

SHARENTING – MODERNO RODITELJSTVO I POLOŽAJ DJECE U DIGITALNOM PROSTORU

Ivanka DMITROVSKI

Dječji vrtić Slavuj, Sveta Nedelja
ivankadmitrovski@gmail.com

UDK: 159.9-055.52:[159.922.7-053.2:004]

Marija ČIŽMEŠIJA

Dječji vrtić Slavuj, Sveta Nedelja
marijacizmesija92@gmail.com

Sažetak

Trend objavljivanja fotografija djece i maloljetnika od njihovih roditelja (eng. *sharenting*) u porastu je, čime roditelji, najčešće bez znanja i pristanka djece, kreiraju djetetov digitalni identitet, zanemarujući pritom njihovo pravo na privatnost i moguće negativne posljedice u budućnosti. Objavljivanjem sadržaja iz privatnog života roditelji izlažu vlastitu djecu komentarima javnosti, što u budućnosti može ostaviti negativne posljedice na njih. U ovom se radu prikazuju rezultati manjeg istraživanja u kojem su sudjelovali roditelji (N = 97), korisnici dječjeg vrtića u Zagrebačkoj županiji. Cilj istraživanja bio je ispitati navike i aktivnosti djece u digitalnom okruženju, navike, aktivnosti i razinu digitalne pismenosti roditelja te njihova znanja i stavove o posljedicama *sharentinga*. Istraživanjem se također nastojalo osvijestiti roditelje, sudionike istraživanja, o važnosti odgovornog ponašanja i zaštite djetetova identiteta u potencijalno opasnome digitalnom okruženju.

KLJUČNE RIJEČI: *roditeljstvo, sharenting, digitalni otisak, digitalno roditeljstvo, društvene mreže*

Uvod

U današnje se vrijeme roditeljstvo suočava s novim modernim izazovima, a jedan od njih je i utjecaj medija, osobito društvenih mreža, na obitelj, odgoj, odnose i komunikaciju. Roditelji su često korisnici društvenih mreža i na njima mnogi od njih dijele radosti, pomoć i savjete u vezi s izazovima roditeljstva. Leaver (2017) ističe kako se roditeljstvo u današnje vrijeme odvija u svijetu umrežene internetske komunikacije, dok Plantin i Daneback (2009) naglašavaju kako generacijska odgojna komponenta polako nestaje te se roditelji sve češće okreću podršci iz virtualnog prostora.

Kompleksnost odgajanja u doba izrazite zastupljenosti digitalne tehnologije postala je dodatno izražena. Kako bi potaknuli poželjna ponašanja i reducirali neprihvatljiva, roditelji se često koriste pozitivnom disciplinom. Međutim, u digitalnom vremenu roditelji sve češće potiču, usmjeravaju i nagrađuju poželjne aktivnosti djece obećavajući im i poklanjajući mobilne uređaje. Ako se djeca neprimjerenom ponašanju, korektivni postupci, odnosno kazne, u današnje su vrijeme najčešće zabranjivanje tih mobilnih uređaja, računala ili igrice (Bilić i Buljan Ajelić, 2018).

Kada su u pitanju navike povezane s korištenjem digitalnih uređaja, autorice Karačić i Pasković (2022) donose rezultate istraživanja koji pokazuju da 99 % ispitanih obitelji ima elektroničke uređaje te pretpostavlja da su ti uređaji djeci dostupni na korištenje. Kada je u pitanju izloženost ekranima, rezultati pokazuju da pred ekranima djeca dnevno provode dva sata – njih 45 % gleda TV, a 22 % koristi se mobilnim uređajem. Zanimljiv je podatak da gotovo 83 % djece predškolske dobi već samostalno uključuje neke digitalne uređaje i pronalazi sadržaj koji ih zanima. Slične rezultate pokazalo je i drugo hrvatsko istraživanje, prema kojem 90 % predškolske djece samostalno pretražuje sadržaje, a 97 % ih samostalno zna uključiti digitalni uređaj (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, 2017).

Moderne tehnologije promijenile su i način komunikacije u obiteljima, napominju Wang i sur. (2015), jer sve je manje otvorenog i iskrenog razgovora i stvarne prisutnosti roditelja. Vrijeme za kvalitetnu komunikaciju je smanjeno, lošija je kvaliteta obiteljskih odnosa, a prekomjerna upotreba tehnologija može dovesti i do izolacije članova obitelji.

Sharenting – koncept modernoga digitalnog roditeljstva

Teško je u današnje vrijeme zamisliti život bez tehnologije jer ona nam služi za rad, učenje, komunikaciju i zabavu. U ovoj digitalnoj eri tehnologijom se služe sve generacije, pa su tako i današnji roditelji izrazito usmjereni na tehnologiju i *online* prisutnost. Roditeljske navike na internetu često u velikoj mjeri uključuju i dijeljenje informacija o djeci putem društvenih mreža. Upravo se praksa roditelja da javno dijele detalje o životu svoje djece, nekad i prije njihova rođenja, putem fotografija, videozapisa i priča, posljednjih godina u literaturi naziva *sharenting*, iznosi Steinberg (2016), a ovaj koncept nastao je slaganjem engleskih riječi *parenting* (roditeljstvo) i *sharing* (dijeljenje). Prema istraživanju Brosch (2016), čak 95 % roditelja objavilo je ime svojeg djeteta na *Facebooku*, 83 % objavilo je datum rođenja djeteta, a oko 32 % priložilo je i dokument s važnim osobnim podatcima djeteta. Autorica navodi kako čak 77 % roditelja objavljuje snimke gole ili polugole djece. Blum-Ross (2015)

navodi podatke istraživanja u Velikoj Britaniji, u kojem je sudjelovalo 2000 roditelja, koji pokazuju da roditelji godišnje podijele u prosjeku 195 fotografija svoje djece na društvenim mrežama. Zabrinjavajući je i podatak da je čak 92 % dvogodišnjaka već prisutno na internetu (Pena i Stroud, 2018).

Istraživanje u hrvatskom kontekstu pokazuje kako je 35 % roditelja objavilo sliku djeteta na društvenim mrežama u prvom mjesecu djetetova života (Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, 2017). U Hrvatskoj je 2017. godine provedeno i istraživanje EU Kids Online tima Hrvatska (Ciboci i sur., 2020), kao dio europskog istraživanja u 19 zemalja, koje je obuhvaćalo 1017 djece (od 9 do 17 godina) i njihove roditelje. Istraživanje je pokazalo kako je u godini prije provođenja istraživanja gotovo svako deseto dijete zamolilo roditelje da uklone sadržaje objavljene na internetu. Pri tome se njih 8 % osjećalo uzrujano zbog informacija koje su njihovi roditelji objavili na internetu. Istraživanje također pokazuje da je svako četvrto dijete u dobi od 9 do 14 godina te svako treće dijete u dobi od 15 do 17 godina zabrinuto za svoju privatnost na internetu.

