

PRIKAZ DJETETA RANE I PREDŠKOLSKE DOBI NA INSTAGRAMSKIM PROFILIMA RODITELJA

Magdalena Ivakić :: Anita Mandarić Vukušić

IZVORNI ZNANSTVENI RAD / DOI: 10.20901/ms.14.27.6 / PRIMLJENO: 11.07.2022.

SAŽETAK *Kvaliteta odrastanja u današnje vrijeme značajno je određena pojavom novih, virtualnih prostora koji omogućavaju dijeljenje informacija i druženje. Korištenje društvenih mreža određeno je starosnom dobi korisnika, ali to ne znači da su od sudjelovanja zaštićena i djeca najmlađe dobi. Djeca rane i predškolske dobi pojavljuju se na fotografijama na instagramskim profilima svojih roditelja, pa je cilj ovog istraživanja bio utvrditi poštuju li se prava djeteta na privatnost na tim fotografijama te kakvu sliku o djeci imaju roditelji. Kvantitativnom i kvalitativnom metodom te analizom sadržaja fotografija i videozapisa djece na deset javnih roditeljskih profila na području Hrvatske utvrđena je primjetna učestalost dijeljenja informacija o vlastitoj djeci, olako shvaćanje odgovornosti u pogledu zastupanja prava djeteta i nepoštovanje prava djeteta na privatnost. Stvaranje djetetova digitalnog identiteta bez pristanka djeteta moguće je povezati s još uvijek prisutnom tradicionalnom slikom o djeci.*

KLJUČNE RIJEČI

PRAVA DJETETA, ODGOVORNOST, PRAVO NA PRIVATNOST, RANO DJETINJSTVO, SHARENTING

Bilješka o autoricama

Magdalena Ivakić :: Osnovna škola „Ravne njive – Neslanovac“, Split ::
magdalenaivakic@gmail.com

Anita Mandarić Vukušić :: Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu,
Odsjek za pedagogiju :: amandari@ffst.hr

UVOD

Istraživanja kvalitete djetinjstva (Bašić, 2009; Bašić, 2012; Bilan, 2017; Buckingham, 2009) ukazuju na potrebu dubljeg razumijevanja uloge djece u svijetu odraslih, kao i uloge odraslih u svijetu djeteta. Suvremene spoznaje o tim ulogama trebale bi više uključivati djecu i djetinjstvo iz „dječje perspektive, a manje iz perspektive odraslih“ (Bašić, 2009, str. 29). Takav zaokret moguć je promjenom stavova o tome što djeca mogu u skladu sa svojim pravima i odgovornostima, ali će zaživjeti tek realizacijom slike o djetetu kao osobe koja ima sposobnost samopoimanja, suradnje, smislenog ponašanja i predviđanja posljedica svog ponašanja (Bašić, 2009; Bašić, 2011; Juul, 1996).

No, još uvijek se na djecu gleda na tradicionalan način (Maleš i sur., 2012), a osuvremenjivanju slike djeteta nije posebno pridonio ni život u današnjem (digitalnom) dobu. Može se reći da su mogućnosti digitalnog prostora učvrstile poziciju djeteta kao pasivnog sudionika u vlastitom životu, pri čemu se još jednom potvrđuje nerazumijevanje prava djeteta i ravnopravnog dostojanstva djece i odraslih (Juul, 1996). Upravo je razumijevanje koncepta „slike djeteta“ i povezanosti te slike s ponašanjem odraslih značajna odrednica ponašanja roditelja. Suvremeni pristupi u odgajanju djece naglašavaju važnost korištenja metode razgovora i objašnjavanja, umjesto krutog i fizičkog discipliniranja djeteta. Odgojna ponašanja odraslih moraju biti u vezi s razumijevanjem prirode djeteta, ali i prihvaćanjem djeteta kao jednakovrijedne osobe koja bi u svim životnim situacijama trebala biti primjereno informirana o njihovim mogućim posljedicama, i to bez upotrebe sile ili zataškavanja (Ciboci, 2014; Grmuša i sur., 2019; *Konvencija o pravima djeteta*, 1989; Sečan Matijaščić, 2018).

Roditeljsko razumijevanje djece i kvalitete djetinjstva posebno je zanimljivo u kontekstu korištenja društvene mreže Instagram i rastućeg trenda dijeljenja informacija o vlastitoj djeci, tzv. *sharentinga* (Brosch, 2016; Jorge i sur., 2021; Sečan Matijaščić, 2018; Šola i Germovšek, 2017). Roditelji koji posjeduju osobne profile na Instagramu često objavljuju sadržaje o svojoj djeci, čime otkrivaju identitet djeteta i njegovu privatnost. Ovim radom želi se upozoriti na posljedice dijeljenja sadržaja o djeci i ukazati na moguću povredu prava djeteta na privatnost i aktivnu participaciju. Posebno se želi osvijestiti roditelje o tankoj granici između vrijednosti djeteta kao emotivnog kapitala svojih roditelja, koja se vrlo lako može pretvoriti u emotivni kapitalizam (Illouz, 2007, prema Šmakić, 2017).

U ovom radu istražuje se problematika *sharentinga* na području Hrvatske, zbog malog broja sličnih istraživanja, ali i vidljivog porasta broja roditelja koji na svojim profilima na Instagramu dijele sadržaje o svojoj djeci. Analizom sadržaja instagramskih profila dostupnih javnosti istražiti će se zastupljenost objava i načina na koji ti roditelji prikazuju svoju djecu, a sve kako bi se utvrdila odgovornost roditelja za zaštitu prava djeteta na privatnost te slika koju ti roditelji imaju o svojoj djeci.

SLIKA O DJETETU I SUVREMENO DJETINJSTVO

Razumijevanje slike djeteta razvijalo se tijekom povijesti. Prva razumijevanja djeteta opisivala su dijete kao „odraslog u malom“, pri čemu se na odraslost gledalo kao na ideal zrelosti, a na dijete kao na nedoraslu, nezrelu osobu koja je nedovoljno sposobna za sudjelovanje u svijetu odraslih (Ariès, 1960, prema Hameršak, 2004). Usko u vezi s takvim razumijevanjem djeteta i djetinjstvo se promatralo kao razvojni period kroz koji djeca moraju proći na putu do svoje zrelosti (Dillen, 2008). Odrasli koji internaliziraju takve stavove o djeci smatraju da djeca ne mogu razumjeti svijet odraslih, zbog čega odrasli mogu pribjeći ili pretjeranoj zaštiti djeteta ili nekritičkom izlaganju djeteta njemu neprimjerenim iskustvima. Nasuprot tome, suvremeno shvaćanje djeteta vezuje se uz sliku djeteta kao ravnopravnog člana društva, onog koje je sposobno aktivno djelovati na okolinu u kojoj se nalazi, pa u skladu s tim dijete bi trebalo imati i mogućnost sudjelovati u stvarnom životnom okružju u skladu sa svojim sposobnostima (Bašić 2009; Dillen 2008; Maleš i sur., 2012; Prout, 2005; Tesar, 2016). U skladu s tim razmišljanjem djetinjstvo nije samo period kroz koji dijete mora proći čekajući da postane cjelovita osoba, nego razdoblje u kojem odrasle osobe moraju pomno promišljati o uvjetima koji će omogućiti aktivno sudjelovanje djeteta u izgradnji njegovih vlastitih iskustava i donošenju svih odluka koje se odnose na njega (Englund i sur., 2009).

Na kvalitetu odrastanja utječe i društveni kontekst u kojem se roditelji i djeca nalaze. U balansiranju između osobnih vrijednosti i iskustava te društveno nametnutih ideala roditelji nastoje ostvariti svoju roditeljsku odgovornost. Iz cjelokupnog ponašanja svojih roditelja djeca konstruiraju svijet oko sebe i sliku o sebi, pri čemu roditeljske interpretacije djetetova okružja te vjerovanja u to što dijete jest utječu na samo dijete i njegov razvoj. Usvojene generalizirane društvene interpretacije toga što dijete jest nazivaju se „slika o djetetu“ (Holland 2004, prema Pressler, 2010), a kada se ona stavi u praksu s generaliziranim uvjerenjima o ispravnim roditeljskim postupcima (Pećnik i sur., 2011), putem djelovanja roditelja, ona određuju kvalitetu odrastanja njihove djece. Način na koji odrasli djeluju prema djeci ovisi o shvaćanju prirode djeteta, ali i o tome kako odrasli razumiju prava djeteta (Širanović, 2011). *Konvencijom o pravima djeteta* (iz 1993, prema Širanović, 2011) zastupa se ono djelovanje roditelja koje obuhvaća zaštitu najboljeg interesa djeteta, uz poštovanje razvijajućih sposobnosti, čime bi se omogućilo djetetovo pravo na odlučivanje, uz postupno slabljenje utjecaja odraslih. U kontekstu prava na privatnost i djeca imaju pravo na ograničavanje pristupa samima sebi, zaštitu od neželjenog pristupa i tajeenje određenih stvari od drugih, kontrolu informacija o sebi, zaštitu osobnosti, individualnosti i dostojanstva te na intimnost (Solove, 2002, prema Sečan Matijaščić, 2018). Dakle, ni jedno dijete „ne smije biti izloženo proizvoljnom ili nezakonitom miješanju u njegovu privatnost, obitelj, dom ili prepisku, niti napadima na njegovu čast i ugled“ (*Konvencija o pravima djeteta*, 1989, str. 7, čl. 16).

