

Anna Hernacka-Janikowska

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

ORCID: 0000-0003-2393-8950

annahernacka@interia.pl

(Nie)bezpieczeństwo dziecka w sieci – analiza krytyczna zjawiska sharentingu, troll parentingu i monetyzacji wizerunku dziecka

Wstęp

Rozwój nowych technologii i mediów społecznościowych spowodował, że coraz więcej osób chętnie dzieli się swoją codziennością z innymi użytkownikami Internetu, często czyniąc to bez większej refleksji na temat udostępnianych informacji czy zdjęć. Nie jest dziś rzeczą skomplikowaną, by np. dowiedzieć się, gdzie pracują poszczególni użytkownicy sieci lub gdzie spędzili swoje ostatnie wakacje. O ile jednak dorośli są głównymi decydentami udostępnianych przez siebie informacji, o tyle bardzo często wizerunek dziecka jest wykorzystywany bez zgody samych zainteresowanych. Mimo że Internet i media społecznościowe są dużą częścią naszego codziennego życia oraz stanowią istotny dla młodego pokolenia środek komunikowania i rozrywki, wypełniając znamiona niekiedy stałego elementu socjalizacji, to jednak zautomatyzowane działania i nadmierna ekspozycja pewnych treści oraz informacji w Internecie może budzić poważne wątpliwości nie tylko natury etycznej czy moralnej, ale również prawnej.

Warto wskazać, tworząc ilościowy obszar niniejszych rozważań, jaka jest skala korzystania z Internetu oraz mediów społecznościowych. Zgodnie ze statystykami w styczniu 2023 r. 5,16 mld ludzi na świecie korzystało z Internetu (64,4% całej populacji), a z mediów społecznościowych – 4,76 mld ludzi (59,4% światowej populacji)¹.

¹ *Digital population worldwide*, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (data dostępu: 27.02.2023).

Istota sharentingu

Jednym z kluczowych zagadnień z perspektywy poruszanej problematyki jest zjawisko sharentingu, które definiowane jest jako nadmierne udostępnianie w sieci wirtualnej wizerunku swojego dziecka i informacji z nim związanych. Termin ten powstał poprzez połączenie słów *share* ('dzielić się, rozpowszechniać, udostępniać') oraz *parenting* ('pełnienie roli rodzicielskiej i bycie rodzicem')². Areną, na której dochodzi do upubliczniania wizerunku dziecka, są najczęściej media społecznościowe, a dokładniej prywatne konta rodziców. Ponadto sharenting stanowi pewnego rodzaju obszar wymiany doświadczeń, myśli i informacji istotnych z perspektywy wychowania dziecka³.

Zgodnie z jedną z definicji sharenting polega na „(...) regularnym zamieszczaniu w mediach społecznościowych szczegółowych informacji (zdjęć, filmików i innych treści) o swoich dzieciach”⁴. Dodatkowym desygnatem dla przedmiotowego zjawiska zdaniem Obserwatorium Językowego Uniwersytetu Warszawskiego jest bezrefleksyjność działań rodziców⁵.

Istota troll parentingu

Innym niebezpiecznym z perspektywy dobra dziecka zjawiskiem jest troll parenting, który definiowany jest najczęściej jako udostępnianie i dzielenie się treściami, które w sposób bezpośredni kompromitują dzieci bądź ukazują trudne, wstydlive momenty z ich życia⁶. Rodzice umieszczają tego typu treści na swoich serwisach społecznościowych. Ponadto została stworzona specjalna strona internetowa *Reasons My Son Is Crying*, na której zamieszczane są zdjęcia płaczących dzieci opatrzone podpisami powodów, przez które dziecko na zdjęciu znajduje się w tak trudnej emocjonalnie chwili, np. „Nie pozwoliłem mu otworzyć puszki z piwem”, „Odkrył, że zupa jest domowa”, „Zjadłem krawera, którego włożyła mi do ust”⁷.

² A. Brosch, *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?*, „Świat Małego Dziecka” 2017, nr 17(42), s. 380.

³ P. Uram, M. Reiter, O. Graf, *Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach*, „Pedagogika Społeczna” 2020, nr 2(76), s. 155.

⁴ J. Uliasz, *Prawna ochrona prywatności oraz wolności dzieci w internecie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego. Seria Prawnicza” 2020, nr 110, s. 287.

⁵ Hasło: sharenting, <https://nowewyrazy.uw.edu.pl/haslo/sharenting.html?pdf=1> (data dostępu: 13.03.2023).

⁶ B. Chrostowska, *Sharenting – skala i wielowymiarowość zjawiska (nierozważnego) ujawniania przez rodziców informacji o dzieciach w mediach społecznościowych*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2018, nr 4(43), s. 59.

⁷ *Reasons My Son is Crying*, <https://www.facebook.com/ReasonsMySonCry> (data dostępu: 29.01.2023).

Zdjęcia te, które w przypadku odbiorcy mogą stanowić wątpliwe walory etyczno-moralne, dla rodziców są elementem zabawnych momentów z życia dziecka. Co więcej, rodzice często udostępniają zdjęcia dzieci, które są nagie albo w samej bieliźnie. Jak wynika z badań, które realizował australijski rząd i komisarz ds. bezpieczeństwa wirtualnego dzieci, ponad połowa zdjęć znajdująca się na portalach pedofilskich pochodziła właśnie z mediów społecznościowych rodziców⁸.

Istota monetyzacji wizerunku dziecka

Poprzez termin „monetyzacja wizerunku dziecka” mamy na myśli takie wykorzystanie wizerunku dziecka, aby uzyskać korzyść materialną. Podstawą dla dalszych rozważań będzie zjawisko monetyzacji w obliczu mediów społecznościowych. W ramach rozważań podjętych w niniejszym artykule wyłączeniu podlegać będzie m.in. spot reklamowy, którego idea jest zaaranżowanie scen pod konkretny scenariusz. Zatem monetyzacja wizerunku dziecka stanowi działanie zaplanowane i najczęściej z prawnego punktu widzenia sformalizowane.