Bilić i Buljan Ajelić (2018) navode kako postoje različiti razlozi zbog kojih roditelji objavljuju podatke i detalje iz svakodnevnog života svoje djece na društvenim mrežama. Jedni roditelji to rade autentično, drugi to čine zbog publiciteta i popularnosti, treći kako bi ostvarili određenu materijalnu dobit, a razlog kod četvrtih je manipulacija zbog određenih osobnih ciljeva.

Navedeni podatci upućuju na upitnu razinu digitalne pismenosti roditelja kao i njihovu informiranost te stav o etičnosti objavljivanja djetetovih privatnih informacija. Dugoročno, postavlja se pitanje zabrinutosti za budućnost djece u kojoj ona, zbog objavljenih podataka u digitalnom prostoru, mogu osjećati ili imati razne negativne posljedice.

U posljednje se vrijeme upotrebljava i pojam *oversharenting* (Leckart, 2012), koji uključuje engleske pojmove *oversharing* (previše dijeljenja) i *parenting* (roditeljstvo), a odnosi se na pretjerano dijeljenje fotografija i drugih informacija o djeci na društvenim mrežama.

Posljedice *sharentinga*

S obzirom na to da se putem objavljenih fotografija o djetetu može doznati gotovo sve (dob, ime, lokacija, škola, slobodne aktivnosti), Šola i Germovšek (2017) upozoravaju da roditelji na ovaj način djecu izlažu brojnim opasnostima, kao što su krađa identiteta, *cyberbullying*, pedofilija te stvarne otmice djece.

Jedna od negativnih posljedica *sharentinga* je i sramoćenje, a najizraženije je kod

adolescenata koji su izloženi zadirkivanju vršnjaka zbog fotografija objavljenih od roditelja. Takve neugodne objave mogu mladima otežavati i prilike za zapošljavanje ili kandidiranje za bolje radno mjesto (Pena i Stroud, 2018). Istraživanje provedeno među 46 adolescenata (Ouvrein i Verswijvel, 2019) pokazalo je da *sharenting* dovodi do frustracija kod adolescenata. Oni smatraju da roditelji ne smiju dijeliti objave kojima ih dovode u neugodnu poziciju te da bi trebali tražiti dopuštenje prije objavljivanja. Kako navode Siibak i Traks (2019), brojna su istraživanja koja potvrđuju ovakva stajališta adolescenata. Osim javnog sramoćenja, ponižavanja i nepoštovanja privatnosti, *sharenting* vodi i narušavanju odnosa roditelja i djeteta. Prema Gabelica Šupljika (2009), neodgovorno i nepromišljeno ponašanje roditelja kojim oni otkrivaju identitet djeteta rezultat je nedovoljnog znanja o posljedicama objave takvih sadržaja. Te posljedice mogu biti dalekosežne kada informacije postanu javne, nakon čega se gubi kontrola nad njihovom daljnjom distribucijom.

Sve ovo dovodi u pitanje etičnost *sharentinga*, kojim roditelj ostavlja, kako to brojni autori nazivaju, digitalni otisak djeteta, stvarajući njegov *online* identitet bez njegova pristanka, a dijete za to gotovo sigurno i ne zna. S obzirom na pojavu *cyber*-kriminala (*cyber*-krađe, *cyber*-nasilje, *cyber*-pornografija), nasilnih sadržaja na internetu, govora mržnje, vulgarnosti i grubosti, Ružić (2011) naglašava da je nužno zaštititi najmlađu populaciju putem zakonske regulative, ali važnu ulogu trebaju u tome imati roditelji.

U EU-u je prepoznat problem kršenja prava na privatnost djece, stoga su Općom uredbom o zaštiti osobnih podataka (GDPR) djeca i mladi prepoznati kao ranjiva skupina (Grmuša i sur., 2019). Uredbom se prava djece na privatnost žele prilagoditi digitalnoj eri te ih se želi zaštititi od pritisaka da podijele osobne podatke.

Današnja djeca, vođena primjerom roditelja, dobivaju dojam da su društvene mreže bezopasne i služe za zabavu te se i ona jednako ponašaju, zamjenjujući svoje djetinjstvo i igru komunikacijom putem ekrana. Osim javnih sramoćenja od roditelja, izloženosti izrugivanju vršnjaka, nezdravom načinu života pred ekranima i podložnosti utjecaju *lajkova* i komentara na oblikovanje vlastitog identiteta, pitanje je koje sve posljedice objavljivanja na društvenim mrežama još čekaju, s obzirom na to da ono što je objavljeno ostaje dostupno na internetu, pa tako i onima koji nemaju dobre namjere. Na temelju navedenih istraživanja i dobivenih spoznaja moglo bi se zaključiti da je u današnje vrijeme sve izraženija potreba uvođenja medijskog odgoja da bi djeca, ali i njihovi roditelji, naučili odgovorno postupati u virtualnom okruženju.

Metodologija istraživanja

Profesionalno iskustvo rada u odgojno-obrazovnoj ustanovi, osviještenost o problematici sve veće izloženosti djece i roditelja digitalnoj tehnologiji i digitalnom okruženju te znanja dobivena proučavanjem stručne i znanstvene literature potaknuli su autorice na provođenje manjega kvantitativnog istraživanja unutar jednoga dječjeg vrtića u Zagrebačkoj županiji.

Cilj istraživanja bio je ispitati navike i aktivnosti djece u digitalnom okruženju, navike, aktivnosti i razinu digitalne pismenosti roditelja te znanja i stavove o posljedicama *sharentinga*. Na temelju postavljenog cilja odabrane su tri hipoteze koje su prethodile istraživanju:

- H1: Većina djece predškolske dobi (njih više od 50 %) u znatnoj je mjeri izložena digitalnoj tehnologiji i digitalnim sadržajima.
- H2: Postoji statistički značajna povezanost dobi i razine obrazovanja roditelja s njihovim samoprocjenama o digitalnim znanjima i aktivnostima u digitalnom okruženju.
- H3: Većina roditelja (više od 50 %) nije upoznata s fenomenom *sharentinga* i njegovim štetnim posljedicama.