Bitna značajka suvremenog načina života jest konstruiranje identiteta u virtualnom društvenom svijetu. Često se zaboravlja da su korisnici društvenih mreža u najvećem broju tek početnici koji razvijaju temeljna znanja i vještine za njihovo ispravno korištenje (Demeterffy Lančić, 2010). Pravilna upotreba medija i digitalnog okružja podrazumijevala

bi sposobnosti analize, kritičkog vrednovanja i stvaranja ispravne medijske poruke (Zgrabljčić Rotar, 2005), a koja nije moguća bez razvoja svijesti o potrebi zaštite temeljnih ljudskih prava i prava djeteta prilikom njihova korištenja. To se posebno ističe u slučajevima kada se objavljuju informacije o osobama koje nemaju mogućnost donijeti odluku žele li osobne podatke objaviti na društvenim mrežama. Time se narušava njihovo temeljno pravo na privatnost, a u kontekstu zaštite prava djece i pravo na anticipatornu autonomiju (Feinberg, 1980, prema Dailey, 2011), za koje odrasle osobe snose potpunu odgovornost (*Konvencija o pravima djeteta*, 1989; *Opća deklaracija o ljudskim pravima*, 1948; *Obiteljski zakon*, 2020; *Povelja Europske unije o temeljnim pravima*, 2016; *Zakon o elektroničkim medijima*, 2021). Odgovorno djelovanje roditelja ogleda se u zastupanju i zaštiti prava djeteta unutar i izvan obiteljskog okruženja, a ono se sve više propituje u kontekstu utjecaja digitalnog doba i novih medija na djecu i odgoj (Ljubetić, 2012).

DJECA U NOVIM MEDIJIMA

U odnosu na zemlje Europske unije, prema Paska (2019), u Hrvatskoj se nešto manje koristi internet, a najčešće se koristi u svrhu informiranja, za sudjelovanje u društvenim i ekonomskim aktivnostima te za ostvarivanje građanskih prava. Prema Državnom zavodu za statistiku (2021), u Hrvatskoj pristup internetu ima 86 % stanovništva, a najviše ga koristi najmlađa populacija, odnosno najviše ga koriste učenici i studenti. Zbog novih okolnosti tijekom 2020. godine (pandemija bolesti COVID-19) uočen je porast korištenja interneta gotovo u svim dobnim skupinama, a posebno kod osoba u dobi od 65 godina do 74 godine. Internet se najviše koristi za slanje poruka (93 %), informiranje o proizvodima i uslugama (91 %) ili o dnevnim novostima (90 %) te za pregledavanje e-pošte (80 %) i društvenih mreža (75 %).

U korištenju društvenih mreža ističe se Instagram koji je zbog lakoće rukovanja, uređivanja i dijeljenja fotografija postao omiljena društvena mreža. Među najčešće navedenim razlozima njegova korištenja ističu se potreba za socijalnom interakcijom, traženje i razmjena informacija, ispunjavanje slobodnog vremena, zabava i razonoda, ali i nadzor drugih (Baker i Walsh, 2018; Fauziah, 2018; Paska, 2019; Serafinelli, 2017; Whiting i Williams, 2013; Willers i Schmidt, 2017). Baker i Walsh (2018) smatraju da se Instagram može koristiti i u svrhu samopromocije, pa osoba koja dobiva stvarnu materijalnu dobit putem svojeg profila (tzv. *influencer*) najčešće koristi osobne informacije za tu razmjenu (Paska, 2019). Instagramski profili mogu biti zatvoreni, odnosno dostupni samo odabranim korisnicima, ili javni. Kada je osobni profil javan i ima velik broj pratitelja, on može postati kanal za reklamiranje proizvoda. Osim osobnih informacija, osobe na svojim instagramskim profilima najčešće objavljuju i fotografije na kojima su s drugim osobama, a roditelji često objavljuju i fotografije svoje djece (Bilan, 2017, str. 1755). Dijeljenje fotografija vlastite djece naziva se još i *sharenting* ili *oversharenting*¹, a u pozadini tih pojmova nalazi se potreba da se skrene pozornost na etičnost i pravo djeteta na privatnost.

¹ Steven Leckart prvi je 2012. godine upotrijebio termin *oversharenting*, što je kombinacija engleskih riječi *oversharing* i *parenting*, kako bi njime označio sve više prisutan i popularan trend roditeljskog dijeljenja fotografija djece na društvenim mrežama (Marasli i sur., 2016, str. 399).

Istražujući ponašanje 168 roditelja iz Poljske na Facebooku, Brosch (2016) navodi da je čak 80 % roditelja djece u dobi od 0 godina do 4 godine objavilo neki podatak o djetetu na svojim društvenim mrežama, a u prosjeku dijete dobije digitalni identitet već sa šest mjeseci (Jorge i sur., 2021; Leaver, 2020). Roditelji na svojim društvenim mrežama najčešće objavljuju slike ultrazvuka, imena, datuma i mjesta rođenja djeteta, prvih koraka, polaska u školu, događaja s izleta, blagdana ili pak slike koje prikazuju dijete dok jede, pravi grimase, plače ili spava (Brosch, 2016; Jorge i sur., 2021; Leaver, 2020). Fotografije s potencijalnim rizikom neprikladnosti ili sramoćenja djeteta, poput fotografija na kojima je dijete u potpunosti ili djelomično bez odjeće, objavljuje oko 38 % roditelja (Brosch, 2016). No, neki roditelji pokazuju poštovanje prava djeteta na privatnost, pa tako 60 % roditelja u Njemačkoj nije nikada objavilo fotografiju svog djeteta, a 26 % to napravi manje od jednom mjesečno (Wagner i Gasche, 2018). Majke češće od očeva dijele informacije o djeci jer smatraju da na taj način održavaju odnose s rodbinom i prijateljima, stvaraju uspomene ili dobivaju potporu u svom roditeljstvu, pazeći da objavljenim fotografijama ne osramote djecu (Jorge i sur., 2021; Wagner i Gasche, 2018). No, među tim motivima za objavu fotografija na društvenim mrežama nalazi se i motiv za zaradom, pa roditelji koji ostvaruju suradnju s raznim robnim markama često koriste djecu u funkciji modela ili promotora proizvoda (Paska, 2019). Takve objave moguće je promatrati kao vrstu dječjeg rada, a čije se ukidanje smatralo jednim od najvažnijih civilizacijskih postignuća (UNICEF, 2022). Osim toga, prihvaća se odrastanje u komercijaliziranom svijetu, čija je temeljna pretpostavka nekritičko konzumiranje proizvoda i usluga, čak i po cijenu gubitka osobnog i privatnog (Abidin 2015, prema Jorge i sur., 2021). Ostali negativni učinci tih objava nalaze se u činjenici da, s obzirom na to da roditelji nisu obvezni tražiti dozvolu od svojeg djeteta (Sečan Matijaščić, 2018), dijete dobiva svoj „digitalni otisak“, ali ne onakav kakav bi ono htjelo, već onakav kakav bi željeli njegovi roditelji (Brosch, 2016). Nadalje, izlaganje sadržaja na javnim profilima omogućava tzv. digitalne otmice, ali i potencijalno javno ismijavanje djeteta od drugih osoba, koje se u budućnosti može odraziti i na zaposlenje (Brosch, 2016). Javlja se viktimizacija djece kojoj pridonose i sami roditelji jer potiču objave i komentiranje svoje djece bez njihova odobrenja (Bilan, 2017; Jelavić, 2009, prema Grmuša i sur., 2019). Osim toga, i sama djeca u jednom istraživanju (koje je obuhvatilo 68 djece od 4 godine do 15 godina) imaju negativan stav prema *sharentingu*, smatrajući da bi roditelji trebali tražiti dozvolu za objavlivanje fotografija na kojima su oni (Sarkadi i sur., 2020), pa mnoga djeca u odrasloj dobi traže uklanjanje svojih fotografija s roditeljskih profila (Brosch, 2016; Wagner i Gasche, 2018). Iako se tijekom vremena unapređuje poštovanje privatnosti djeteta u medijima (Ciboci, 2014), Šola i Germovšek (2017) ističu da se, s jedne strane, *Kodeksom časti hrvatskih novinara* regulira objavlivanje podataka o djeci u medijima, dok se, s druge strane, ne regulira što objavljuju roditelji. To potvrđuje činjenicu da razumijevanje autonomije i kompetentnosti djece najčešće ostaje na deklarativnoj razini (Kopić i Korajac, 2010), a nepostojanje mehanizama kojima bi se reguliralo ponašanje roditelja dovodi do toga da roditelji ne moraju razmišljati o negativnim aspektima i posljedicama dijeljenja fotografija svoje djece (Šola i Germovšek, 2017, str. 633).