Wspomniane zjawisko polega przede wszystkim na ukazywaniu życia codziennego w mediach społecznościowych i temporalnym lokowaniu określonych produktów w celu uzyskania korzyści majątkowej. Korzyścią może być zapłata finansowa lub wręczenie reklamowanego produktu. Żeby mówić o efektywnej monetyzacji, należy uprzednio zbudować odpowiednie grono odbiorców, osób obserwujących, którzy skłonni będą np. zakupić reklamowany produkt. Pożądane jest również pozostawianie komentarzy, reakcji w odpowiedzi na obserwowany film lub zdjęcie, a także ich udostępnianie szerszemu gronu odbiorców. Sceny wymagające zareklamowanie danego produktu, choć z życia codziennego, są dokładnie analizowane i aranżowane tak, by trafiły do jak największej liczby obserwujących. Uchwycone są odpowiednie momenty, kadry, oświetlenie, które w realiach niestudijskich wypełniają założoną estetykę.

Dzieci występujące w tego typu materiałach promocyjnych często nie są świadome sytuacji, w której się znajdują. Na negatywne przesłanki płynące z tych procesów zwróciła uwagę norweska partia Venstre, która złożyła projekt, w którym zakazuje się publikacji wizerunku i danych dziecka w celach komercyjnych, a zatem np. podczas współpracy reklamowej rodziców dziecka w mediach społecznościowych⁹. Zgodnie z argumentacją partii „kiedy każdy aspekt

⁸ L. Battersby, *Millions of social media photos found on child sites exploitation sharing sites*, <https://www.smh.com.au/national/millions-of-social-media-photos-found-on-child-exploitation-sharing-sites-20150929-gjxe55.html> (data dostępu: 29.01.2023).

⁹ J. Dąbrowska-Cydzik, *Norweska partia chce zakazać pokazywania dzieci w internecie w celach reklamowych*, <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/norweska-partia-chce-zakazac-pokazywania-dzieci-w-internecie-w-celach-reklamowych> (data dostępu: 10.02.2023).

życia dziecka nagle staje się częścią kampanii marketingowej mamy lub taty, to etycznie nieuzasadnione. Nawet jeśli dziecko wyrazi zgodę na wykonanie zdjęć, nie będzie miało wpływu na to, gdzie i jak zostaną udostępnione i dalej wykorzystywane. [Dzieci] są ofiarami szeroko pojętej i długotrwałej ekspozycji swojego życia – życia, w którym powinny mieć spokój i ciszę, aby [móc się] kształtować”¹⁰.

Zdarzają się sytuacje, w których niewinne reklamowanie produktu przez dziecko przeradza się w stały mechanizm zarobkowy. Dla przykładu słoweńska inspekcja pracy ukarała grzywną w kwocie 1500 euro rodziców, którzy wykorzystywali wizerunek swojego dziecka w celach zarobkowych na profilach społecznościowych. Podstawą prawną dla powyższego działania jest przewidziany zakaz pracy dla dzieci do 15 roku życia¹¹.

Podstawy prawne

Zasadniczym punktem wyjścia do niniejszych rozważań jest prawidłowa eksplanacja terminu „wizerunek”. W polskim porządku prawnym brak jest jednak jego legalnej, normatywnej definicji. Zgodnie z definicjami słownikowymi wizerunek to podobizna na zdjęciu, rysunku, obrazie itp.¹² Podobne stanowisko z perspektywy naukowej i prawnej przyjął Sąd Apelacyjny w Katowicach w swoim orzecznictwie: „Przez pojęcie wizerunku należy rozumieć każdą podobiznę bez względu na technikę wykonania, a więc fotografię, rysunek, wycinankę sylwetki, film, przekaz telewizyjny bądź przekaz wideo”¹³. Istotne aspekty związane z definiowaniem wizerunku przedstawiono również w orzecznictwie z 2009 r.: „(...) przeważa stanowisko, w którym wybijają się dostrzegalne, fizyczne cechy człowieka, tworzące jego wygląd i pozwalające na identyfikację osoby wśród ludzi, jako obraz fizyczny, portret, rozpoznawalną podobiznę”¹⁴. Poza wymienionymi cechami, które mogą pozwolić na jednoznaczную identyfikację osoby na podstawie zaprezentowanego wizerunku, należy również wskazać również na dodatkowe elementy, które wpływają na aspekt rozpoznawalności, tj. ubiór, sposób poruszania się, gesty, makijaż, rekwizyty¹⁵.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ *Rodzice-influencerzy ukarani za pracę dziecka w social mediach*, <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/rodzice-influencerzy-ukarani-za-prace-dziecka-w-social-mediach-gdzie-slowenia-jaka-kara> (data dostępu: 10.02.2023).

¹² Hasło: wizerunek, <https://sjp.pwn.pl/sjp/2579940> (data dostępu: 6.03.2023).

¹³ Wyrok SA w Katowicach z 28 maja 2015 r., sygn. akt I ACa 158/15.

¹⁴ Wyrok SN z 15 października 2009 r., sygn. akt I CSK 72/09, OSNC 2010, Nr A, poz. 29

¹⁵ E. Józwiak, *Ochrona wizerunku w mediach*, „Kortowski Przegląd Prawniczy” 2016, nr 3, s. 64–65.

Ponadto, jak wynika z przepisów normatywnych, wizerunek jest dobrem osobistym człowieka wynikającym bezpośrednio z zapisów art. 23 Kodeksu cywilnego, co zostanie szerzej zanalizowane w dalszej części artykułu.

Polskie ustawodawstwo nie odnosi się wprost do sharentingu, troll parentingu bądź monetyzacji wizerunku dziecka. Czyni to kumulatywnie, przybliżając przepisy prawne kilku fundamentalnych aktów prawnych. Z perspektywy prawnokarnej znamienny będzie przepis art. 191a § 1 Kodeksu karnego, który stanowi w swojej istocie o naruszeniu intymności poprzez utrwalanie wizerunku nagiej osoby. Zgodnie z powyższym artykułem „kto utrwała wizerunek nagiej osoby lub osoby w trakcie czynności seksualnej, używając w tym celu wobec niej przemoc, groźby bezprawnej lub podstęp, albo wizerunek nagiej osoby lub osoby w trakcie czynności seksualnej bez jej zgody rozpowszechnia, podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do lat 5”¹⁶. Wydawać by się mogło, że przepis ten pozostaje w zrozumiałej korelacji ze zjawiskiem sharentingu i/lub troll parentingu poprzez chociażby udostępnianie na portalach społecznościowych zdjęć dzieci, nierzadko nagich, podczas codziennych czynności, np. kąpieli dziecka, przewijaniu pieluszki bądź wypoczynku na plaży. Niemniej jednak przepis ten nie wyczerpuje całościowo negatywnych następstw sharentingu, bowiem ogranicza jedynie zakres kryminalizacji do sytuacji, w której ukazany zostanie wizerunek nagiego dziecka. Natomiast zjawisko sharentingu ma o wiele więcej desygnatów, które związane są chociażby szerzej z publikowaniem zdjęć, na których dziecko pozostaje w niezręcznej lub dwuznaczonej sytuacji.