Sudionici istraživanja bili su roditelji, korisnici dječjeg vrtića. Uzorak u istraživanju bio je prigodan i nereprezentativan – nije bio zastupljen jednak broj ispitanika po kategorijama dobi, spola, razine obrazovanja i dobi njihove djece. U istraživanju je sudjelovalo 97 roditelja djece u dobi od 3 do 7 godina ($N = 97$), od toga 90 majki i 7 očeva. Raspon dobi roditelja kretao se od 26 do 50 godina, a najveći broj ispitanika pripadao je dobnoj skupini od 36 do 40 godina (njih 34 %).

Prema razini obrazovanja, 41 % roditelja završilo je diplomski studij, 20 % četverogodišnju srednju školu, 18 % preddiplomski studij, 12 % trogodišnju srednju školu, 5 % specijalistički studij, 1 % doktorski studij te 1 % osnovnu školu.

Od ispitanih roditelja, najviše je onih čija djeca imaju 3 godine (30 %) i 6 godina (30 %), a najmanje je roditelja djece od 7 godina (8 %) i od godine dana starosti (4 %). Ako su roditelji naveli da imaju dvoje ili više djece u dobi od 1 do 7 godina starosti, od njih se tražilo da svoje odgovore daju isključivo za djecu od 3 do 7 godina starosti.

Instrument istraživanja bio je *online* anketni upitnik koji se sastojao od 72 pitanja (otvorenoga, zatvorenog i kombiniranog tipa, pitanja višestrukog odgovora i Likertove skale od 1 do 5 za izražavanje slaganja s tvrdnjom). Pitanja u anketnom upitniku osmislile su autorice i njima se nastojalo obuhvatiti širok spektar navika i ponašanja roditelja i djece u digitalnom okruženju, ali i ispitati roditeljske stavove i znanja

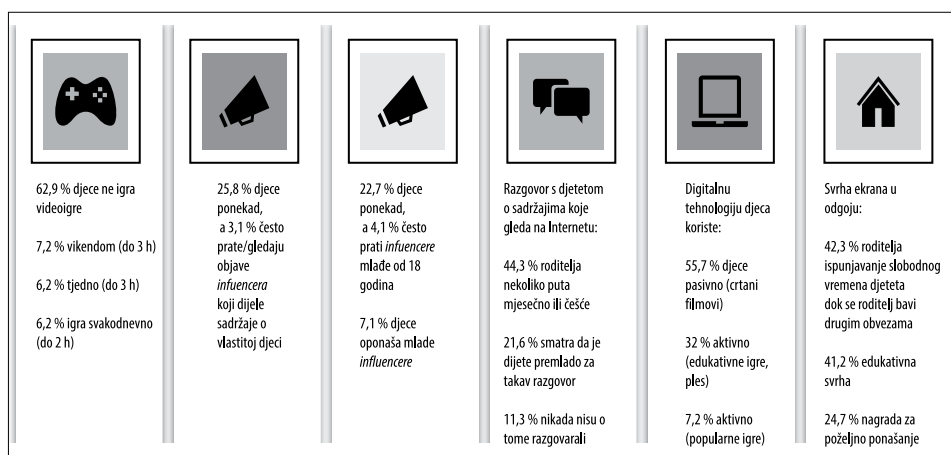
o posljedicama *sharentinga*. Ispitanici su pozvani da sudjeluju u istraživanju putem poveznice na digitalnoj platformi u dječjem vrtiću. Sudjelovanje roditelja u istraživanju bilo je dobrovoljno i anonimno, stoga su roditelji pozvani da njihovi odgovori i tražene samoprocjene budu što objektivniji i da održavaju njihovo stvarno mišljenje i stavove. Pri obradi podataka korištena je deskriptivna statistika (postotci), a za analizu povezanosti pojedinih kategorija Stata program.

Rezultati istraživanja

Rezultati dobiveni ovim istraživanjem prikazani su u tri dijela te se odnose na navike i ponašanja djece u digitalnom okruženju, na navike, aktivnosti i razinu digitalne pismenosti roditelja te na roditeljska znanja i stavove o *sharentingu* i njegovim posljedicama.

Djeca u digitalnom okruženju

Pri ispitivanju navika i ponašanja djece u dobi od 3 do 7 godina u digitalnom okruženju nastojalo se istražiti posjeduju li djeca digitalne uređaje, kojim se aplikacijama djeca koriste, koje sadržaje prate, ali i ispitati stavove roditelja o djetetovim navikama u digitalnom okruženju te roditeljsku percepciju o tome kako se korištenje digitalne tehnologije odražava na djecu. Prema odgovorima roditelja, gotovo 24 % djece ima svoj uređaj (mobitel, tablet ili računalo), a 14 % njih upotrebljava zajednički uređaj. Kao najčešće korištene aplikacije kod djece u dobi od 3 do 7 godina roditelji navode *YouTube* (63 %), *YouTube Kids* (49 %), *WhatsApp* (6 %) i *TikTok* (3 %). Iako se, pre-



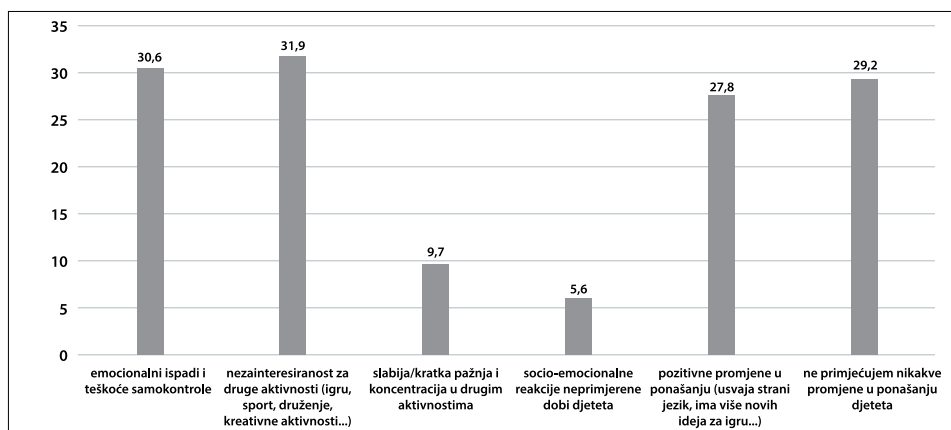
SLIKA 1. Djeca u digitalnom okruženju

ma roditeljskim odgovorima, 16 % djece uopće ne koristi navedenim aplikacijama, oko 34 % djece ih svakodnevno posjećuje. Dobiveni rezultati pokazuju da 36 % djece pred ekranima provodi 1 do 2 sata dnevno, a čak 14 % djece 2 do 3 sata dnevno. Iz ovih procjena roditelja vidljivo je da se polovica djece koristi ekranima od 1 do 3 sata dnevno, a polovica znatno manje ili uopće ne.