Svaka nova generacija djece odrasta u okolini koja je bogatija novim medijima i njihovim sadržajima (Ilišin i sur., 2001), a novi mediji prihvaćaju se kao nova „društvena institucija“ u socijalizaciji (Mandarić, 2012, str. 132). Veliku prepreku može predstavljati pronalaze-

nje dobre mjere u tome da osoba bude „suvremeno“ društveno angažirana, a da se pritom može oduprijeti potrebama kapitalističkog društva današnjice (Šmakić, 2017). U donošenju odluke što je dobra mjera roditelji se trebaju voditi mišlju da objavama svoje djece pridonose nezaštićenosti djeteta, ali i (de)konstruiranju djetinjstva (Buckingham, 2009; Prout, 2005), jer objavljivanjem slika i videa svoje djece pridonose brisanju granice između djetinjstva i odrasle dobi. „Izlaganjem djece istim sadržajima kojima se izlažu i odrasli, brojni vanjski utjecaji pogađaju djecu i djetinjstvo preuranjeno. Ovo 'kao jednu od posljedica ima fiziološko i psihološko ubrzanje dječjeg razvoja, ili drugim riječima, skraćenje djetinjstva' ” (Postman, 2006, prema Bašić, 2012, str. 11). Prema Bašić (2012), u današnjem kompleksnom društvenom i za odgoj izazovnom vremenu bit će potrebno usredotočiti se na ravnotežu između individualizacije i socijalizacije koja se smješta u virtualni prostor, a koji ne omogućava stvarna životna iskustva neophodna za cjelovit razvoj osobnosti.

CILJ I METODA ISTRAŽIVANJA

Ovom analizom sadržaja željela se ispitati učestalost objavljivanja sadržaja na kojima se nalazi vlastito dijete, odnosno na kojima se nalaze vlastita djeca rane i predškolske dobi na instagramskim profilima roditelja u Hrvatskoj. Cilj istraživanja bio je utvrditi poštuju li roditelji, odnosno štite li pravo djeteta na privatnost na svojim instagramskim profilima te kakvu sliku o djetetu imaju roditelji koji objavljuju fotografije vlastite djece.

U skladu s prethodno navedenim ciljem istraživanja u radu su postavljena tri istraživačka pitanja:

- >Koriste li roditelji svoje profile na Instagramu za prikaz fotografija i videozapisa svoje djece?
- >Poštuju li roditelji na svojim instagramskim profilima pravo djeteta na privatnost?
- >Je li slika djeteta tih roditelja u skladu sa suvremenim shvaćanjima slike djeteta?

Metoda istraživanja

Analiza sadržaja predstavlja nenametljivu istraživačku tehniku kojom se na objektivan i sustavan način kvantitativno i/ili kvalitativno opisuje neki sadržaj (Berelson, 1952, prema Milas, 2005), a kako se ne provodi u stvarnom okružju, često se naziva i „desk-metodom“ (Lamza Posavec, 2011). Ta analiza omogućava donošenje ponovljivih i valjanih zaključaka te predstavlja više od pukog brojanja jer joj je cilj povezivanje rezultata i konteksta u kojem su rezultati nastali (Krippendorff, 2004, prema Bengtsson, 2016). Ona je jedinstvena jer ima i kvantitativnu i kvalitativnu metodu pa se može koristiti i na induktivan i na deduktivan način (Berelson, 1952, prema Bengtsson, 2016). U ovom istraživanju koristila se kvantitativna i kvalitativna metoda analize sadržaja. Kvantitativna ili frekvenzijska analiza služila je za utvrđivanje nazočnosti i karakteristika nekog sadržaja kako bi se iskazala njegova frekvencija i obujam (Tkalac Verčić i sur., 2010), dok je kvalitativna analiza služila za analiziranje obilježja pojedinog sadržaja (Tkalac Verčić i sur., 2010), pri čemu su podatci prikazani riječima i temama koje omogućavaju interpretaciju rezultata (Berelson, 1952,

prema Bengtsson, 2016). Kvantitativni rezultati koristili su se za kvalitativnu analizu kojom se na temelju relevantne literature interpretirala roditeljska odgovornost i shvaćanje slike djeteta roditelja čiji su profili na Instagramu analizirani.

Uzorak

Kao izvor analize sadržaja koristili su se instagramski profili u vlasništvu roditelja na području Hrvatske. Ukupno je analizirano deset javnih profila na Instagramu čiji su vlasnici roditelji djece rane i predškolske dobi. Ime profila sugerira da je riječ o roditeljskom profilu, a kratak uvid prije same analize pokazao je da je riječ o profilima koji se dotiču tematike roditeljstva. Također, u opisu profila svi se predstavljaju kao roditelji, što dodatno pojašnjava namjenu njihova instagramskog profila. S obzirom na to da se Instagram kao društvena mreža temelji na objavama fotografija, ali u novije vrijeme, s novim ažuriranjem aplikacije, i na kratkim videima, kao jedinica analize uzeta je objava roditelja, u razdoblju od godine dana, od srpnja 2020. godine do srpnja 2021. godine. Analiza je ponovljena u lipnju 2022. godine. Pod objavom je podrazumijevana svaka objava roditelja kojom se otkriva identitet djeteta, bilo da je riječ o fotografiji ili videozapisu.

Kod odabira roditeljskih instagramskih profila pozornost je bila usmjerena na određene kategorije, kao što su: postavke privatnosti profila, namjena profila, broj pratitelja i dob djeteta. U samom procesu odabira instagramskih profila pregledano je 35 javnih roditeljskih profila na Instagramu na području Hrvatske. Većina pregledanih profila posjedovala je velik broj pratitelja, veći od 5000, pa je broj pratitelja veći od 5000 uzet kao jedna od kategorija u analizi. Slučajnim uzorkovanjem u analizu je uvršteno 10 instagramskih profila na području Hrvatske, koji uključuju jedan profil u vlasništvu oca, osam profila u vlasništvu majki te jedan profil u vlasništvu majke i oca. S obzirom na to da se rad usmjerava na pravo na privatnost, u svrhu zaštite privatnosti roditelja i djece koja su obuhvaćena ovom analizom u nastavku rada neće se navoditi imena roditelja ni imena roditeljskih profila, već će se koristiti oznaka roditelj i broj od jedan do deset.

Analitička matrica

Istraživala se zastupljenost objava koje se odnose na prikazivanje identiteta djeteta te na pitanje poštovanja prava djeteta na privatnost, stoga se kvantitativno željelo istražiti kolika je zastupljenost objava, dakle fotografija i videozapisa, kojima se otkriva identitet djece u odnosu na ukupan broj objava. U skladu s korištenom literaturom pod objavama kojima se otkriva djetetov identitet analizirane su objave u kojima se prikazuju djeca, predmeti kojima se otkrivaju privatne informacije o djeci te fotografije kojima se prikazuje razdoblje trudnoće, čime se djetetu prije njegova rođenja stvara identitet na instagramskom profilu (Brosch, 2016; Jorge i sur., 2021; Leaver, 2020). Kako bi se utvrdilo poštovanje privatnosti djeteta na fotografijama i/ili videozapisima koji prikazuju djecu, u obzir se uzelo u kojoj je mjeri djetetov identitet otkriven, pa se promatrala potpuna i djelomična otkrivenost profila te sakrivenost djetetova profila (Grmuša i sur., 2019). Fotografije na kojima se prikazuju djeca detaljnije su se analizirale kako bi se utvrdilo kako roditelji prikazuju djecu. Vodeći se parametrima koje u svojem radu ističe Brosch (2016), u ovom dijelu analize kvantitativno se željelo izraziti način prikaza djeteta, odnosno stupanj odjebenosti

djeteta i trenutak uhvaćen fotografijom. Analizirana su tri stupnja odjevenosti: dijete se prikazuje odjeveno, neodjeveno ili nago te djelomično odjeveno ili djelomično nago (pelela ili donji dio kupaćeg kostima). Trenutak uhvaćen fotografijom analiziran je tako što se analiziralo prikazuju li se fotografijom trenutci u kojima su djeca nasmiješena i uredna (namještene fotografije) ili trenutci u kojima su djeca uplakana, zaprljana ili s grimasom (nenamještene fotografije).

