila drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni.

(vlastoručni potpis studenta)