Slika 1 prikazuje još neke navike i ponašanja djece u digitalnom okruženju, poput korištenja videoigara i praćenja objava *influencera*. Zanimljivi su podatci da 26 % djece katkad ili često prati *influencere* mlađe od 18 godina te da 7 % roditelja primjećuje oponašanje *influencera* u ponašanju svojeg djeteta. Dobiveni rezultati mogu se povezati s radom Bilić i Buljan Ajelić (2018), gdje se navodi da se pojavom interneta djeca sve više identificiraju s osobama koje su postale slavne, često i na negativan i bizaran način (starlete, modeli, zvijezde *reality showa*, mladi *youtuberi*). Zbog nekritičkog konzumiranja i prihvaćanja medijskih sadržaja i trendova, kod djece i mladih često dolazi do neautentičnosti i oponašanja onoga što vide, što je povezano i sa samim formiranjem njihova identiteta.

Važno je naglasiti da na pitanje o svrsi ekrana u odgoju (pitanje s mogućnošću višestrukih odgovora) 42 % roditelja navodi da se njima koriste za ispunjavanje slobodnog vremena djeteta dok se roditelj bavi drugim obvezama, 41 % roditelja navodi korištenje u edukacijske svrhe, a 25 % koristi se ekranima kao nagradom za poželjno ponašanje djeteta. Roditelji u velikoj mjeri (47 %) kontroliraju sadržaje koje dijete prati u digitalnom okruženju, a njih 16 % postavilo je aplikaciju za ograničavanje i kontroliranje djetetova korištenja uređajem. To je u skladu s tvrdnjama Bilić i Buljan Ajelić (2018) o tome kako današnji roditelji sve više provode nadzor nad djecom i kontroliraju njihove aktivnosti na nov način, odnosno putem mobitela. Osim toga, oni potiču, usmjeravaju i nagrađuju poželjne aktivnosti djece obećavajući im i poklanjajući mobilne uređaje, a ako se djeca neprimjereno ponašaju, korektivni postupci, odnosno kazne, u današnje su vrijeme najčešće zabranjivanje tih mobilnih uređaja, računala ili igrice. Karačić i Pasković (2022) u svojem istraživanju zaključuju da ne postoji povezanost u vremenu i načinu korištenja digitalnim uređajima roditelja i djece, odnosno da djeca u tome ne oponašaju roditelje, a pretpostavka u prilog tomu jest što roditelji u velikoj mjeri primjenjuju pravila za korištenje digitalnih uređaja – ograničavaju vrijeme korištenja uređaja (50 %) kao i odabir sadržaja koje dijete konzumira (gotovo 50 %).

Kada su u pitanju stavovi roditelja prema trenutačnim navikama njihova djeteta u vezi s korištenjem interneta i društvenih mreža, 38 % roditelja navelo je da ih podržava, ali bi ih voljeli ograničiti. Oko 23 % roditelja ne podržava navike svojeg djeteta u digitalnom okruženju (previše vremena na ekranu, sukobi u obitelji), dok oko 52 % podržava navike svojeg djeteta zbog određenih dobrobiti (razvoj digitalnih kompe-



SLIKA 2. Roditeljska procjena promjena djetetova ponašanja i reagiranja zbog izloženosti ekranima dulje od 1 do 2 sata dnevno

tencija, praćenje zabavnih sadržaja koji usrećuju dijete ili više vremena za roditeljske obveze). Treba naglasiti i da je oko 21 % roditelja navelo da se njihovo dijete ne koristi internetom i društvenim mrežama.

Slika 2 prikazuje roditeljsku procjenu promjena djetetova ponašanja i reagiranja zbog izloženosti ekranima od 1 do 2 sata dnevno. Među roditeljskim odgovorima ističe se da su djeca nezainteresirana za druge aktivnosti (32 %), imaju emocionalne ispade neprimjerene dobi (31 %), dok 29 % roditelja ne primjećuje nikakve promjene u ponašanju i 28 % primjećuje pozitivne promjene (poput usvajanja stranog jezika i dobivanja novih ideja za igru). Upravo nezainteresiranost za druge aktivnosti, osim onih koje uključuju digitalne tehnologije, mogu imati nepovoljne posljedice na djecu u adolescenciji i kasnijoj dobi. Mandarić (2012) navodi kako dugotrajnija izloženost digitalnim sadržajima nasilnog i negativnog karaktera može kod djece promijeniti percepciju stvarnosti i otežati razlučivanje mašte od stvarnosti. Također, autorica upozorava na posljedice poput emotivne nepismenosti zbog smanjenih kontakata licem u lice te opasnost od stvaranja *online* ovisnosti.

Roditelji na društvenim mrežama

Svoju su digitalnu pismenost roditelji procijenili ponajviše na srednjoj (51 %) i visokoj razini (48 %). Digitalna znanja i vještine roditeljima su najčešće potrebni u poslovnom okruženju (68 %). Što se tiče društvenih mreža, roditelji najčešće posjećuju *Facebook* (78 %), *YouTube* (56 %) i *Instagram* (51 %). Oko polovice roditelja provodi manje od sat vremena dnevno na društvenim mrežama, njih 43 % provodi od 1 do 2 sata dnevno, a 7 % roditelja više od 3 sata dnevno.

Sadržaji koje roditelji prate na društvenim mrežama su najčešće edukacijskog karaktera, potom teme od interesa i zabavni sadržaji te svakodnevne aktivnosti prijatelja. Iako 44 % roditelja smatra da društvene mreže ne utječu na njihovo roditeljstvo, velik je udio onih koji smatraju da društvene mreže omogućuju razmjenu informacija i umrežavanje s drugim roditeljima (44 %) te pomažu educiranju o roditeljstvu (41 %). Ovi podatci u skladu su s nekim dosadašnjim istraživanjima koja pokazuju da se u današnje vrijeme roditeljstvo sve više odvija u svijetu umrežene internetske komunikacije. Generacijska odgojna komponenta polako nestaje te se roditelji sve češće okreću podršci iz virtualnog prostora, zbog nedostatka vremena baka i djedova zbog zaposlenosti i zbog zastarjelosti njihovih savjeta. Na taj način mladi roditelji, putem komunikacije u internetskom prostoru, ostvaruju nove kontakte, povećava se njihov osjećaj sigurnosti, traže precizne informacije i uče o roditeljskoj ulozi (Plantin i Daneback, 2009). Iako više od polovice roditelja, sudionika ovog istraživanja, često propituje vjerodostojnost objava, 6 % roditelja navodi da vjeruje svemu što je objavljeno, a 36 % da ne razmišlja o tome.