Postupak analize i obrade rezultata

Obrada rezultata napravljena je za pojedinačni profil posebno, a nakon toga pristupilo se obradi ukupnih rezultata. Rezultati u ovom radu bit će izraženi u broju učestalosti pojavljivanja obilježja/kategorije i u postotku broja neke kategorije u odnosu na ukupan broj promatranih obilježja u toj kategoriji. Pojedino analizirano obilježje moglo je istovremeno biti svrstano u nekoliko klasifikacijskih kategorija unutar kriterija, stoga kategorije nemaju ukupan broj koji odgovara analiziranim objavama. U obzir su uzeti neki elementi neverbalne komunikacije uočljivi preko fotografije (npr. izraz lica, geste, govor tijela), pa su pojedine fotografije okarakterizirane kao one koje prikazuju namještene ili nenamještene trenutke, što u stvarnosti ne mora odgovarati istini. Analizom sadržaja ne može se doći do podataka o tome jesu li roditelji zatražili dozvolu svoje djece za objavljivanje sadržaja o njima na roditeljskim instagramskim profilima pa se s obzirom na dob djece pretpostavilo da djeca nisu pitana. U obradi rezultata i interpretaciji dobivenih brojčanih podataka uočljivo je ograničenje analize sadržaja kao metode koja se ne provodi u stvarnom okruženju pa daje kvalitativne podatke temeljene na subjektivnoj interpretaciji kvantitativnih podataka i korištene literature.

REZULTATI I RASPRAVA

Analizom instagramskih profila dobiveni su podatci za ukupan broj objava koji se nalaze u Tablici 1. Svaki roditeljski profil na Instagramu raščlanjen je na ukupan broj fotografija i ukupan broj videozapisa. U Tablici 1 nalaze se i podatci koji prikazuju koliko se videozapisa i fotografija odnosi na one videozapise i fotografije na kojima se prikazuju djeca, koliko na fotografije na kojima se prikazuju predmeti kojima se otkrivaju privatne informacije o djeci te koliko na fotografije na kojima se prikazuje razdoblje trudnoće. Fotografije kojima se prikazuju predmeti kod analiziranih instagramskih profila odnose se na personalizirane predmete koji otkrivaju djetetovo ime i/ili prezime, potom na one koji otkrivaju podatke o rođenju (datum, vrijeme, djetetova težina i dužina), broj godina djeteta/djece te na one kojima se prikazuju djetetove „diplome“ ili ustanove u kojima pohađa tečajeve stranih jezika. Fotografije kojima se prikazuje razdoblje trudnoće obuhvaćaju fotografije majki u određenom tjednu trudnoće te ultrazvučne snimke djeteta. Fotografija ultrazvučnih snimaka ima manje u odnosu na fotografije koje prikazuju tijek trudnoće prema tjednima, s obzirom na to da je samo jedan roditelj objavio jednu ultrazvučnu snimku. Također, roditelji su u znatno manjem broju objavljivali fotografije tijekom trudnoće i fotografije predmeta kojima se otkriva djetetov identitet. Pet od deset roditelja u analiziranom razdoblju nije nikad stavio fotografiju tijekom trudnoće, dok samo jedan roditelj nije nikad stavio fotografiju predmeta

kojim bi otkrio podatke o svome djetetu. Ukupno je bilo 75 fotografija na kojima se prikazuje tijek trudnoće te 75 fotografija na kojima se prikazuju predmeti kojima se otkrivaju podatci o djetetu. U odnosu na ukupan broj objava u analiziranom razdoblju (2029 objava), postotak objavljivanja navedenih vrsta fotografija iznosi 7,39 % za obje vrste, odnosno 3,70 % pojedinačno. Određene fotografije u tablici se prikazuju u više kategorija jer se na jednoj fotografiji u isto vrijeme prikazuje primjerice razdoblje trudnoće i predmet kojim se otkriva djetetov identitet.

Tablica 1. Kvantitativna analiza objava na instagramskim profilima roditelja

ukupan br. objava	ukupan br. videozapisa	ukupan br. fotografija	ukupan br. videozapisa koji prikazuju djecu	ukupan br. fotografija koje prikazuju djecu	ukupan br. fotografija predmeta kojima se otkriva identitet djeteta	ukupan br. fotografija koje prikazuju razdoblje trudnoće
<i>roditelj 1</i>						
335	11	324	4	74	5	0
<i>roditelj 2</i>						
84	4	80	3	45	15	0
<i>roditelj 3</i>						
307	16	291	6	113	5	0
<i>roditelj 4</i>						
211	5	206	3	84	16	17
<i>roditelj 5</i>						
203	3	200	1	92	2	1
<i>roditelj 6</i>						
294	9	285	4	206	11	18
<i>roditelj 7</i>						
148	5	143	1	59	8	14
<i>roditelj 8</i>						
204	0	204	0	110	9	25
<i>roditelj 9</i>						
86	14	72	3	25	0	0
<i>roditelj 10</i>						
157	35	122	9	44	4	0

Ukupan broj objava svakog roditelja i ukupan broj objava kojima se otkriva identitet djeteta važne su kategorije za utvrđivanje sadržaja na kojima se temelje profili roditelja. Grmuša i suradnice (2019) navode da se identitet djeteta može otkriti i na izravan i na posredan način – objavom djetetove fotografije, djetetovih inicijala, mjesta stanovanja ili pak detalja iz života. Analizom ukupnog broja fotografija na kojima se može otkriti identitet djeteta, pri čemu je broj videozapisa u kojima se prikazuju djeca, fotografija na kojima se prikazuju predmeti koji otkrivaju djetetove podatke te fotografija trudnoće uspoređen s ukupnim brojem objava u razdoblju od godine dana za svih deset profila roditelja,

dobiven je postotak od 51,06 % (vidi Tablicu 2), što ukazuje na to da se instagramski profili roditelja, odnosno njihove objave u velikoj mjeri temelje na fotografijama i videozapisima kojima se otkriva djetetov identitet.

Tablica 2. Ukupan broj objava kojima se otkriva djetetov identitet u odnosu na ukupan broj objava u razdoblju od godine dana na instagramskim profilima roditelja

roditelj	ukupan broj objava	ukupan broj objava kojima se otkriva identitet djeteta (fotografije i videozapisi)
<i>roditelj 1</i>	335	83 (24,78 %)
<i>roditelj 2</i>	84	63 (75,00 %)
<i>roditelj 3</i>	307	124 (40,40 %)
<i>roditelj 4</i>	211	120 (56,87 %)
<i>roditelj 5</i>	203	96 (47,29 %)
<i>roditelj 6</i>	294	239 (81,29 %)
<i>roditelj 7</i>	148	82 (55,41 %)
<i>roditelj 8</i>	204	144 (70,59 %)
<i>roditelj 9</i>	86	28 (32,56 %)
<i>roditelj 10</i>	157	57 (36,30 %)
<i>ukupno</i>	2029 (100 %)	1036 (51,06 %)

No, ako se za provjeru prvog istraživačkog pitanja analiziraju objave na kojima se prikazuju isključivo djeca rane i predškolske dobi, a iz analize se izuzmu fotografije kojima se prikazuju predmeti koji otkrivaju podatke o djeci te fotografije koje prate tijekom trudnoće, ukupan postotak iznosi 43,67 % (vidi Tablicu 3). Time je prvo istraživačko pitanje djelomično potvrđeno, odnosno postotak u kojem roditelji objavljuju fotografije i videozapise svoje djece rane i predškolske dobi je značajan, ali je manji u odnosu na fotografije i videozapise drugog sadržaja.

Tablica 3. Ukupan broj fotografija i videozapisa djece rane i predškolske dobi

roditelj	ukupan broj objava	objave na kojima je dijete (fotografije i video)
<i>roditelj 1</i>	335	78 (23,28 %)
<i>roditelj 2</i>	84	48 (57,14 %)
<i>roditelj 3</i>	307	119 (38,76 %)
<i>roditelj 4</i>	211	87 (41,23 %)
<i>roditelj 5</i>	203	93 (45,81 %)
<i>roditelj 6</i>	294	210 (71,42 %)
<i>roditelj 7</i>	148	60 (40,54 %)
<i>roditelj 8</i>	204	110 (53,92 %)
<i>roditelj 9</i>	86	28 (32,56 %)
<i>roditelj 10</i>	157	53 (33,76 %)
<i>ukupno</i>	2029 (100 %)	886 (43,67 %)

S obzirom na rezultate analize sadržaja koji roditelji objavljuju i činjenicu da roditelji u znatnoj mjeri dijele podatke svoje djece na svojim instagramskim profilima koji su otvoreni za širu javnost, moguće je objavljivanje analiziranih profila povezati s problematikom *sharentinga*. Analizirani roditelji pokazuju značajke *sharentinga* s obzirom na to da objavljuju fotografije djeteta ili djece, fotografije kojima otkrivaju privatne podatke o djetetu, kao što su datum rođenja, ime i/ili prezime, a u manjem broju objavljuju i fotografije koje prate tijek trudnoće i koje prikazuju ultrazvučne snimke. Takvi rezultati u skladu su s rezultatima drugih istraživanja *sharentinga* (Brosch, 2016). Iako je broj ultrazvučnih snimki zanemariv (jedna ultrazvučna snimka) u odnosu na fotografije koje prate tijek trudnoće iz mjeseca u mjesec, vidljivo je da pet od deset roditelja stvara djetetov identitet i prije njegova rođenja na instagramskim profilima, što potvrđuju i istraživanja Jorge i suradnika (2021) te Leavera (2020), koja navode da djeca u prosjeku stječu digitalni identitet sa šest mjeseci ili ranije te da ultrazvučne snimke često prikazuju i detaljnije informacije o djetetu ili majci. Kod analiziranih deset instagramskih profila nisu uočene takve pojavnosti, a objavljena ultrazvučna snimka fotografirana je iz daljine i detaljniji podatci o djetetu nisu čitljivi.