Momentem przełomowym, potwierdzającym zasadność rozszerzenia stopnia kryminalizacji powyższych sytuacji, był prawomocny wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie w 2017 r. Sprawa dotyczyła wówczas skazania mężczyzny, który umieścił na jednym z popularnych portali społecznościowych zdjęcie nagiego syna, który w jednej ręczce trzymał butelkę z napojem alkoholowym, a w drugiej swoje genitalia¹⁷. Sprawę zgłosiła matka chłopca, choć w toku sprawy ujawniono, że również i ona umieszczała nagie zdjęcia syna w Internecie. Zdjęcia te co prawda stanowiły pamiątkę wakacyjną i były robione na plaży, jak również prezentowały wizerunek dziecka podczas kąpieli, natomiast w związku z zaistniałymi okolicznościami sąd zmniejszył karę dla mężczyzny z 9 miesięcy ograniczenia wolności na 3 miesiące ograniczenia wolności z obowiązkiem wykonywania prac na cele społeczne¹⁸.

Zasadniczą trudnością, którą można napotkać w przedmiotowej problematyce, a która odzwierciedla stan faktyczny powyższej sprawy, jest fakt, że zawiadomienie o możliwości popełnienia przestępstwa z art. 191a § 1 może

¹⁶ Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny (Dz.U. z 2022 r., poz. 1138), art. 191a § 1.

¹⁷ W. Quader, *Parental trolling – wybrane zagadnienia prawne*, „Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Witelona w Legnicy” 2019, nr 32(3), s. 139–140.

¹⁸ Ibidem, s. 140.

nastąpić jedynie na wniosek osoby pokrzywdzonej. W tym przypadku wnioskodawcą może być drugi rodzic. Zdarzają się jednak sytuacje, kiedy oboje rodziców umieszczają i rozpowszechniają wizerunek swojego dziecka w sieci. Słuszny hipotetycznie jest zatem pogląd, co do którego należałoby wprowadzić zmianę polegającą na wdrożeniu możliwości ścigania sprawców tego typu przestępstw z oskarżenia publicznego. Niestety, taki zabieg w swojej istocie mógłby przyczynić się do eskalacji zgłoszeń i nadużyć w przedmiotowych sytuacjach, z uwagi na różne wrażliwości odbiorców tego typu treści¹⁹.

Tym, co z prawnokarnego punktu widzenia może okazać się kluczowe, rozpatrując zagadnienie sharentingu i/lub troll parentingu w kontekście przytoczonego wyżej artykułu, jest aspekt pornografii dziecięcej z art. 202 § 1 Kodeksu karnego, zgodnie z którym „kto publicznie prezentuje treści pornograficzne w taki sposób, że może to narzucić ich odbiór osobie, która tego sobie nie życzy, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 2”²⁰.

Aspekty dotyczące coraz powszechniejszego zjawiska sharentingu, troll parentingu oraz zabiegu monetyzacji wizerunku dziecka podejmowane są również na gruncie Kodeksu rodzinnego i opiekuńczego. Zasadniczy w tym miejscu jest art. 95 § 1, który określa istotę władzy rodzicielskiej: „Władza rodzicielska obejmuje w szczególności obowiązek i prawo rodziców do wykonywania pieczy nad osobą i majątkiem dziecka oraz do wychowania dziecka, z poszanowaniem jego godności i praw”²¹. Ponadto rozwinięciem § 1 jest § 3 tego artykułu: „Władza rodzicielska powinna być wykonywana tak, jak tego wymaga dobro dziecka i interes społeczny”²². Wskazane zestawienia przepisów stanowią podłoże dla rozpatrywania negatywnych przejawów sharentingu, troll parentingu oraz monetyzacji wizerunku dziecka, akcentując w sposób wyraźny fakt oraz obowiązek poszanowania praw i godności dziecka.

Interesujący w kontekście przytoczonego orzeczenia Sądu Okręgowego w Warszawie jest sposób zdefiniowania władzy rodzicielskiej, a raczej to, kto nią dysponuje i w jakim zakresie. W analizowanym przypadku zarówno ojciec, jak i matka posiadali pełną władzę rodzicielską, więc mogli wyrazić zgodę na upublicznienie wizerunku dziecka, choćby i w takiej nagannej perspektywie, z uwagi na fakt, że dziecko nie posiadało wówczas zdolności do czynności prawnych (dziecko miało 2 lata)²³.

Kluczową podstawą prawną wobec niwelowania tych negatywnych zjawisk jest art. 23 Kodeksu cywilnego, zgodnie z którym „dobra osobiste człowieka,

¹⁹ R. Prankcz, *Prawnokarne aspekty umieszczania w internecie wizerunku dziecka*, <https://wyborcza.pl/7,162657,28158501,prawnokarne-aspekty-umieszczania-w-internecie-wizerunku-dziecka.html> (data dostępu: 25.01.2023).

²⁰ Art. 202 § 1 Kodeksu karnego.

²¹ Ustawa z dnia 25 lutego 1964 r. Kodeks rodzinny i opiekuńczy (Dz.U. 2022 r., poz. 2140).

²² Art. 95 § 3 Kodeksu rodzinnego i opiekuńczego.

²³ W. Quader, op. cit., s. 141.

jak w szczególności zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska, pozostają pod ochroną prawa cywilnego niezależnie od ochrony przewidzianej w innych przepisach”²⁴. Wobec powyższego dziecko posiada dobra osobiste w postaci ochrony m.in. swojego wizerunku.

Fundamentem prawnym, a zarazem rozwinięciem analizowanego zagadnienia prawnocywilnego jest z całą pewnością Konstytucja RP, która w myśl art. 30 traktuje o godności ludzkiej: „Przyrodzona i niezbywalna godność człowieka stanowi źródło wolności i praw człowieka i obywatela. Jest ona nienaruszalna, a jej poszanowanie i ochrona jest obowiązkiem władz publicznych”²⁵. Z racji tego, że ustawa zasadnicza stanowi najważniejszy hierarchicznie dokument prawny w państwie, stanowi podstawę do dalszych rozważań prawnych w oparciu o tożsamy wymiar aksjonormatywny w niej zawarty.

