

DOI: <https://doi.org/10.54937/ssf.2026.25.1.107-126>

Sharenting a digitálna identita slovenských detí (1 – 6 rokov) na sociálnych sieťach

Sharenting and the Digital Identity of Slovak Children (Aged 1–6) on Social Media

Libuša Gužíková, Peter Madaj

Abstract

Digitization of childhood and the construction of a digital footprint through sharenting represent a significant ethical, social, and societal challenge of today. The aim of this paper is to analyze the phenomenon of sharenting, i.e., the sharing of information about children by parents via social media platforms. The research focuses on identifying the frequency, content, and motives behind sharing, as well as the perceived risks from the parents' perspective. Quantitative data were collected through a questionnaire completed by 170 respondents – predominantly mothers of children aged 1 to 6 years. The results indicate that parents most frequently share photographs from holidays and leisure activities, with Facebook being the dominant platform. The main motives are the creation of a digital album and the desire to introduce the child to a broader circle of acquaintances. Nevertheless, many parents are aware of the potential risks of sharing, with the majority preferring restricted privacy settings. The findings highlight the need for educating parents on digital security and protecting children's privacy in the online environment.

Keywords: Sharenting. Parent. Social Networks. Digital Parenting. Child. Privacy.

Úvod

Súčasný život v 21. storočí je v podstate riadený digitálnymi informačnými technológiami, a ako píše Spitzer (2016), ráno nás budí namiesto budíku smartphone a pomocou neho vykonávame mnoho ďalších vecí. Ide o používanie sociálnych sietí na písomnú komunikáciu cez textové správy, „surfovanie“ a vyhľadávanie odpovedí na rôzne otázky či sledovanie najnovších noviniek vo svete na internetových spravodajských webových stránkach, počúvanie hudby alebo posielanie a prijímanie fotografií či videí prostredníctvom rôznych aplikácií.

Smartfóny, tablety a iné moderné technológie sú už od detstva súčasťou života veľkej časti Generácie Alfa, preto môžeme konštatovať, že táto generácia vyrastá aj vo virtuálnom sociálnom prostredí. Dnešné deti patria k najmladšej a najmodernejšej generácii – Alfa (tzv. „Alpha generation“), ktorá je najsilnejšie prepojená s novými technológiami a prináša mnohé výhody, ako aj nevýhody v spojitosti s prežívaním detstva (Baron-Polańczyk, Nowak-Łojewska, 2022). Deti z uvedenej generácie sú definované ako „digitálni domorodci“ (tzv. „digital natives“), pretože sú už v prvých rokoch života ponorení do digitálneho sveta, technológie ovplyvňujú ich spôsob života a správanie od útleho veku (Thompson, 2018). Generácia Alfa žije s internetom „v rukách“ od narodenia, v kontexte globalizácie získava spoločenské zvyky, hodnoty, skúsenosti moderného sveta, a takpovediac sa „globalizuje“ (Nikolaevna, 2022).

Rovnako aj súčasná rodina podlieha transformácii spoločnosti, vedome či nevedome interaguje „nové“ spôsoby fungovania, a ako píše Turzák a Kurincová (2022, s. 22) „rodina často nemá na výber a mení sa podľa vzniknutých okolností, ktoré musí prekonávať“. „Médiá sú tak významnou súčasťou našich životov a sú do nich tak zložito zapojené, že je v podstate nemožné rozpoznať ich pôsobenie“ (Ježek, Jiráček, 2014, s. 7), „sú všade okolo nás, formujú, socializujú, spoluvychovávajú“ (Sloboda, 2013, s. 17).

Zdieľané detstvo v ére digitálnej transformácie a komercionalizácia rodičovstva

Súčasní rodičia, vo veľkej miere patriaci ku generácii Mileniálov, sú silnou vrstvou používateľov sociálnych sietí. Digitálny svet, v ktorom dnešné deti vyrastajú, vytvoril nový spôsob prostredníctvom ktorého rodičia (či už vedome alebo nevedome) zasahujú do súkromia detí. Zdieľanie fotiek svojich detí sa stalo novým trendom súčasných rodín. Zaujať sledovateľov je jednoduchšie práve prostredníctvom zdieľania fotografií a videí na sociálnych sieťach. Sharenting ovplyvňuje rodinu v celej svojej komplexnosti, vrátane výchovného pôsobenia rodičov a trávenia voľného času, a tak sa sharenting stáva problémom etickým, spoločenským, sociálnym a v neposlednom rade aj aktuálnym fenoménom dnešnej doby.