Kako bi se utvrdilo je li zaštićena privatnost djeteta, analizirane su fotografije i videozapisi na kojima se nalaze djeca. Kod analize fotografija pažnja se usmjerila na prikaz djetetova profila te na izgled djeteta na fotografiji. Analiziran je stupanj otkrivenosti djetetova profila, a time i identiteta. Fotografije su razvrstane u tri skupine prema stupnju otkrivenosti identiteta djeteta: 1) fotografije na kojima se djetetov identitet otkriva u potpunosti (dijete je prikazano u punom profilu i jasno se vide crte lica djeteta), 2) fotografije na kojima je djetetov identitet djelomično otkriven (dijete je prikazano u poluprofilu) te 3) fotografije na kojima se djetetov identitet štiti (djetetov profil u potpunosti je sakriven, dijete je slikano iz daljine ili s leđa, dijete je slikano sprijeda sa zamućenim licem). Kod analize načina prikaza djeteta na fotografiji, odnosno izgleda djeteta, u obzir je uzet stupanj odjevenosti djeteta na fotografiji (je li prikazano odjeveno, neodjeveno ili djelomično odjeveno, odnosno u peleni ili donjem dijelu kupaćeg kostima) te trenutak obuhvaćen fotografijom (prikazuju li fotografije namješteni (uredno i nasmijano dijete) ili nenamješteni trenutak (uplakano, zaprljano dijete ili dijete s grimasom)). Kod analize videozapisa u obzir su uzeti samo parametri koji se odnose na stupanj prikaza djetetova profila te parametri koji se odnose na stupanj odjevenosti djeteta. Namješteni i nenamješteni trenutci pogodniji su za analizu fotografije nego videozapisa, pa videozapisi u tom kontekstu nisu analizirani. Ukupno ima 852 fotografije djece. Na 471 fotografiji djetetov profil u potpunosti je otkriven (55,29 %). Na 194 fotografije djetetov je profil, a time i identitet, djelomično otkriven (22,77 %). Na 187 fotografija štiti se djetetov identitet jer je profil djeteta u potpunosti sakriven (21,95 %). Tablica 4 prikazuje navedene podatke.

Navedeni podatci ukazuju na to da roditelji prilikom objavljivanja fotografija svoje djece prikazuju djecu u punom profilu, otkrivajući im u najvećem broju fotografija identitet u potpunosti. Samo jedan roditelj ima najveći broj fotografija kojima pazi na djetetovu privatnost ne prikazujući djetetov profil. Od preostalih devet roditelja, jedan roditelj ima najveći broj fotografija kojima djetetov profil prikazuje djelomično, i tako djelomično otkriva djetetov identitet, dok svi preostali roditelji objavljuju najviše fotografija kojima otkrivaju

djetetov profil u potpunosti i time ne poštuju pravo djeteta na privatnost i zaštitu njegova identiteta (vidi Tablicu 4). Dobiveni podatci potvrdili su drugo istraživačko pitanje i pokazali da roditelji ne poštuju pravo djeteta na privatnost, odnosno pokazali su da samo jedan od deset analiziranih roditelja pazi na pravo djeteta na privatnost prilikom objavljivanja fotografija svojega djeteta na svojem profilu na Instagramu, koji je usto i javan profil.

Tablica 4. Stupnjevi otkrivenosti djetetova identiteta izraženi brojem fotografija i postotkom

roditelj	ukupan broj fotografija djeteta/djece	identitet sakriven	djelomično otkriven identitet	u potpunosti otkriven identitet
<i>roditelj 1</i>	74	48 (64,86 %)	24 (23,43 %)	2 (2,70 %)
<i>roditelj 2</i>	45	6 (13,33 %)	5 (11,11 %)	34 (75,55 %)
<i>roditelj 3</i>	113	22 (19,47 %)	58 (51,33 %)	33 (29,20 %)
<i>roditelj 4</i>	84	18 (21,43 %)	19 (22,62 %)	47 (55,96 %)
<i>roditelj 5</i>	92	16 (17,39 %)	18 (19,56 %)	58 (63,04 %)
<i>roditelj 6</i>	206	24 (11,65 %)	20 (9,70 %)	162 (78,64 %)
<i>roditelj 7</i>	59	10 (16,95 %)	21 (35,59 %)	28 (47,45 %)
<i>roditelj 8</i>	110	24 (21,82 %)	18 (16,36 %)	68 (61,82 %)
<i>roditelj 9</i>	25	7 (28,00 %)	1 (4,00 %)	17 (68,00 %)
<i>roditelj 10</i>	44	12 (27,27 %)	10 (22,73%)	22 (50,00 %)
<i>ukupno</i>	852 (100 %)	187 (21,95 %)	194 (22,77 %)	471 (55,29 %)

Tablica 5. Stupnjevi otkrivenosti djetetova identiteta izraženi brojem videozapisa i postotkom

roditelj	ukupan broj videozapisa djeteta/djece	identitet sakriven	djelomično otkriven identitet	u potpunosti otkriven identitet
<i>roditelj 1</i>	4	4 (100 %)	0	0
<i>roditelj 2</i>	3	0	1 (33,33 %)	2 (66,67 %)
<i>roditelj 3</i>	6	0	1 (16,67 %)	5 (83,33 %)
<i>roditelj 4</i>	3	0	0	3 (100 %)
<i>roditelj 5</i>	1	0	0	1 (100 %)
<i>roditelj 6</i>	4	0	0	4 (100 %)
<i>roditelj 7</i>	1	0	1 (100 %)	0
<i>roditelj 8</i>	0	0	0	0
<i>roditelj 9</i>	3	1 (33,33 %)	0	2 (66,67 %)
<i>roditelj 10</i>	9	2 (22,22 %)	2 (22,22 %)	5 (55,56 %)
<i>ukupno</i>	34 (100 %)	7 (20,59 %)	5 (14,71 %)	22 (64,71 %)

Nadalje, drugo istraživačko pitanje potvrđeno je i analizom videozapisa u kojima se prikazuju djeca. Analizirani videozapisi u kojima se prikazuju djeca pokazuju da su roditelji

skloni otkrivanju djetetova identiteta u potpunosti (64,71 %), zatim slijede oni kojima se skriva djetetov identitet (20,59 %), a potom videozapisi kojima se djetetov identitet djelomično prikazuje (14,71 %).

Djetetovu privatnost roditelj dodatno može ugroziti objavljivanjem fotografija na kojima je dijete djelomično odjeveno ili neodjeveno te fotografijama na kojima je dijete zaprljano, uplakano ili radi određenu grimasu. Takve se fotografije mogu okarakterizirati kao sramotne, a upravo ih djeca najčešće percipiraju takvima (Brosch, 2016). Kvantitativnom i kvalitativnom analizom fotografija koje prikazuju dijete rane i predškolske dobi željelo se ispitati kako roditelji najčešće prikazuju svoju djecu. Analizom fotografija utvrđeno je da roditelji paze na izgled djece na fotografijama i objavljuju fotografije na kojima su djeca uredna, odjevena i nasmejana (više od 90 %), dok u vrlo malom postotku objavljuju fotografije djece koja su djelomično odjevena, uplakana, zaprljana ili s grimasom (manje od 5 %). Nitko od analiziranih roditelja ne prikazuje svoju djecu neodjevenu. Tablica 6 donosi prikaz brojčanih podataka i ukupnih postotaka. Navedeni podatci ukazuju da roditelji paze na izgled i prikaz svoga djeteta i time brinu o djetetovu integritetu, a štite i aspekte djetetove privatnosti koji se odnose na njegov izgled.