Z perspektywy prawnych rozwiązań międzynarodowych istotny będzie zapis art. 16 Konwencji o prawach dziecka, zgodnie z którym „żadne dziecko nie będzie podlegało arbitralnej lub bezprawnej ingerencji w sferę jego życia prywatnego, rodzinnego lub domowego czy w korespondencję ani bezprawnym zamachom na jego honor i reputację”²⁶. W ust. 2 tego artykułu stwierdza się również o posiadanej przez dziecko prawnej ochronie przeciwko tego rodzaju czynnościom²⁷.

Przyczyny zjawiska

Interesujący aspekt niniejszych rozważań może stanowić refleksja nad przyczynami wspomnianego zjawiska udostępniania wizerunku dziecka. Warto zatem zadać sobie pytanie, dlaczego rodzice tak chętnie, często bezrefleksyjnie, umieszczają nie tylko zdjęcia swoich dzieci w Internecie, ale również podstawowe dane o nich w postaci imienia, nazwiska, daty urodzenia itp.

Pierwszym powodem jest fakt, że wraz z narodzinami dziecka bezpośrednie kontakty towarzyskie ulegają pewnym ograniczeniom. Z uwagi na to, że komunikacja za pośrednictwem mediów społecznościowych jest łatwo dostępna i szybka, rodzice chętnie dzielą się swoimi momentami życia wraz z nowo narodzoną pociechą. Zaznacza się zatem, że „sharenting pełni istotną funkcję w kształtowaniu i utrzymaniu kapitału społecznego młodych rodziców”²⁸.

²⁴ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2022 r., poz. 1360).

²⁵ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. z 1997 r., Nr 78, poz. 483 ze zm.).

²⁶ Konwencja o prawach dziecka przyjęta przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych dnia 20 listopada 1989 r. (Dz.U. z 1991 r., Nr 120, poz. 526 ze zm.).

²⁷ Art. 16 ust. 2 Konwencji o prawach dziecka.

²⁸ A. Brosch, op. cit., s. 382.

Drugim powodem może być chęć obserwacji życia innych rodziców i tym samym dokonywanie pewnego rodzaju komparatystyki, co z perspektywy teorii porównań społecznych znajduje swoje uzasadnienie w chęci odnalezienia m.in. swojej własnej tożsamości grupowej²⁹. W kontekście powyższego chęć pokazania świata swojego dziecka znajduje swoje naukowe uzasadnienie.

Kolejny powód zjawiska troll parentingu dotyczy perspektywy rodzica, według którego dziecko znajduje się w zabawnej sytuacji, co ma wzbudzić w odbiorcy pozytywne skojarzenia, śmiech. Przyczyną tego typu rzeczy może być chęć uzyskania aprobaty i/lub podziwu dla zaistniałej sytuacji.

Przesłanką, z którą mamy do czynienia, dotyczącą wręcz nadmiernego eksponowania wizerunku własnego dziecka, jest rodzicielska duma. I choć wydawać by się mogło to rzeczą naturalną i zrozumiałą – wszak domeną rodzicielstwa jest często bycie dumnym ze swojej pociechy, co wiąże się z chęcią podzielenia się tym faktem z innymi – o tyle istotne powinno być nakreślenie granic, do których może ona sięgać.

Z perspektywy mechanizmu monetyzacji wizerunku dziecka powodem udostępniania wizerunku dziecka jest chęć zysku. Gdy już rodzice ugruntują swoją pozycję w mediach społecznościowych, mając sporą liczbę osób obserwujących, zgłaszają się często do nich firmy, proponując zareklamowanie ich produktu. Ponadto mając już ugruntowane grono stałych odbiorców swoich treści, rodzice mogą liczyć na przychylnie komentarze, bycie podziwianym, ważnym czy wręcz pewnego rodzaju autorytetem dla wirtualnej społeczności.

Do innych przesłanek zalicza się również m.in. „potrzebę bycia zabawnym w towarzystwie, dążenie do poprawy autoprezentacji, okazywanie dumy ze swoich dzieci, skłonność do informowania znajomych o życiu rodzinnym, udzielanie znajomym porad wychowawczych, proszenie o porady wychowawcze, chęć uzyskania polubień lub innych reakcji od znajomych, stymulowanie rozmowy ze znajomymi, stymulowanie rozmowy z własnymi dziećmi, kolekcjonowanie wspomnień, udzielanie rad znajomym, branie udziału w konkursach internetowych”³⁰.

Skala zjawiska

Kluczowym zagadnieniem z perspektywy podejmowanej problematyki jest ukazanie zjawiska nie tylko poprzez jego eksplanację, ale również zaprezentowanie go w optyce ilościowej. Na potrzeby niniejszego artykułu zaprezentowano statystyki badania przeprowadzonego w 2019 r. dotyczącego zjawiska sharentingu. Dokładna skala pozostałych zjawisk, tj. troll parentingu oraz

²⁹ Ibidem.

³⁰ W. Grabalska, R. Wielki, *Czy dzieci powinny trafiać do sieci? Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu*, „Prawo w Działaniu” 2022, nr 49, s. 53.

monetyzacji wizerunku, nie została jeszcze zweryfikowana. Przedstawione wyniki pochodzą z badania „Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR”³¹.

Badania zostały przeprowadzone na ogólnopolskiej próbie tysiąca obywateli (65% kobiet i 35% mężczyzn; średni wiek 38 lat; rodzice dzieci w wieku 0–18 lat).

Zgodnie z wynikami badań ok. 40% badanych dokumentuje dorastanie dzieci w mediach społecznościowych, z czego 81% z nich ocenia udostępnianie zdjęć pozytywnie lub neutralnie. Zasadniczo osoby, które nie udostępniają zdjęć dzieci w sieci, deklarują jednocześnie swoje negatywne stanowisko wobec tych czynności.

Badając częstotliwość publikowanych zdjęć należy stwierdzić, że 21% rodziców czyni to raz w tygodniu lub częściej, natomiast 61% rodziców udostępnia tego typu materiały raz w miesiącu lub częściej. Ilościowo są to średnio 72 zdjęcia i 24 filmiki rocznie oraz 6 zdjęć i 2 filmiki miesięcznie.