Roditeljske aktivnosti na društvenim mrežama uglavnom se odnose na potragu za informacijama (71 %), pregledavanje objava drugih (57 %) i objavljivanje vlastitog sadržaja (20 %). Nadalje, 6 % roditelja često, a 28 % roditelja katkad prati *influcere* koji dijele sadržaje o svojoj djeci.

Kada je u pitanju stav o javnom dijeljenju sadržaja o djeci, 34 % roditelja navodi da im se to ne sviđa, njih 19 % strogo je protiv toga, 2 % roditelja izražava zabrinutost, što pretpostavlja da većina roditelja nema podržavajući stav prema ovom sve raširenijem fenomenu.

Sadržaje i informacije o svojoj djeci u sklopu svojih objava 29 % roditelja dijeli vrlo rijetko, a 14 % katkad, dok ostali ili ne dijele uopće nikakav sadržaj na društvenim mrežama (14 %) ili ne dijele sadržaj koji uključuje informacije o djeci (39 %).

Čak 67 % ispitanih roditelja smatra da društvene mreže uopće ne utječu, odnosno ne utječu na roditeljstvo, dok 25 % roditelja smatra da djelomično utječu na roditeljstvo. Svega 8 % roditelja navodi da društvene mreže utječu ili iznimno utječu na roditeljstvo.

Premda na pitanje o učestalosti dijeljenja fotografija ili videozapisa svoje djece na društvenim mrežama 32 % roditelja navodi da to nikada ne radi, rezultati anketnog upitnika ipak upućuju na prisutnost nedovoljno odgovornog ponašanja roditelja po pitanju dijeljenja informacija o djeci u digitalnom okruženju. Roditelji najčešće objavljuju fotografije i videosnimke s putovanja i izleta (51 %) te proslava rođendana i obiteljskih okupljanja (43 %). Čak 7 % roditelja objavilo je sadržaj o svojem djetetu i prije njegova rođenja (snimke ultrazvuka), 27 % objavilo je fotografiju djeteta u njegovim prvim danima života, a 25 % roditelja u prvoj godini djetetova života. Rezultati

pokazuju da je 41 % roditelja objavilo ime svojeg djeteta na društvenim mrežama, 13 % ih je navelo i datum djetetova rođenja, 8 % roditelja objavilo je fotografije polugole djece, a 5 % i mjesto stanovanja. Oko 14 % roditelja objavilo je do 50 djetetovih fotografija tijekom njegova života, 4 % roditelja objavilo je između 50 i 150 fotografija, a 1 % više od 150 fotografija djeteta. Čak 40 % roditelja stavlja djetetovu fotografiju kao profilnu fotografiju na društvenim mrežama, njih 42 % to ne čini, a 12 % ih to čini uz sakrivanje djetetova lica. Roditelji objavljuju i fotografije druge djece, uz dopuštenje njihovih roditelja (9 %), ili bez dopuštenja roditelja te djece (5 %). Ovi podatci, iako pokazuju sliku o roditeljskom nepoznavanju prava djeteta na privatnost i zaštitu osobnih podataka, ipak nisu u tolikoj mjeri zabrinjavajući kada ih se usporedbi s navedenim istraživanjem Brosch (2016). Je li riječ o realnim podatcima s obzirom na kontekst istraživanja i dob djece ili postoji mogućnost da su podatci netočni zbog neiskrenosti ispitanika, nemogućnosti točnijeg procjenjivanja, potencijalnog nerazumijevanja pitanja ili kojega drugog razloga, ovdje ne možemo zaključiti, no zasigurno bi valjalo rezultate provjeriti u daljnjim istraživanjima.

Kao razloge objavljivanja fotografija i videozapisa o djeci na društvenim mrežama 37 % roditelja navodi da je to stvaranje jedne vrste fotoalbuma i čuvanje uspomena, a 34 % roditelja to čini u svrhu informiranja obitelji i prijatelja o dječjim uspjesima. Ovakve razloge Bilić i Buljan Ajelić (2018) nazivaju *autentičnima*, pri čemu roditelji dijele fotografije i videozapise svoje djece na internetu s namjerom da prijateljima i obitelji podijele informacije o napretku djece, pritom ne uviđajući da djeci time čine dugoročnu štetu.

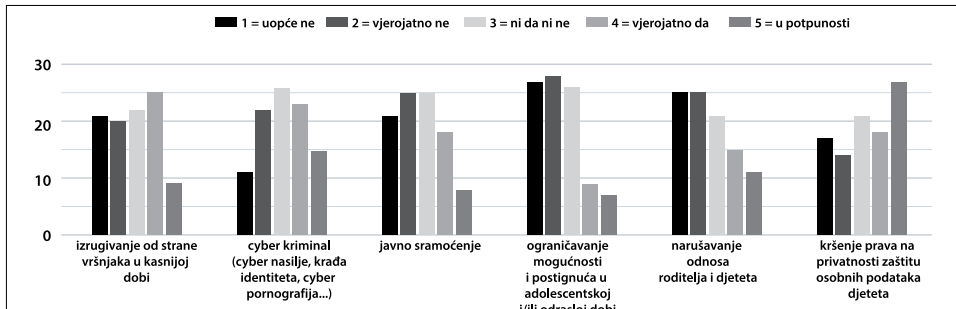
Svega 4 % roditelja pitalo je djecu za dopuštenje za objavu njihovih fotografija i videozapisa, a 19 % zajedno s djecom bira sadržaje za objavu.

Kada su u pitanju njihove navike na internetu i društvenim mrežama, roditelji su se procijenili uglavnom kao vrlo dobar model ponašanja djetetu (45 %), potom kao dobar (34 %) te uzoran model (18 %).

Roditeljska znanja i stavovi o posljedicama *sharentinga*

Rezultati dobiveni ovim istraživanjem pokazuju da čak 83 % roditelja ne zna da se fenomen roditeljskog dijeljenja osobnih informacija o djeci na društvenim mrežama naziva *sharenting*. Od ukupnog broja sudionika, najveći je udio roditelja (48 %) koji smatra da objavljivanje sadržaja o djeci na društvenim mrežama ne ostavlja negativne posljedice na djecu u budućnosti. Oko 10 % roditelja navodi da o tome nije do sada razmišljalo, a samo 9 % roditelja smatra da bi objavljivanje privatnog sadržaja moglo naštetiti djeci u budućnosti.