Rodičovské zdieľanie, tzv. „sharenting“ je pomerne novým javom, aj keď prvá zmienka o sharentingu sa objavila už v roku 2012. Vo väčšine prípadov ide o fotografie a videá, ktoré sú pridané na sociálne siete rodičmi (prípadne napr. starými rodičmi), na ktorých sú zachytené ich deti. Je potrebné poznamenať, že sa nemusí jednať len o vizuálne príspevky, môže sa jednať aj o textové príspevky, ktoré rozoberajú detailné informácie o deťoch. Ako píše Cataldo et al. (2022), označenie fenoménu sharentingu vzniklo práve spojením anglických slov zdieľanie (sharing) a rodičovstvo (parenting). Kopecký (2019) ho charakterizuje ako nadmerné zdieľanie fotografií či videí vlastných detí (spravidla bez ich súhlasu), zakladanie profilu detí v rámci

rôznych druhov online služieb (bez ich súhlasu), tvorba rôznych druhov online denníkov, v ktorých je život dieťaťa monitorovaný deň čo deň.

Sharenting môžeme definovať ako „jednanie človeka zamerané na uspokojenie určitej potreby“ (Hartl, Hartlová, 2015, s. 327), teda ide o príčinu konkrétnej činnosti. Táto príčina pochádza z vnútorných (vedomých/podvedomých) alebo vonkajších podnetov. Každý jedinec prežíva rôzne myšlienkové, emočné a fantazijné pochody, ktoré zohrávajú podstatnú úlohu, ktoré prebiehajú v samotnom jedincovi (Hartl, Hartlová, 2015).

V súvislosti s problematikou sharentingu vzniká pojem „*oversharenting*“. Maltz Bovy (2013, s. 5) ho popisuje nasledovne: „musí byť odhalená identita dieťaťa zo strany rodiča, zákonného zástupcu alebo inej dospeléj osoby, ktorá preberá za dieťa zodpovednosť a cieľom je, aby obsah príspevku zasiahol veľké množstvo ľudí“. Exaktný rozdiel medzi pojmi sharenting a oversharenting je problematický vzhľadom na absenciu jednotnej a všeobecne akceptovanej definície. V súčasnosti sa v odbornej literatúre prevažne používa pojem sharenting, pričom oversharenting možno vnímať ako fenomén prekračujúci rámec „bežného“ sharentingu. Tento prístup reflektuje skutočnosť, že zdieľanie informácií o dieťati v online prostredí je v súčasnosti častým javom, avšak existuje určitý limit týkajúci sa typu a množstva zdieľaných údajov, ktorý už možno považovať za nadmerný a potenciálne ohrozujúci.

V niektorých prípadoch sa v kontexte pojmu *sharenting* môžeme stretnúť aj s pojmom „*grandsharenting*“ (tzv. zdieľanie fotografií a videí starými rodičmi). Ide o aktivitu, kde prarodičia zdieľajú a komentujú fotografie, videá na sociálnych sieťach a ako uvádza Glaser et al. (2013, s. 4), „práve starí rodičia či prarodičia zohrávajú v živote detí veľkú úlohu nakoľko je to dané tým, že v dnešnej dobe bývajú matky pracovne vyťažené v rovnakej miere ako otcovia“. Ako ďalej autor dodáva benefit vidia hlavne v tom, že prostredníctvom sociálnych sietí môžu udržiavať svoje vzťahy s rodinou, teda i svojimi deťmi a vnúčatami.

Komplexnosť uvedeného fenoménu spočíva najmä v tom, že digitálna stopa vytvorená počas detstva nie je spôsobená „tretími stranami“, ale osobami zodpovednými za zdieľanie informácií o deťoch, ako aj tými, ktorí majú za úlohu chrániť súkromie detí (Steinberg, 2017). V uvedenom sa na jednej strane stretáva právo dieťaťa na jeho súkromie a jeho ochranu (nezávisle od vôle rodičov) a na druhej strane právo rodičov zdieľať s verejnosťou informácie týkajúce sa života detí. „Rodičia sú často považovaní za ‘guardians’ či ‘gatekeepers’, strážcov a ochrancov osobných údajov svojich detí a ich úloh pri poskytovaní súhlasu s používaním informácií, ktoré sú uznané v právnych predpisoch Európskej únie a v judikatúrach Európskeho súdu pre ľudské práva“ (Bessant, 2018, s. 160).