Najczęściej dokumentowanymi materiałami są odpowiednio: wyjątkowe wydarzenia, np. urodziny (75%), codzienne sytuacje, np. spacer i zabawa (46%), sukcesy i osiągnięcia, np. wygrana w konkursie (44%), kolejne etapy rozwoju dziecka, np. pierwsze kroki (34%), oraz śmieszne sytuacje z życia dziecka, np. zabawne zachowania (30%).

Jedynie 25% ankietowanych rodziców pyta o zgodę dziecka na opublikowanie jego wizerunku, jeśli wiek dziecka pozwala na złożenie takiej deklaracji. Praktyka wskazuje, że wraz z wiekiem rodzice częściej pytają swoje dzieci o zgodę na udostępnienie tego typu materiałów.

Badaniu poddana była również tendencja do przedstawienia, gdzie aktualnie przebywa dziecko. Zgodnie z tym 39% rodziców publikowało materiały wskazujące na aktualny pobyt dziecka, 26% ankietowanych po publikacji materiałów zastanawia się, czy dobrze zrobili, udostępniając takie informacje.

Grupą, do której kierowane są zdjęcia dzieci, to bliscy i znajomi w grupie do 200 osób (42% rodziców deklaruje taką grupę). Natomiast 20% rodziców udostępnia wizerunek dziecka szerszej grupie odbiorców – ponad 200 osób.

Zagrożenia wynikające z publikacji wizerunku dziecka w sieci

Udostępniając wizerunek dziecka w sieci, należy liczyć się z poważnymi konsekwencjami. Pierwszym zagrożeniem, będącym swojego rodzaju punktem

³¹ *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR*, Warszawa 2019.

wyjścia do dalszych rozważań, jest nieodwracalny ślad cyfrowy – nazywamy nim wszystko to, co pozostawiamy po sobie podczas korzystania z Internetu. Można go jednak rozpatrywać w perspektywie dwubiegunowej, która uzależniona jest od czynności podejmowanych przez użytkowników. Zatem rozróżnić można pasywny oraz aktywny ślad cyfrowy. Ten pierwszy związany jest z przypadkowym pozostawieniem po sobie informacji, jak np. adres IP albo historia odwiedzanych witryn.

Drugie z kolei zagrożenie jest związane z naszym aktywnym i celowym działaniem, jak np. udostępnianie zdjęć lub przesyłanie wiadomości mailowych. Należy przypomnieć o pozostawianiu cyfrowego śladu w sieci³². Pytaniem otwartym pozostaje zatem kwestia, w jakim zakresie i czy celowo powiększamy ten ślad. Udostępnianie bowiem wizerunku dziecka w mediach społecznościowych z pewnością wypełnia idee aktywnego śladu cyfrowego bez świadomości dziecka. Co interesujące i jednocześnie niepokojące, cyfrowy ślad dzieci dotyczy również tych jeszcze nienarodzonych, bowiem zgodnie z wynikami badań ślad cyfrowy dzieci w 23% dotyczy publikacji zdjęć płodu³³. Ponadto już w 2010 r. 92% dwuletnich dzieci w Stanach Zjednoczonych posiadało ślad cyfrowy³⁴.

Kolejnym zagrożeniem wynikającym z nadmiernego udostępniania wizerunku dzieci w Internecie jest doxing. Zjawisko to polega w szczególności na gromadzeniu danych i informacji o innych użytkownikach Internetu. Celem tego działania jest takie wykorzystanie zdobytych informacji, aby ośmieszyć, zawstydzić daną osobę, szantażować ją, uzyskać korzyści majątkowe lub wyrządzić krzywdę głównie o podłożu emocjonalnym³⁵. Z doxingiem związane jest także zagrożenie cyberbullyingu, który definiowany jest jako „rodzaj przemocy z użyciem nowoczesnych technologii, głównie internetu oraz telefonów komórkowych”³⁶. Zjawisko cyfrowego nękania jest niestety coraz powszechniejsze wśród dzieci i młodzieży. Według badań przeprowadzonych przez Naukową i Akademicką Sieć Komputerową Państwowego Instytutu Badawczego co piąty uczeń padł ofiarą internetowej przemocy. Najczęstszymi formami było odpowiednio wyzywanie (29,7%), ośmieszanie (22,8%), poniżanie (22%), straszenie (13,4%)³⁷.

³² *Cyfrowy ślad*, https://tech-lib.net/definition/digital_footprint.html (data dostępu: 10.02.2023).

³³ Z. Polak (red.), *Cyfrowy ślad małego dziecka*, Warszawa 2021, s. 6, https://dyzurnet.pl/uploads/2021/07/Cyfrowy_slad_malego_dziecka.pdf (data dostępu: 10.02.2023).

³⁴ W. Grabalska, R. Wielki, op. cit., s. 59.

³⁵ *Co to jest doxing? Jak się przed nim bronić?*, <https://bezpiecznyinternet.edu.pl/doxing/> (data dostępu: 10.02.2023).

³⁶ Ż. Rachwaniec-Szczecińska, *Cyberbullying – współczesne oblicze przemocy*, <https://web.swps.pl/strefa-psyche/blog/relacje/2180-cyberbullying-wspolczesne-oblicze-przemocy?dt=1676024510476> (data dostępu: 10.02.2023).

³⁷ *Cyberbullying – nękanie w sieci*, <https://www.gov.pl/web/baza-wiedzy/cyberbullying--nekanie-w-sieci> (data dostępu: 10.02.2023).

Zgodnie z polskim porządkiem prawny cyberprzemoc stanowi przestępstwo w myśl art. 190a Kodeksu karnego. Kluczowa jest zatem dbałość o to, co umieszczamy w sieci, tak aby nie stanowiło w późniejszym czasie podłoża dla cyberprzestępców. Może zdarzyć się bowiem, że dziecko, którego rodzic umieści wizerunek w Internecie, stanie się ofiarą cyberprzemocy ze strony rówieśników z powodu udostępnionego zdjęcia krępującego go lub zawstydzającego. Z uwagi na intensyfikację tego negatywnego zjawiska UNICEF stworzył poradnik, w którym można dowiedzieć się o istocie cyberbullyingu oraz jak można jemu przeciwdziałać³⁸.