Tablica 6. Način prikaza djeteta (stupnjevi odjevenosti i vrsta trenutka zabilježenog fotografijom)

ukupan br. fotografija djece	odjeveno	ne-odjeveno	djelomično odjeveno	namještene fotografije	nenamještene fotografije
<i>roditelj 1</i>					
74	67 (90,54 %)	0	7 (9,46 %)	74 (100 %)	0
<i>roditelj 2</i>			0		
45	45 (100 %)	0		45 (100 %)	0
<i>roditelj 3</i>					
113	112 (99,12 %)	0	1 (0,88 %)	111 (98,23 %)	2 (1,80 %)
<i>roditelj 4</i>					
84	84 (100 %)	0	0	84 (100 %)	0
<i>roditelj 5</i>					
92	88 (95,65 %)	0	4 (4,35 %)	89 (96,74 %)	3 (3,26 %)
<i>roditelj 6</i>					
206	199 (96,60 %)	0	7 (3,40 %)	200 (97,09 %)	6 (2,91 %)
<i>roditelj 7</i>					
59	59 (100 %)	0	0	59 (100 %)	0
<i>roditelj 8</i>					
110	110 (100 %)	0	0	108 (98,18 %)	2 (1,82 %)
<i>roditelj 9</i>					
25	25 (100 %)	0	0	24 (96,00 %)	1 (4 %)
<i>roditelj 10</i>					
44	41 (93,18 %)	0	3 (6,82 %)	44 (100 %)	0
<i>ukupno</i>					
852 (100%)	830 (97,42 %)	0	22 (2,58 %)	838 (98,36 %)	14 (1,64 %)

U Tablici 7 prikazana je analiza istih instagramskih profila roditelja ponovljena u lipnju 2022. godine. Učestalost objavljivanja fotografija i videozapisa na kojima je prikazano dijete ostala je ista na četiri roditeljska profila (N = 4), manja je na četiri profila (N = 4), dok je tek na dva profila učestalost povećana (N = 2). Moguće je primijetiti da se na dva roditeljska profila (*roditelj 1* i *roditelj 6*) povećao broj objava na kojima su prikazani roditelji, sami ili u društvu drugih odraslih osoba. Utvrđeno je da je privatnost djeteta poštovana isključivo na jednom (N = 1), i to na istom roditeljskom profilu kao i u prethodno analiziranom razdoblju (*roditelj 1*). Ako se izuzme taj jedan roditelj, uočeno je da su djeca na svim ostalim objavama prikazivana i dalje na isti način. Objavljenim sadržajima otkriva se identitet djeteta, situacije su namještene, djeca su prikazana u profilu ili poluprofilu, a prikazani su i djetetovi predmeti kojima se može otkriti njegov identitet. Na tri roditeljska profila (*roditelj 3*, *roditelj 5* i *roditelj 8*) prikazano je poluodjeveno dijete, dok su na dva roditeljska profila (*roditelj 5* i *roditelj 6*) prikazane objave na kojima su djeca u nenamještenim situacijama. U skladu s ciljem ovog istraživanja moguće je zaključiti da je, i s odmakom od godinu dana, učestalost objava na kojima je prikazano dijete i kojima se krši djetetovo pravo na privatnost još uvijek prisutna.

Tablica 7. Ukupan broj objava djece i poštovanje djetetove privatnosti na deset instagramskih profila roditelja u razdoblju od srpnja 2021. do lipnja 2022.

ukupan br. objava (srpanj 2021. – lipanj 2022.)	ukupan br. fotografija i videozapisa djece	otkrivanje identiteta (profil/ poluprofil i predmeti djece)	djeca su odjevena	djeca su poluodjevena	namještene fotografije	ne-namještene fotografije
<i>roditelj 1</i>						
335	83 (24,78 %)	3 (3,61 %)	83 (100 %)	0	83 (100 %)	0
<i>roditelj 2</i>						
73	38 (52,05 %)	38 (100 %)	38 (100 %)	0	38 (100 %)	0
<i>roditelj 3</i>						
210	125 (59,52 %)	120 (96 %)	123 (98,4 %)	2 (1,6 %)	125 (100 %)	0
<i>roditelj 4</i>						
211	87 (41,23 %)	66 (75,86 %)	87 (100 %)	0	87 (100 %)	0
<i>roditelj 5</i>						
210	68 (32,24 %)	68 (100 %)	64 (94,12 %)	4 (5,88 %)	64 (94,11 %)	4 (5,88 %)
<i>roditelj 6</i>						
296	210 (70,47 %)	188 (89,52 %)	210 (100 %)	0	204 (97,14 %)	6 (2,86 %)



ukupan br. objava (srpanj 2021. – lipanj 2022.)	ukupan br. fotografija i videozapisa djece	otkrivanje identiteta (profil/ poluprofil i predmeti djece)	djeca su odjevena	djeca su polu-odjevena	namještene fotografije	ne-namještene fotografije
<i>roditelj 7</i>						
156	42 (26,92 %)	42 (100 %)	42 (100 %)	0	42 (100 %)	0
<i>roditelj 8</i>						
216	85 (39,35 %)	82 (96,47 %)	79 (92,94 %)	6 (7,05 %)	85 (100 %)	0
<i>roditelj 9</i>						
55	40 (72,72 %)	40 (100 %)	40 (100 %)	0	40 (100 %)	0
<i>roditelj 10</i>						
165	56 (33,93 %)	42 (75 %)	56 (100 %)	0	56 (100 %)	0

Dobiveni rezultati mogu se dovesti u vezu s pojmom roditeljske odgovornosti i roditeljske slike o djetetu, što nam daje odgovor na treće istraživačko pitanje. Odgovornost pojedinca Vučković (2000) definira kao tri vrste ponašanja karakteristična za tri lica, referirajući se na tumačenje filozofa Levinasa. Odgovornost prvog lica jest odgovornost koju pojedinac ima prema sebi, odgovornost drugoga lica jest ona koju ima za drugoga, a odgovornost trećeg lica podrazumijeva odgovornost za one koji tek dolaze. Ljubetić (2012) dijeli slično razmišljanje pa pod odgovornim djelovanjem pojedinca smatra odgovorno ponašanje pojedinca prema sebi samome, prema drugima te prema svijetu. Sukladno navedenom, roditeljska odgovornost može se također definirati vrlo slično, što navodi i Mandarić Vukušić (2016), ističući da roditeljska odgovornost podrazumijeva odgovornost roditelja prema samome sebi, prema svome djetetu te odgovornost prema drugima iz okoline. Roditeljsku odgovornost pojedini autori povezuju s djetetovim pravima. Mandarić (2012) ističe da je, između ostalog, odgovoran roditelj onaj koji u obzir uzima dijete, djetetovu osobnost i djetetova prava. Ljubetić (2012) naglašava povezanost roditeljskog odgovornog ponašanja i zauzimanja roditelja za prava djeteta. Roditelj bi trebao biti upoznat s pravima djeteta te bi trebao imati ulogu posrednika i zastupnika djetetovih prava i interesa (Englund i sur., 2009; Širanović, 2011). Ljubetić (2012) ističe da bi roditelj takvu ulogu trebao ostvarivati podjednako unutar i izvan obitelji, a kritički se osvrće i na pretjeranu zaštitu roditelja, navodeći da roditeljsko zauzimanje za interese i prava djeteta može prijeći i granice odgovornog djelovanja, stoga bi roditelji trebali poznavati temeljna načela odgovornog ponašanja. Rezultati ovoga istraživanja ukazuju na moguću roditeljsku neodgovornost, odnosno olako shvaćanje odgovornosti, posebice ako se u obzir uzme roditeljska odgovornost kako je definira Ljubetić (2012) ili ako se uzme u obzir važnost odgovornosti roditelja u medijskom kontekstu (Ljubetić i sur., 2019).

Kvantitativni podatci sugeriraju da roditelji, kada je riječ o pravu djeteta na privatnost, nisu upoznati s onim što se navodi u *Konvenciji o pravima djeteta* ili ukazuju na olako shvaćanje prava djeteta na privatnost te donošenje odluka bez savjetovanja s djetetom, s obzirom na to da je riječ o djeci rane i predškolske dobi koja još uvijek ne mogu u potpunosti razumjeti svoja prava i razloge roditeljskog objavljivanja njihovih podataka na Instagramu. Prema *Općoj uredbi o zaštiti podataka*, tzv. GDPR uredbi, djeca bi se u digitalni svijet trebala uključivati u razdoblju od trinaeste do šesnaeste godine, ovisno o razvojnim sposobnostima (Grmuša i sur., 2019). Roditelji se smatraju odgovornima za procjenu sposobnosti djece i za uvođenje djece u digitalni svijet u navedenom rasponu godina. S obzirom da se prema GDPR uredbi smatra da je dijete sposobno razumijevati značajke digitalnog svijeta s trinaest, četrnaest, petnaest ili šesnaest godina, ovisno o razvojnim sposobnostima pojedinoga djeteta, roditelji bi tek tada mogli (smjeli) na svojim instagramskim profilima objavljivati podatke o svojem djetetu jer bi tada dijete bilo spremno razumjeti svoja prava i roditeljske razloge objavljivanja pa bi se moglo izjasniti oko objavljivanja svojih podataka na profilima svojih roditelja. Wagner i Gasche (2018) navode da se u Njemačkoj dijete od navršene četrnaeste godine života treba pitati za dopuštenje prilikom objavljivanja njegovih podataka, a da dijete do te godine ne može samostalno donijeti odluku jer nedovoljno poznaje digitalni svijet. Roditelji bi, navode Wagner i Gasche (2018), trebali poštovati odluku i pravo djeteta na privatnost i samostalno odlučivanje. S obzirom na to da je GDPR uredba donesena kao opća uredba na razini Europske unije, sve države članice obvezuju se na poštovanje te uredbe. Istraživanja o roditeljskom dijeljenju i pojavi *sharentinga* pokazuju da roditelji objavljuju podatke o svojoj djeci i prije nego što djeca mogu dati svoje odobrenje, što je pokazala i analiza deset roditeljskih profila u ovome radu. Sečan Matijašćić (2018) u svome radu kritički se osvrće na trend *sharentinga* i uočava potrebu za edukacijom i informiranjem roditelja, a sve u svrhu zaštite djece, dok Wagner i Gasche (2018) navode da bi roditelji trebali uzeti u obzir određene strategije koje će im pomoći u zaštiti djetetove privatnosti te im omogućiti kontrolirano dijeljenje. Kao strategije navode objavljivanje fotografija uz prikrivanje djetetova identiteta te objavljivanje uz djetetovo odobrenje.