Na pitanje što bi učinili ako dijete u budućnosti pokaže nezadovoljstvo objavljenim



SLIKA 3. Roditeljske procjene mogućih posljedica sharentinga na djecu u budućnosti

sadržajima, čak 64 % roditelja taj bi sadržaj obrisalo, a 3 % roditelja djeci bi objasnilo da to nije ništa ozbiljno i ugrožavajuće.

Na Slici 3 prikazane su roditeljske procjene mogućih posljedica *sharentinga* na djecu u budućnosti, dobivene rangiranjem ponuđenih odgovora na skali od 1 do 5. Posljedica *sharentinga* za koju je 28 % roditelja smatralo da u potpunosti može naštetiti djetetu u budućnosti kršenje je prava na privatnost i zaštitu osobnih podataka djeteta. Posljedice *sharentinga* za koje roditelji smatraju da vjerojatno štete djeci jesu izrugivanje od vršnjaka u kasnijoj dobi (26 %) i *cyber*-kriminal (24 %). Čak 28 % roditelja smatra kako *sharenting* nema za posljedicu, ili barem ne u znatnoj mjeri, ograničavanje mogućnosti i postignuća u adolescentskoj i/ili odrasloj dobi djeteta, a što je pak, prema Pena i Stroud (2018), jedna od značajnijih negativnih posljedica.

Za pojmove digitalni otisak i digitalni identitet čak 64 % roditelja izjavljuje da su im poznati. Oko 53 % roditelja iznimno je zabrinuto ili zabrinuto zbog trajnog traga objavljenih privatnih sadržaja. Iz tog razloga čak 97 % roditelja smatra da bi djecu trebalo dodatno educirati o digitalnoj pismenosti, a 56 % njih smatra da bi edukacije trebale započeti već od djetetove predškolske dobi. Roditelji se u većoj mjeri slažu (92 %) da bi se i roditelji trebali dodatno educirati o digitalnoj pismenosti.

Rasprava

H1: Većina djece predškolske dobi (njih više od 50 %) u znatnoj je mjeri izložena digitalnoj tehnologiji i digitalnim sadržajima.

S obzirom na svakodnevnu izloženost digitalnim tehnologijama u našem okruženju, svjesni smo da su današnjoj najmlađoj generaciji često dostupni razni digitalni sadržaji. Podatci o posjedovanju digitalnog uređaja (mobitela, tableta ili računala) pokazuju kako oko 24 % djece predškolske dobi ima svoj uređaj, 14 % djece upotrebljava zajednički uređaj s drugim ukućanima, a ostali (oko 62 %) nemaju navedene uređaje.

Svega 21 % roditelja navodi da se dijete ne koristi internetom i društvenim mrežama. Oko 52 % roditelja podržava navike svojeg djeteta u korištenju digitalnih tehnologija zbog određenih dobrobiti, kao što su razvoj digitalnih kompetencija, praćenje zabavnih sadržaja koji usređuju dijete (*YouTube* i *YouTube Kids*) ili više vremena za roditeljske obveze, a samim time izvodi se zaključak da ta djeca konzumiraju digitalne sadržaje. Digitalne se tehnologije u odgoju djece predškolske dobi najčešće rabe u svrhu ispunjavanja slobodnog vremena djeteta dok se roditelj bavi drugim obvezama (42 %) i u edukacijske svrhe (41 %). Podatci pokazuju i da 36 % djece pred ekranima provodi 1 do 2 sata dnevno, a 14 % djece 2 do 3 sata dnevno.

Promatrajući podatke dobivene ispitivanjem roditelja djece predškolske dobi i njihovim sažimanjem, može se uočiti kako većina djece predškolske dobi nema vlastiti digitalni uređaj, ali gotovo 80 % ima pristup internetu. Također, 50 % djece dnevno provodi od 1 do 3 sata dnevno pred ekranima. Ovi podatci upućuju na trend sve ranijega, učestalijeg i povećanog praćenja digitalnih sadržaja i korištenja digitalnih tehnologija kod djece predškolske dobi.

Iz svega navedenog može se zaključiti da je hipoteza H1 potvrđena. Navedeni rezultati podudaraju se i s istraživanjem Karačić i Pasković (2022) koji pokazuju da čak 99 % obitelji u kućanstvu ima digitalne uređaje te se pretpostavlja su oni dostupni djeci i da se djeca na neki način njima koriste.

S obzirom na nedostatke istraživanja (mali uzorak, nereprezentativnost uzorka i nedostatke istraživačkog instrumenta), nalaze ovog istraživanja bilo bi potrebno provjeriti na većem i reprezentativnijim uzorku uz korištenje kvalitetno pripremljenoga istraži-

	Samoprocjena razine digitalne pismenosti roditelja	Samoprocjena utjecaja društvenih mreža na roditeljstvo	Samoprocjena - Model ponašanja djetetu s obzirom na navike i aktivnosti na internetu i društvenim mrežama	Ponašanje fenomena <i>sharentinga</i>	Broj objavljenih fotografija djece od djetetova rođenja	Vrijeme koje dijete provedene na ekranima dnevno
Dob roditelja	Negativna povezanost	Negativna povezanost (koef = -0,1955, p < 5 %)	Pozitivna povezanost	Negativna povezanost (koef = -0,0767, p < 5 %)	Negativna povezanost (koef = -0,289, p < 5 %)	Negativna povezanost
Razina obrazovanja roditelja	Pozitivna povezanost	Pozitivna povezanost	Negativna povezanost	Pozitivna povezanost (koef = 0,0415, p < 5 %)	Negativna povezanost (koef = -0,1753, p < 5 %)	Negativna povezanost
Dob djeteta	/	/	/	/	/	Pozitivna povezanost (koef = 0,1859, p < 5 %)

SLIKA 4. Provjera hipoteze H2

vačkog instrumenta, a u svrhu dobivanja pouzdanih, valjanih i provjerljivih rezultata.

H2: *Postoji statistički značajna povezanost dobi i razine obrazovanja roditelja s njihovim samoprocjenama o digitalnim znanjima i aktivnostima u digitalnom okruženju.*

U skladu s postavljenom hipotezom, Slika 4 prikazuje utvrđene povezanosti između dobi i razine obrazovanja roditelja s određenim znanjima i aktivnostima u digitalnom okruženju. Zbog utvrđenih postojanja povezanosti, ali niskih vrijednosti koeficijenata i mogućnosti ispitivanja povezanosti samo pojedinih kategorija, postavljena hipoteza H2 djelomično je potvrđena.