Z mechanizmem wykorzystywania materiałów internetowych związana jest również kradzież tożsamości. Istotne w tym kontekście jest to, ile i jak szczegółowe informacje zamieszczamy. Jak wynika z badań, prawie 40% Polaków opublikowało więcej niż 100 zdjęć swojego dziecka, 90% podało imię dziecka, a 84% udostępniło datę jego urodzenia³⁹. Niepokojące informacje płyną również z badań przeprowadzonych przez brytyjski bank Barclays, zgodnie z którymi „szacuje się, że do 2030 r. to właśnie sharenting będzie odpowiadał za 2/3 kradzieży tożsamości osób małoletnich, co może generować 670 mln funtów strat związanych z oszustwami finansowymi”⁴⁰. Jednocześnie podkreśla się, że aby doszło do skutecznego mechanizmu kradzieży tożsamości, przestępca potrzebuje jedynie trzech danych: imię i nazwiska, daty urodzenia oraz adresu zamieszkania⁴¹. Dla przykładu rodzice, którzy celebryją urodziny swojego dziecka, udostępniając zdjęcie w sieci, często wskazują imię dziecka, datę narodzin i lokalizację, gdzie zdjęcie zostało wykonane. To stanowi podstawę dla przestępcy do uzyskiwania większej ilości informacji.

Następnym zagrożeniem, które może wynikać z procesów zbierania danych i informacji, jest pedofilia. Często zdarza się, co zostało wcześniej zaakcentowane w niniejszym artykule, że rodzice udostępniają zdjęcia dzieci podczas intymnych sytuacji. Badania przeprowadzone w 2019 r. wskazały, że „ponad 67% rodziców udostępniło co najmniej jedno zdjęcie uznane przez badaczy za nieodpowiednie, najczęściej prezentujące nagość lub jej elementy, w szczególności chodziło tutaj o zdjęcia z kąpeli lub plaży, wykonane dzieciom poniżej 3 roku życia”⁴². Nietrudno zatem o pobranie takiego zdjęcia przez przestępców i wykorzystanie w celach pedofilskich.

Innym ryzykiem dla dziecka, wynikającym pośrednio ze zjawiska sharentingu i bezpośrednio z monetyzacji wizerunku, może być jego seksualizacja, co jest zauważalne zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych, gdzie popularnością

³⁸ *Cyberbullying: what is it and how to stop it. What teens want to know about cyberbullying*, <https://www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying> (data dostępu: 10.02.2023).

³⁹ Z. Polak (red.), op. cit., s. 7.

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Ibidem.

⁴² Ibidem.

cieszą się konkursy miss dla dziewczynek. W takich konkursach piękności biorą udział również najmłodsze dzieci. Dla przykładu w jednym z konkursów udział wzięła 3-letnia dziewczynka. Był to dla niej dziewiąty tego typu konkurs⁴³. Podczas rywalizacji o koronę miss dziewczynki poddawane są różnorodnym zabiegom estetycznym: mają przedłużane włosy, regulowane brwi, doklejane sztuczne rzęsy, są również opalane natryskowo⁴⁴. Już od najmłodszych lat ich ciała stylizowane są na dojrzałe i oceniane.

Na ryzykowne zachowania rodziców zwrócono również uwagę w dokumencie *Toddlers & Tiaras* emitowanym w USA, w którym pokazywano od kulis przebieg konkursów miss piękności dzieci. W jednym z nich matka 6-letniej dziewczynki przebrała córkę, umieszczając pod koszulką dziecka stanik wypełniony materiałem, który imitował duży biust, tak by dziecko mogło wcielić się w postać Dolly Parton⁴⁵. W innym odcinku matka 3-letniej dziewczynki wystylizowała córkę na główną bohaterkę filmu *Pretty Women*, która była prostytutką⁴⁶. Jedną z gwiazd dziecięcego show była również Honey Boo Boo – dziewczynka, która w wieku zaledwie 6 lat otrzymała swój własny program telewizyjny. Przyniósł on jej tak ogromną popularność, że cała rodzina utrzymywała się z dochodów dziecka⁴⁷. Ten ostatni aspekt jest niezwykle istotny z perspektywy zjawiska monetyzacji wizerunku dziecka, ponieważ to dziecko i jego wizerunek był podstawowym źródłem funkcjonowania gospodarstwa domowego całej rodziny.

Poddając rozważaniom kwestie związane z seksualnością dzieci i przestępnym wykorzystaniem jego wizerunku, a także mechanizmem kradzieży tożsamości, należy wskazać na zjawisko Baby Role Play, które jest przestępstwem polegającym na wykorzystaniu skradzionego w sieci zdjęć dzieci w celach realizowania fantazji o podłożu seksualnym lub przemocowym. Dokładniejsza analiza zjawiska wskazuje, że „pobrany z internetu wizerunek dziecka umieszczany jest na specjalnie założonym profilu w portalu społecznościowym. Dziecku nadawane jest nowe imię, a na jego profilu dołączany jest opis jego aktywności, tego, co lubi, a czego nie. Osoba udostępniająca wizerunek dziecka może wcielać się w różne role, np. rodzica dziecka. Inni użytkownicy mogą zamieszczać posty i komentarze budując narrację wokół neutralnej początkowo foto-

⁴³ K. McDermott, *Adorable toddler overcomes her shyness to wow beauty pageant judges at just THREE (and her mother says her confidence has skyrocketed)*, <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-4987946/Michigan-s-three-year-old-beauty-queen.html> (data dostępu: 15.02.2023).

⁴⁴ Z. Polak (red.), op. cit., s. 9.

⁴⁵ E. Krupnick, *Toddlers & Tiaras: Contestant Dons Paddes Bra to play Dolly Parton*, https://www.huffpost.com/entry/toddlers-tiaras-boobs_n_944687 (data dostępu: 15.02.2023).

⁴⁶ J. Hibbard, *Toddlers & Tiaras: 3-year-old dressed in „Pretty Woman” prostitute costume*, https://www.huffpost.com/entry/toddlers-tiaras-3-year-ol_n_948694 (data dostępu: 15.02.2023).

⁴⁷ *Kulisy dziecięcych konkursów piękności – doklejane rzęsy, presja i lzy*, <https://kobieta.inferia.pl/dziecko/news-kulisy-dzieciwych-konkursow-pieknosci-doklejane-rzesy-presj,nId,5641006> (data dostępu: 17.02.2023).

grafii”⁴⁸. Zjawisko Baby Role Play utożsamiane jest najczęściej z cyberporwaniem.