O slici djeteta kao socijalnog aktera u novije se vrijeme sve više raspravlja. Djeca se shvaćaju kao mladi građani koji u skladu sa svojim mogućnostima imaju pravo na informiranost o vlastitom položaju i na sudjelovanje u odlučivanju (Bašić, 2009). Novija istraživanja koja se bave tematikom djetinjstva i djece zalažu se za istraživanja iz perspektive djeteta. Naglašava se jednakovrijedna uloga djece naspram odraslih, a odrasli se shvaćaju kao zastupnici i posrednici djece i dječjih prava (Alasuutari i Karila, 2010; Bašić, 2009; Bašić, 2011; Dillen, 2008). Odgovornost roditelja očituje se, između ostalog, u informiranosti o pravima djeteta i poštovanju prava djeteta u sklopu roditeljske uloge. Dobiveni kvantitativni podatci pokazuju da roditelji ne štite pravo djeteta na privatnost te da u pogledu moderne slike djeteta koja se sve više usmjerava na potencijale djeteta, njegove potrebe i prava, slika o djetetu analiziranih roditelja u pogledu zaštite prava djeteta i afirmacije istih naginje k onoj tradicionalnoj slici djeteta koja naglašava ulogu roditelja, a zanemaruje djetetove kompetencije i sposobnost donošenja odluke. Iako analiza sadržaja nije pogodna za interpretaciju slike koju o djeci imaju analizirani roditelji, jer ne daje uvid u razmišljanja

roditelja, kvantitativni podatci i uočena pojava *sharentinga* u devet od deset analiziranih profila roditelja na Instagramu sugerira da se roditelji ne ponašaju kao zastupnici prava djeteta na privatnost i da stvaraju digitalni identitet djeteta na svojim instagramskim profilima i prije nego što za to mogu dobiti odobrenje djeteta. Zanemarivanje odobrenja djeteta ukazuje na posjedovanje slike o djetetu koja nije u skladu s poimanja djeteta kao osobe koja je jednakovrijedna odrasloj osobi, s pravima koje mu propisuju različiti zakoni i *Konvencija o pravima djeteta* (1989).

ZAKLJUČAK

Analiza sadržaja provedena je na tek deset javnih instagramskih profila roditelja djece rane i predškolske dobi na području Hrvatske pa rezultate nije moguće generalizirati, ali oni ipak daju uvid u sliku koju roditelji imaju o djetetu te u razinu poštovanja privatnosti djece. Naime, analiza je potvrdila postojanje *sharentinga*, odnosno da roditelji na svojim instagramskih profilima stvaraju digitalni identitet svojeg djeteta. Analiza triju vrsta fotografija i videozapisa (sadržaji na kojima je dijete, predmeti koji otkrivaju informacije o djetetu i fotografije trudnoće) potvrdila je da je u 51,06 % objava prisutan sadržaj koji otkriva identitet djeteta, dok je sadržaja na kojima je prikazano isključivo dijete zastupljeno 43,67 % u odnosu na ukupan broj ostalog sadržaja na roditeljskim profilima. Zaključci ovog istraživanja temeljili su se na vizualnom aspektu Instagrama bez analize tekstualnog dijela, što se može smatrati ograničenjem istraživanja, ali i preporukom za buduća istraživanja.

Rezultati ovog istraživanja ukazuju i na roditeljsko nepoštovanje prava djeteta na privatnost jer samo jedan roditelj pazi na privatnost svoga djeteta, postavljajući fotografije i videozapise u kojima je djetetov identitet skriven. Samo jedan roditelj u najvećem broju objavljenih fotografija prikazuje dijete u poluprofilu, dok preostalih osam roditelja objavljuje svoju djecu u punom profilu. Svi roditelji paze na izgled djeteta pa objavljuju fotografije na kojima je dijete uredno, odjeveno i nasmiješeno. S obzirom na sve prethodno navedeno, moguće je potvrditi postojanje roditeljske neodgovornosti u pogledu poštovanja prava djeteta na privatnost i participativnih prava te zaključiti da takvi roditelji još uvijek imaju tradicionalnu sliku o djetetu. Kada roditelji objavljuju fotografije ili videozapise svoje djece na svojim instagramskim profilima, oni doprinose i fenomenu nestajanja djetinjstva i/ili konstruiranja nekog novog djetinjstva „Instagram-djece“, a pitanje je kakve će posljedice na kvalitetu kasnijeg života imati digitalni identiteti te djece.

Ovi rezultati ukazuju na potrebu za izobrazbom roditelja o zakonskim odredbama i temeljnim pravima djece, a kako navode Grmuša i sur. (2019) te Sečan Matijaščić (2018) i za medijskim odgojem kako roditelja tako i svih onih koji su u bliskom kontaktu s djecom. U budućim istraživanjima bilo bi potrebno utvrditi i razloge roditeljskog objavljivanja i razumijevanja prava djeteta i slike djeteta te stvarne pozadine objavljivanja koje se može povezati i s konzumerizmom. Instagram je u nas još uvijek nedovoljno istražen, stoga bi istraživanja Instagrama na bilo koju temu bila potrebna i vrlo korisna.

Literatura

- >Alasuutari, M. i Karila, K. (2010). Framing the Picture of the Child. *Children and Society*, 24(2),100–111. <https://doi.org/10.1111/j.1099-0860.2008.00209.x>
- >Baker, S. A. i Walsh, M. J. (2018). 'Good Morning Fitfam': Top Posts, Hashtags and Gender Display on Instagram. *New Media & Society*, 20(12), 4553–4570. <https://doi.org/10.1177/1461444818777514>
- >Bašić, S. (2009). Dijete (učenic) kao partner u odgoju: kritičko razmatranje. *Odgojne znanosti*, 11(2), 27–44.
- >Bašić, S. (2011). (Nova) slika djeteta u pedagogiji djetinjstva. U D. Maleš (ur.), *Nove paradigme ranoga odgoja* (str. 19–39). Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zavod za pedagogiju.
- >Bašić, S. (2012). Kriza djetinjstva. *Dijete, vrtić i obitelj*, 18(67), 10–12.
- >Bengtsson, M. (2016). How to Plan and Perform a Qualitative Study Using Content Analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8–14. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- >Bilan, A. (2017). Djeca u društvenim medijima na primjeru Twitter i Facebook profila Beyonce i Kim Kardashian. *In Medias Res*, 6(11), 1751–1768.
- >Brosch, A. (2016). When the Child Born Into the Internet: Sharenting as a Growing Trend Among Parents on Facebook. *The New Educational Review*, 43, 225–235. <https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19>
- >Buckingham, D. (2009). New Media, New Childhoods? Children's Changing Cultural Environment in the Age of Digital Technology. U M. J. Kehily (ur.), *An Introduction to Childhood Studies* (str. 124–140). Open University Press, McGraw-Hill.
- >Ciboci, L. (2014). Zaštita privatnosti djece u *Večernjem listu* u 2013. godini u odnosu na 2010. godinu. *Medijske studije*, 5(9), 92–106.
- >Dailey, A. C. (2011). Children's Constitutional Rights. *Minnesota Law Review*, 95, 2099–2179.
- >Demeterffy Lancić, R. (2010). Novi mediji i odnosi s javnošću. *Medijske studije*, 1(1–2), 157–170.
- >Dillen, A. (2008). Foundations of Responsibility for Children. *International Journal of Children's Spirituality*, 13(1), 51–61. <https://doi.org/10.1080/13644360701834841>
- >Državni zavod za statistiku (2021). Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) u kućanstvima i kod pojedinaca u 2021. Preuzeto 15. 05. 2022., s https://podaci.dzs.hr/media/imshxsbq/2-3-2_primjena-ikt-u-kucanstvima-i-kod-pojedinaca-u-2021.pdf
- >Englund, T., Quennerstedt, A. i Wahlström, N. (2009). Education as a Human and a Citizenship Right – Parents' Rights, Children's Rights, or...? The Necessity of Historical Contextualization. *Journal of Human Rights*, 8(2), 133–138. <https://doi.org/10.1080/14754830902897189>
- >Fauziah, F. (2018). Use of Online Shop in Instagram in Women's Consumptive Behavior in Jakarta. *Majalah Ilmiah BIJAK*, 15(2), 115–126.
- >Grmuša, T., Tomulić, A. M. i Anđelić, V. (2019). Zaštita privatnosti djece i maloljetnika na društvenoj mreži Facebook: navike i iskustva roditelja. *Communication Management Review*, 4(1), 78–97. <https://doi.org/10.22522/cmr20190141>
- >Hameršak, M. (2004). Desetljeće Arièsove povijesti djetinjstva. *Časopis za suvremenu povijest*, 36(3), 1061–1078.
- >Ilišin, V., Marinović Bobinac, A. i Radin, F. (2001). *Djeca i mediji: uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži – Institut za društvena istraživanja.
- >Jorge, A., Maropo, L., Coelho, A. M. i Novello, L. (2021). Mummy Influencers and Professional Sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, 25(1), 166–182. <https://doi.org/10.1177/13675494211004593>
- >Juul, J. (1996). *Vaše kompetentno dijete*. Educa.
- >Konvencija o pravima djeteta (1989). Preuzeto 12. 01. 2021., s https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2017/05/Konvencija_20o_20pravima_20djeteta_full.pdf
- >Kopić, Ž. i Korajac, V. (2010). Djeca i djetinjstvo u dokumentima o pravima djece. *Život i škola*, 56(24), 45–54.
- >Lamza Posavec, V. (2011). *Kvantitativne metode istraživanja: anketa i analiza sadržaja*. Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.