Dob roditelja negativno je povezana sa samoprocjenom utjecaja društvenih mreža na roditeljstvo, odnosno, s porastom dobi roditelja češća je njihova samoprocjena da društvene mreže ne utječu značajnije na odgoj djece. Nadalje, dob roditelja negativno je povezana s roditeljskim poznavanjem fenomena *sharenting*, dok je razina obrazovanja pozitivno povezana s poznavanjem ovog fenomena, što bi značilo da s porastom dobi roditelja njihovo poznavanje fenomena opada, a s višom razinom obrazovanja poznavanje ovog fenomena raste. Dob roditelja i njihova razina obrazovanja negativno su povezani s brojem objavljenih fotografija djece od djetetova rođenja, što pretpostavlja da što su roditelji stariji i više razine obrazovanja, objavljuju manji broj fotografija djece. Ostale procjene i samoprocjene roditelja navedene na Slici 4 također pokazuju negativne ili pozitivne povezanosti s njihovom dobi i razinom obrazovanja, no s obzirom na niske vrijednosti koeficijenata, one nisu statistički značajne. Valja podsjetiti na ograničenja ovog istraživanja povezana sa samim uzorkom i metodologijom kao i na niže vrijednosti koeficijenata dobivene analizom podataka u Stata programu, stoga bi ovu hipotezu bilo potrebno ponoviti na reprezentativnom uzorku i uz znanstveno pripremljenu metodologiju.

H3: *Većina roditelja (više od 50 %) nije upoznata s fenomenom sharentinga i njegovim štetnim posljedicama.*

Na temelju dobivenih podataka vidljivo je da većina roditelja (83 %) nije upoznata s pojmom *sharentinga*. Samo 9 % roditelja smatra da dijeljenje privatnih sadržaja o djeci može štetiti djetetu u budućnosti, dok njih 47 % smatra da taj sadržaj ne ostavlja štetne posljedice na dijete. Na temelju ovih podataka, može se zaključiti da je postavljena hipoteza H3 potvrđena.

Rezultati pokazuju kako roditelji, iako su navedene posljedice *sharentinga*, u nekim od njih ne prepoznaju moguće opasnosti te nisu svjesni razine njihove štetnosti. Treba podsjetiti na istraživanja provedena u hrvatskom kontekstu, ali i brojna druga, gdje su adolescenti izrazili žaljenje i uzrujanost zbog objava njihovih privatnih podataka od roditelja te uputili na brojne posljedice *sharentinga* (Ciboci i sur., 2020; HR Kids Online 2020).

S obzirom na opseg i konstrukciju anketnog upitnika, prema njegovu završetku primjetna je promjena u nekim roditeljskim odgovorima, koja upućuje na porast roditeljske osviještenosti o tematici istraživanja. To pokazuje podatak da je, kao odgovor na jedno od posljednjih pitanja, 21 % roditelja izrazilo zabrinutost i 34 % iznimnu zabrinutost zbog trajnog traga objavljenog sadržaja o djeci. Također, gotovo su svi roditelji prepoznali potrebu za dodatnim edukacijama djece i roditelja o digitalnoj pismenosti, što je u skladu s preporukama brojnih, prije spomenutih, stručnjaka iz ovog područja. Upravo je osvještavanje roditelja o vlastitim i djetetovim navikama i aktivnostima pri korištenju digitalnih tehnologija te upozoravanje na važnost problematike neodgovornog ponašanja u digitalnom okruženju bila jedna od namjera ovog istraživanja.

Zaključak

Okruženost digitalnim tehnologijama, u vlastitim domovima i svugdje oko nas, zasigurno utječe na odrastanje današnje djece. Korištenje digitalnih tehnologija kod djece je često nedovoljno kontrolirano – po pitanju sadržaja koji djeca gledaju, navika u korištenju i vremenskog trajanja korištenja digitalnih uređaja. Također, sve veća prisutnost roditelja na internetu i društvenim mrežama, i zbog poslovnih i zbog privatnih razloga, zasigurno utječe na suvremeno roditeljstvo. Roditeljsko ponašanje pri korištenju digitalnih tehnologija može, u određenim uvjetima, djetetu predstavljati model za njegovo ponašanje i njihovo korištenje. Također, neka roditeljska ponašanja i navike proizašli iz nedovoljne informiranosti mogu voditi mogućim negativnim posljedicama za dijete. Dijeljenjem osobnih podataka o djetetu i njegovu privatnom životu (*sharenting*) roditelji stvaraju djetetov digitalni identitet, koji poslije može utjecati na dijete, tinejdžera i/ili odraslu osobu i njegov život.

Zbog nedovoljne digitalne pismenosti današnji roditelji, a sve češće i djeca, dijele previše informacija u virtualnom prostoru, nesvjesni potencijalnih opasnosti. Već djeca predškolske dobi provode previše vremena pred ekranima i imaju mogućnost pregledavanja brojnih neprimjerenih sadržaja. Pod utjecajem vršnjaka djeca vrlo rano pristupaju aplikacijama poput *TikToka*, prateći i objave nimalo edukacijskog karaktera, pa i *challenge* (izazove) katkad opasne za život.

U posljednje vrijeme ova problematika u fokusu je brojnih istraživača i stručnjaka koji ističu važnost digitalnog opismenjavanja roditelja i djece, ali i zaštite privatnosti djece u virtualnom svijetu. Promišljanje o sve većoj količini privatnih podataka o djeci na društvenim mrežama (u najvećoj mjeri fotografija), kao i o osviještenosti roditelja o dijeljenju privatnih sadržaja, potaknulo je provođenje manjega kvantitativnog istraživanja. Istraživanje je provedeno na uzorku od 97 roditelja djece predškolske

dobi u jednom vrtiću Zagrebačke županije. Istraživanjem su ispitane navike djece u digitalnom okruženju, navike i aktivnosti roditelja na internetu i društvenim mrežama te roditeljska znanja o *sharentingu* i posljedicama koje ono ima na djecu u budućnosti. U istraživanju su postavljene tri hipoteze, od kojih su prva i treća potvrđene, a druga je djelomično potvrđena.