Podsumowanie

Reasumując, należy zaznaczyć, że umieszczanie wizerunku dziecka w sieci nie jest zabronione i karalne, zasadniczo nie budzi również wątpliwości natury etyczno-moralnej, o ile wizerunek ten nie narusza godności dziecka. Niemniej jednak wszelkiego rodzaju udostępnianie materiałów w Internecie wymaga uważności i staranności, tak aby udostępnianie tego typu materiałów nie stało się pewnym rytuałem, automatyzowanym, bezrefleksyjnym procesem dzielenia z (nie)znanymi użytkownikami Internetu życiem swoich dzieci. Nadmierne dzielenie się prywatnymi materiałami z innymi użytkownikami sieci, szczególnie gdy w grę wchodzi wizerunek dziecka, budzi poważne zastrzeżenia nie tylko etyczne i psychologiczne, ale również prawne. Warto podkreślić, że iż „dobrami osobistymi, które najczęściej są naruszane przez media (czyli również w Internecie), są cześć, wizerunek i prywatność”⁴⁹.

Podsumowując powyższe rozważania, można je usystematyzować w kilku zasadniczych punktach w formule pytań, stanowiących nie tylko w sposób pośredni pewne postulaty, lecz przede wszystkim przestrzeń do szerszego dyskursu na temat analizowanych zjawisk.

1. Czy dziecko tego chce?

W przypadku osób najmłodszych, które nie mogą same o sobie stanowić, należy zastanowić się przede wszystkim, czy dziecko chciałoby również taki wizerunek siebie udostępnić innym, często obcym osobom. Jak wynika z zaprezentowanych w ramach niniejszego artykułu badań, jedynie niewielki procent badanych rodziców pyta o zgodę swoje dzieci na publikację ich wizerunku. Najczęściej umieszczane są zdjęcia małych dzieci, które nie posiadają jeszcze możliwości złożenia deklaracji dotyczących zgody na publikację ich wizerunku.

2. Jakie są z tego korzyści?

Rozwinięciem powyższego jest fakt, że prawdopodobne dziecko, które nie ma jeszcze wykształconej własnej świadomości i percepcji wobec otaczającego go świata, nie będzie dostrzegało jakichkolwiek korzyści płynących z udostępnianego wizerunku przez jego rodziców. Jedyną dostrzegalną korzyścią w tym kontekście może być korzyść dla rodzica w postaci lajków pod zdjęciem i przychylne komentarze osób doceniających i aprobujących to, co widnieje na zdjęciu. Natomiast dziecko nie osiągnie żadnych osobistych korzyści. Wydawać by się

⁴⁸ A. Borkowska, *Zjawisko sharentingu a bezpieczeństwo dzieci w internecie*, Materiały konferencji „Zagrożenia w sieci – zapobieganie, reagowanie”, Kraków 2020, s. 21.

⁴⁹ P. Modrzejewski, *Sposoby naruszania dóbr osobistych w Internecie – zagadnienia wybrane*, „Studia Prawnoustrojowe” 2019, nr 44, s. 295.

mogło, że nadmierne umieszczanie zdjęć dzieci w Internecie, choćby i tych spełniających wszelkie etyczno-moralne warunki, nie niesie ze sobą żadnych korzyści (zwłaszcza dla dziecka), poza pewnego rodzaju ekshibicjonistyczną potrzebą ukazywania innym użytkownikom swojej pociechy.

3. Czy to jest właściwa wizja siebie?

Wysoce prawdopodobne jest, że dziecko będzie miało inną wizję siebie jako osoby działającej już aktywnie i świadomie w social mediach, niż tą, jaką prezentowali jego rodzice. Ponadto może zechcieć w ogóle nie uczestniczyć w mediach społecznościowych, a mimo to będzie miało spory ślad cyfrowy za sprawą rodziców, którzy regularnie udostępniali jego wizerunek i informacje. Przez zasygnalizowane zjawiska dochodzi do pewnego rodzaju zawłaszczenia osobistej narracji dziecka na swój temat, co może wiązać się z negatywnymi skutkami w życiu dorosłym.

4. Jakie będą kompetencje cyfrowe?

Ważne jest to, jakie kompetencje i wzorce cyfrowe prześlemy dzieciom. Z jednej strony może być to model rodziny pochłoniętej światem cyfrowym, z drugiej strony model rodziny okazjonalnie korzystającej z Internetu. Dziecko od najmłodszych lat obserwuje osoby dorosłe i próbuje je naśladować. Ryzykowne jest zatem pokazywanie wzorców, wedle których prawdziwą radość, rozrywkę i przyjaciół znajdziemy, zanurzając się w świecie wirtualnym. Wobec zjawiska sharentingu dajemy dzieciom sygnał i budujemy przekonanie o konieczności relacjonowania każdego fragmentu naszego codziennego życia, nie rzadko również w celach reklamowych.

5. Jak kształtuje się poczucie własnej wartości?

Udostępniając coraz to nowsze zdjęcia, godzimy się w pewien sposób na bycie ocenianym poprzez inne osoby. Najczęściej poprzez udostępnianie wizerunku odbywa się to pod kątem estetyki i naszej aparycji. Nieprzychylnie, niekiedy wulgarne i okrutne komentarze mogą zniszczyć poczucie własnej wartości u dziecka, budując jednocześnie przekonanie, że jedynym słusznym wyznacznikiem jego wartości jest to, co uzewnętrznione i widzialne. Zgodnie z poradnikiem *Dove. Piękno bez filtra* presja mediów społecznościowych wobec wyglądu młodych osób jest na tyle duża, że „aż 91% dziewczynek w Polsce modyfikowało wygląd lub używało filtrów i nakładek, by otrzymać idealne selfie”⁵⁰.