- >Leaver, T. (2020). Balancing Privacy: Sharenting, Intimate Surveillance, and the Right to Be Forgotten. U L. Green, D. Holloway, K. Stevenson, T. Leaver i L. Haddon (ur.), *The Routledge Companion to Digital Media and Children* (str. 235–244). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351004107>
- >Ljubetić, M. (2012). *Nosi li dobre roditelje rođa?! Odgovorno roditeljstvo za kompetentno dijete*. Profil.
- >Ljubetić, M., Reić Ercegovac, I. i Mandarić Vukušić, A. (2019). Irresponsible/Unmindful Parenting: An Empire for the Media. U J. Lepičnik Vodopivec, L. Jančec i T. Štemberger (ur.), *Implicit Pedagogy for Optimized Learning in Contemporary Education* (str. 270–289). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5799-9.ch014>
- >Maleš, D., Kušević, B. i Širanović, A. (2012). Parental Image of the Child – Based on Surveys in Families in the Republic of Croatia. *Problemy Wczesnej Edukacji*, 17(2), 80–96.
- >Mandarić Vukušić, A. (2016). *Roditeljska kompetencija i (ne)pedagoška zanimanja*. Doktorska disertacija. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- >Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82(1), 131–149.
- >Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N. H. i Cok, F. (2016). Parents' Shares on Social Networking Sites About Their Children: Sharenting. *The Anthropologist*, 24(2), 399–406. <https://doi.org/10.1080/09720073.2016.11892031>
- >Milas, G. (2005). *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*. Naklada Slap.
- >Obiteljski zakon (2020). „Narodne novine“ 103/15, 98/19, 47/20. Preuzeto 12. 05. 2022., s <https://www.zakon.hr/z/88/Obiteljski-zakon>
- >Opća deklaracija o ljudskim pravima (1948). Odluka o objavi opće deklaracije o ljudskim pravima, Vlada Republike Hrvatske, 2009., „Narodne novine“ 28/96. Preuzeto 12. 05. 2022., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2009_11_12_143.html
- >Paska, I. (2019). Digitalna medijska okruženja i njihove implikacije: Instagram. *In Medias Res*, 8(15), 2347–2364.
- >Pečnik, N., Radočaj, T. i Tokić, A. (2011). Uvjerjenja javnosti o ispravnim roditeljskim postupcima prema djeci najmlađe dobi. *Društvena istraživanja*, 20(3(113)), 625–646.
- >Povelja Europske unije o temeljnim pravima (2016). Europski parlament, Vijeće i Komisija, *Službeni list Europske unije*, C 202/02. Preuzeto 20. 05. 2022., s <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT&from=RO>
- >Pressler, S. J. (2010). Construction of Childhood: The Building Blocks. U D. Kassem, L. Murphy i E. Taylor (ur.), *Key Issues in Childhood and Youth Studies* (str. 14–26). Routledge.
- >Prout, A. (2005). *The Future of Childhood: Towards the Interdisciplinary Study of Children*. Routledge.
- >Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fängström, K. i Warner, G. (2020). Children Want Parents to Ask for Permission Before 'Sharenting'. *Journal of Paediatrics and Child Health*, 56(6), 981–983. <https://doi.org/10.1111/jpc.14945>
- >Sečan Matijaščić, A. (2018). Pravo na privatnost i objavljivanje osobnih podataka, informacija (o) i fotografija maloljetne djece. *Glasilo Future*, 1(3), 27–59.
- >Serafinelli, E. (2017). Analysis of Photo Sharing and Visual Social Relationships: Instagram as a Case Study. *photographies*, 10(1), 91–111. <https://doi.org/10.1080/17540763.2016.1258657>
- >Širanović, A. (2011). Prava djeteta između zaštite odraslih i djetetovog vlastitog mišljenja i djelovanja. *Pedagogijska istraživanja*, 8(2), 311–321.
- >Šmakić, K. (2017). Pandorina kutija novih medija. *In Medias Res*, 6(11), 1669–1676.
- >Šola, I. i Germovšek, M. (2017). Objavljivanje dječjih fotografija na internetu i etička odgovornost roditelja u kontekstu narcističke kulture. *Crkva u svijetu*, 52(4), 632–649.
- >Tesar, M. (2016). Childhood Studies, An Overview of. U M. A. Peters (ur.), *Encyclopedia of Educational Philosophy and Theory* (str. 135–140). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-981-287-532-7_261-1
- >Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N. (2010). *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisлити, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. M.E.P.

- >UNICEF (2022). *Child Labour*. Preuzeto 20. 06. 2022., s <https://www.unicef.org/protection/child-labour>
- >Vučković, A. (2000). Pojam odgovornosti. U B. Vuleta i A. Vučković (ur.), *Odgovornost za život* (str. 17–30). Franjevački institut za kulturu mira.
- >Wagner, A. i Gasche, L. A. (2018). Sharenting: Making Decisions About Other's Privacy on Social Networking Sites. U P. Drews, B. Funk, P. Neimeyer i L. Xie (ur.), *MKWI 2018* (sv. 3, str. 977–988). Leuphana Universität Lüneburg. Preuzeto 24. 05. 2023., s https://www.leuphana.de/fileadmin/user_upload/Forschungseinrichtungen/ieg/files/MKWI2018/MKWI2018_Band3.pdf
- >Whiting, A. i Williams, D. L. (2013). Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Qualitative Market Research*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- >Willers, C. i Schmidt, S. (2017). #Instafood – A First Investigation of the „Social Eater“ on Instagram. *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, 3(4), 44–51.
- >*Zakon o elektroničkim medijima* (2021). „Narodne novine“ 111/21. Preuzeto 22. 01. 2022., s <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima>
- >Zgrabljčić Rotar, N. (2005). Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji. U N. Zgrabljčić Rotar (ur.), *Medijska pismenost i civilno društvo* (str. 9–44). Mediacentar.

REPRESENTATION OF YOUNG CHILDREN AND PRESCHOOLERS ON THEIR PARENTS' INSTAGRAM PROFILES

Magdalena Ivakić :: Anita Mandarić Vukušić

ABSTRACT *The quality of growing up nowadays has been significantly determined by the emergence of new, virtual spaces which provide sharing information and socializing. The use of virtual social networks is determined by the minimum age of the user. Nevertheless, this does not mean that even very young children are protected from participation. Young children and preschoolers appear in photos on their parents' Instagram profiles. Therefore, the aim of this research was to establish the respect of children's rights to privacy regarding this phenomenon, and to identify the way in which parents perceive their children. Quantitative and qualitative methods and content analysis of children's photos and videos on ten public parental profiles in Croatia revealed a noticeable frequency of sharing information about one's own children, a frivolous understanding of the responsibility towards representation of children's rights and non-respect of children's right to privacy. The creation of a child's digital identity without the child's consent can be correlated with the still-present traditional perception of children.*

KEY WORDS

CHILDREN'S RIGHTS, EARLY CHILDHOOD, RESPONSIBILITY, RIGHT TO PRIVACY, SHARENTING

Authors' note

Magdalena Ivakić :: Elementary school „Ravne njive – Neslanovac“, Split ::
magdalenaivakic@gmail.com

Anita Mandarić Vukušić :: Department for Pedagogy, Faculty of Philosophy,
University of Split :: amandari@ffst.hr