Uz navedeno, ovim je istraživanjem postignuta i namjera osvještavanja roditelja, sudionika istraživanja, o važnosti digitalne pismenosti roditelja i djece jer je kroz odgovore u upitniku vidljiva roditeljska zabrinutost zbog ostavljanja djetetova digitalnog traga na internetu. Iako je istraživanje provedeno uz određene nedostatke (nereprezentativan i mali uzorak, pitanja otvorenog tipa, način formulacije anketnog upitnika), ono može poslužiti kao poticaj na daljnja istraživanja u ovom području i dati doprinos daljnjem širenju spoznaja o ovoj tematici u stručnim i znanstvenim krugovima.

Zaključno, posljedice digitalnog napretka u velikoj mjeri odražavaju se na najmlađe naraštaje. Na odraslima je odgovornost da se informiraju i educiraju u području digitalne pismenosti, a potom da poštuju i zaštite pravo djeteta na privatnost i zaštitu osobnih podataka, da odgajaju i obrazuju djecu kao zdrava bića koja su spremna suočiti se s izazovima stvarnog života te da ih pravodobno pripreme na sigurno i odgovorno ponašanje u nepredvidivome virtualnom svijetu.

LITERATURA

- BILIĆ, V., BULJAN AJELIĆ, I. (2018). Odgojni utjecaji i izazovi odrastanja u digitalnom vremenu. *Zbornik radova druge međunarodne znanstveno-stručne konferencije „Ka novim iskoracima u odgoju i obrazovanju“*. Ur. Dedić Bukvić, E., Bječan-Guska, S. (513–529). Sarajevo: Filozofski fakultet. Dostupno na: <https://www.bib.irb.hr:8443/993214>.
- BLUM-ROSS, A. (2015). „Sharenting“: Parent bloggers and managing children’s digital footprints. Dostupno na: <https://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2015/06/17/managing-your-childs-digital-footprint-and-or-parent-bloggers-ahead-of-brit-mums-on-the-20th-of-june/>.
- 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, 225–235. Dostupno na: <https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19>.
- CIBOCI, L., ČOSIĆ PREGRAD, I., KANIŽAJ, I., POTOČNIK, D., VINKOVIĆ, D. (2020). Nacionalno istraživanje o sigurnosti djece na internetu: HR Kids Online. Dostupno na: <http://hrkids.online/prez/EUKidsOnlineHRfinal.pdf>.
- GABELICA ŠUPLJKA, M. (2009). Psihološki aspekt prikaza djeteta u medijima. U (Ur.) Flego, M. *Zaštita privatnosti djece u medijima (zbornik priopćenja s tribine)*. (19–33). Zagreb: Pravobranitelj za djecu.
- GRMUŠA, T., TOMULIĆ, A. M., ANĐELIĆ, V. (2019). Zaštita privatnosti djece i maloljetnika na društvenoj mreži Facebook: navike i iskustva roditelja. *Communication Management Review*, 4 (1), 78–97. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/223654>.
- KARAČIĆ, M., PASKOVIĆ, S. (2022). Uloga medija u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Marsonia: časopis za društvena i humanistička istraživanja*, 1(1), 59–74. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/281840>.
- LEAVER, T. (2017). Born Digital? Presence, Privacy, and Intimate Surveillance. Dostupno na: <https://doi.org/10.31235/osf.io/ay43e>.
- LECKART, S. (2012). The Facebook-free baby. *The Wall Street Journal*. Dostupno na: <https://finance.yahoo.com/news/the-facebook-free-baby.html>.
- MANDARIĆ, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (1), 131–149. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/79236>.
- OUVREIN, G., VERSWIJVEL, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents’ experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319–327. Dostupno na: <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.02.011>.

- PENA, K., STROUD, S. R. (2018). The Ethics of „Sharenting“ on Social Media. Center for Media Engagement, University of Texas at Austin. Dostupno na: <https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2018/11/31-sharenting-case-study-1.pdf>.
- PLANTIN, L., DANEBACK, K. (2009). Parenthood, information and support on the internet. A literature review of research on parents and professionals online. *BMC family practice*, 10 (34). Dostupno na: <https://doi.org/10.1186/1471-2296-10-34>.
- Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, Hrabri telefon. (2017). Prvo nacionalno istraživanje o predškolskoj djeci pred malim ekranima. Dostupno na: <https://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/>.
- RUŽIĆ, N. (2011). Zaštita djece na Internetu. *Nova prisutnost*, 9 (1), 155–170. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=107746.
- ŠIIBAK, A., TRAKS, K. (2019). The dark side of sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11 (1), 115–121. Dostupno na: <https://www.academia.edu/40399078>.
- STEINBERG, S. B. (2016). Sharenting: Children’s Privacy in the Age of Social Media. *Emory LJ*, 66 (4), 839–885. Dostupno na: <https://scholarship.law.ufl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1796&context=facultypub>.
- ŠOLA, I., GERMOVŠEK, M. (2017). Objavljivanje dječjih fotografija na Internetu i etička odgovornost roditelja u kontekstu narcističke kulture. *Crkva u svijetu*, 52 (4), 632–649. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/192653>.
- WANG, M. P., CHU, J. T., VISWANATH, K., WAN, A., LAM, T. H., CHAN, S. S. (2015). Using information and communication technologies for family communication and its association with family well-being in Hong Kong: FAMILY project. *Journal of medical Internet research*, 17 (8). Dostupno na: <https://www.jmir.org/2015/8/e207/>.

PRILOZI

Prilog 1: poveznica na primjer ankete koja je osmišljena i provedena u svrhu istraživanja (Digitalno roditeljstvo: navike roditelja i djece u digitalnom okruženju)
<https://drive.google.com/file/d/1yycpexPKhMaTyfth1x3DB-VtzhwoFkbZ/view?usp=sharing>

SHARENTING – MODERN PARENTING AND THE POSITION OF CHILDREN IN THE DIGITAL SPACE

Abstract

The trend of parents publishing photos of children and minors (sharenting) has increased. Often, parents create their child's digital identity without the child's knowledge or consent, ignoring their right to privacy and potential negative future consequences. By sharing private life content, parents expose their children to public comments that may have adverse effects in the future. This paper presents the results of a small study involving parents from a kindergarten in Zagreb County (N=97). The aim of the research was to examine the habits and activities of children in the digital environment, but also parents' habits, activities and level of digital literacy, as well as their knowledge and attitudes about the consequences of sharing. The research also aimed to raise awareness among participating parents about the importance of responsible behaviour and protecting their child's identity in a potentially dangerous digital environment.

KEYWORDS: *parenting, sharenting, digital footprint, digital parenting, social networks*