Podsumowując, można uznać, że zjawisko sharentingu, troll parentingu oraz monetyzacji wizerunku dziecka stają się – w obliczu postępujących technologii i rozwoju relacji ludzkich – zjawiskami dosyć powszechnymi. Wraz z ich intensyfikacją, przy jednoczesnym podnoszeniu społecznej świadomości w postaci dyskursu na temat zagrożeń płynących z cyberprzestrzeni, zwłaszcza tych w kontekście wykorzystania wizerunku małych dzieci, prawdopodob-

⁵⁰ *Dove. Piękno bez filtra*, <https://www.dove.com/pl/stories/campaigns/confidence.html> (data dostępu: 10.02.2023).

nie możliwe będą narastające roszczenia względem rodziców i opiekunów prawnych, którzy dopuszczali się nadmiernego publikowania wizerunku swoich dzieci. Kluczowe w tym zakresie jest również narażanie dzieci na różnego rodzaju niebezpieczeństwa płynące z cyberprzestrzeni.

Wobec powyższego uznaje się za zasadne i niezwykle istotne uwrażliwienie rodziców na zagrożenia związane z bezrefleksyjnym udostępnianiem różnego typu informacji w Internecie przez kampanie społeczne, jak również szkolenia i kursy organizowane przez właściwe ku temu środowiska. Ponadto niebagatelną rolę pełni odpowiedni kształt ustawodawstwa, zwłaszcza w perspektywie prawnokarnej.

Wykaz literatury

- Battersby L., *Millions of social media photos found on child sites exploitation sharing sites*, <https://www.smh.com.au/national/millions-of-social-media-photos-found-on-child-exploitation-sharing-sites-20150929-gjxe55.html>.
- Borkowska A., *Zjawisko sharentingu a bezpieczeństwo dzieci w internecie*, Materiały konferencji „Zagrożenia w sieci – zapobieganie, reagowanie”, Kraków 2020.
- Brosch A., *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?*, „Świat Małego Dziecka” 2017, nr 17(42).
- Chrostowska B., *Sharenting – skala i wielowymiarowość zjawiska (nierozważnego) ujawniania przez rodziców informacji o dzieciach w mediach społecznościowych*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2018, nr 4(43).
- Co to jest doxing? Jak się przed nim bronić?*, <https://bezpiecznyinternet.edu.pl/doxing/>.
- Cyberbullying – nękanie w sieci*, <https://www.gov.pl/web/baza-wiedzy/cyberbullying--nekanie-w-sieci>.
- Cyberbullying: what is it and how to stop it. What teens want to know about cyberbullying*, <https://www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying>.
- Cyfrowy ślad*, https://tech-lib.net/definition/digital_footprint.html.
- Dąbrowska-Cydzik J., *Norweska partia chce zakazać pokazywania dzieci w internecie w celach reklamowych*, <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/norweska-partia-chce-zakazac-pokazywania-dzieci-w-internecie-w-celach-reklamowych>.
- Digital population worldwide*, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.
- Dove. Piękno bez filtra*, <https://www.dove.com/pl/stories/campaigns/confidence.html>.
- Grabalska W., Wielki R., *Czy dzieci powinny trafiać do sieci? Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu*, „Prawo w Działaniu” 2022, nr 49.
- Hibbard J., *Toddlers & Tiaras: 3-year-old dressed in „Pretty Woman” prostitute costume*, https://www.huffpost.com/entry/toddlers-tiaras-3-year-old_n_948694.
- Józwiak E., *Ochrona wizerunku w mediach*, „Kortowski Przegląd Prawniczy” 2016, nr 3.
- Krupnick E., *Toddlers & Tiaras: Contestant Dons Paddes Bra to play Dolly Parton*, https://www.huffpost.com/entry/toddlers-tiaras-boobs_n_944687.
- Kulisy dziecięcych konkursów piękności – doklejane rzęsy, presja i łzy*, <https://kobieta.interia.pl/dziecko/news-kulisy-dziecięcych-konkursow-piekności-doklejane-rzęsy-presj,nId,5641006>.

- McDermott K., *Adorable toddler overcomes her shyness to wow beauty pageant judges at just THREE (and her mother says her confidence has skyrocketed)*, <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-4987946/Michigan-s-three-year-old-beauty-queen.html>.
- Modrzejewski P., *Sposoby naruszania dóbr osobistych w Internecie – zagadnienia wybrane*, „Studia Prawnoustrojowe” 2019, nr 44.
- Polak Z. (red.), *Cyfrowy ślad małego dziecka*, Warszawa 2021, https://dyzurnet.pl/uploads/2021/07/Cyfrowy_slad_malego_dziecka.pdf.
- Prankcz R., *Prawnokarne aspekty umieszczania w internecie wizerunku dziecka*, <https://wyborcza.pl/7,162657,28158501,prawnokarne-aspekty-umieszczania-w-internecie-wizerunku-dziecka.html>.
- Quader W., *Parental trolling – wybrane zagadnienia prawne*, „Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Witelona w Legnicy” 2019, nr 32(3).
- Rachwaniec-Szczecińska J., *Cyberbullying – współczesne oblicze przemocy*, <https://web.swps.pl/strefa-psyche/blog/relacje/2180-cyberbullying-wspolczesne-oblicze-przemocy?dt=1676024510476>.
- Reasons My Son is Crying*, <https://www.facebook.com/ReasonsMySonCry>.
- Rodzice-influencerzy ukarani za pracę dziecka w social mediach*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/rodzice-influencerzy-ukarani-za-prace-dziecka-w-social-mediach-gdzie-slowenia-jaka-kara>.
- Sharenting po polsku, czyli ile dzieci upadło do sieci? Pierwszy raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR*, Warszawa 2019.
- Uliasz J., *Prawna ochrona prywatności oraz wolności dzieci w internecie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego. Seria Prawnicza” 2020, nr 110.
- Uram P., Reiter M., Graf O., *Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach*, „Pedagogika Społeczna” 2020, nr 2(76).

Summary

(Un)safety of a child on the Internet – a critical analysis of the phenomenon of sharing, troll parenting and monetization of a child’s image

Keywords: criminal law, sharenting, troll parenting, monetization, image, child, Internet, cyber space, threats.

The aim of this article is to draw attention to the intensification of the phenomenon of sharing, troll parenting and monetization of the image of a child on the Internet. The basis of these considerations will be the presentation of the most important legal solutions correlating with the discussed phenomena. In addition, the most important threats related to mass and unreflective sharing of information in social media will also be presented. To the extent necessary for this text, statistics related to the subject matter will be presented. The conclusions drawn from the undertaken issues concern in particular the presentation of threats, as well as the main postulates systematized in the form of questions. The basic postulate is a special benefit for not related to what brings unreflective sharing of a child’s image on the Internet.