V niektorých situáciách tak toto právo kolide s právom dieťaťa na súkromie a jeho ochranu. Rodičia majú zákonnú zodpovednosť a právo rozhodovať o svojich deťoch, vrátane správy ich osobných údajov do určitej miery. Otázka, kde končí rodičovské právo a začína právo dieťaťa na súkromie,

je právne a eticky zložitá a zatiaľ nie je jednoznačne vyriešená. Na Slovensku neexistuje špecifický právny predpis, ktorý by priamo upravoval ochranu detí pred zdieľaním ich osobných údajov, fotografií alebo videí na sociálnych sieťach. Avšak, ochrana práv detí v tejto oblasti je zabezpečená prostredníctvom viacerých právnych predpisov a inštitúcií, aj keď len vo všeobecnej rovine. Zákon o ochrane osobných údajov (č. 18/2018 Z. z.), ktorý implementuje všeobecné nariadenie o ochrane údajov (GDPR) v Slovenskej republike. Zároveň, Národný bezpečnostný úrad (NBÚ) vydal odporúčanie, prostredníctvom tlačovej správy TASR z 15. augusta 2023, v ktorom upozorňuje rodičov na riziká spojené so zverejňovaním fotografií ich detí na sociálnych sieťach, vrátane následkov v súkromí detí a možnosti šikany alebo zneužitia. V kontexte detských práv (napr. podľa Dohovoru o právach dieťaťa) ide o jasný konflikt medzi právom dieťaťa na súkromie a právom rodiča rozhodovať v jeho najlepšom záujme.

Podľa Steinberga (2017) ide v súčasnosti skôr o „morálnu povinnosť“ rodiča konať s primeranou diskretnosťou a s ohľadom na bezpečnosť a blaho dieťaťa. Rodičia majú širokú voľnosť „rozprávať príbeh“ svojho dieťaťa a prakticky neobmedzenú kontrolu nad tým, aké informácie o ňom zverejnia. Neexistuje pritom žiadna oficiálna politika, ktorá by deťom umožnila brániť sa alebo riešiť prípadný konflikt, ak sa ich rodičia rozhodnú zdieľať osobné údaje na sociálnych sieťach. Deti nemajú k dispozícii právne nástroje a argumenty na ochranu svojho súkromia pred rozhodnutiami rodičov, hoci tieto digitálne informácie majú potenciál sprevádzať ich po celý život.

Zverejňovanie obsahu, na ktorom sú deti, však nepredstavuje len otázku súkromia či autonómie – v niektorých prípadoch môže ísť aj o vážne konzekvencie z hľadiska ochrany detí pred online hrozbami. Na prítomnosť detí v online prostredí totiž reagujú aj osoby s potenciálne manipulatívnym alebo nevhodným správaním voči deťom. Je alarmujúce, že podľa zistení Schirmer et al. (2024), až takmer 20 % analyzovaných videí z platformy TikTok obsahuje aspoň jedno dieťa v odhaľujúcom oblečení. Tento typ obsahu je najčastejšie zastúpený v kategórii Šport, kde sa objavuje takmer v polovici videí (46,41 %), čo by mohlo súvisieť s povahou športového obsahu, napríklad maloletí v odhaľujúcom gymnastickom oblečení. Analýza komentárov pod týmito videami ukazuje, že prítomnosť detí v online priestore vyvoláva výrazné reakcie zo strany používateľov, nielen prostredníctvom nevhodných komentárov alebo ponúk kontaktu, ale aj prostredníctvom intenzívneho prejavovania náklonnosti. Tieto zistenia poukazujú na riziko, že detský obsah na sociálnych sieťach môže pritiahnúť pozornosť osôb s nevhodným záujmom o maloletých, čím sa zdieľanie takéhoto obsahu stáva citlivou otázkou ochrany detí v digitálnom prostredí.

V niektorých západných krajinách však už prebiehajú súdne spory, ktoré skúmajú právo detí na súkromie v kontexte sharentingu. V roku 2016 18-ročné rakúske dievča zažalovalo svojich rodičov za zverejnenie takmer 500 fotografií z jej detstva na sociálnych sieťach bez jej súhlasu. Následne,

v roku 2020 holandský súd uznal starú mamu, ktorá odmietla vymazať fotografie svojich vnúčat na žiadosť ich matky, za osobu, ktorá porušila všeobecné nariadenie o ochrane údajov zakazujúce spracovanie osobných údajov detí bez súhlasu rodičov (Laj-ling Čung, 2023). Súd v západných krajinách čoraz častejšie zohľadňuje, že deti nie sú predmetom, ale subjektom práv, čo znamená, že majú právo ovplyvňovať, ako sa s ich obrazom a údajmi narába – aj vo virtuálnom prostredí. Tieto precedensy môžu byť impulzom na vytváranie legislatívnych rámcov aj v krajinách, kde sa podobné spory zatiaľ neobjavili, ako napríklad na Slovensku.

To, prečo rodičia zdieľajú informácie o svojich deťoch na sociálnych sieťach, súvisí s viacerými **motívmi**. U rodičov, ktorí využívajú sociálne siete najmä na súkromné účely, sa ako hlavný motív ukazuje predovšetkým snaha zdieľať s ostatnými používateľmi pocity a zážitky spojené s rodičovskou rolou, ako aj potreba vzájomného vyjadrovania podpory. V súčasnosti existuje množstvo rodičovských fór, prostredníctvom ktorých môžu rodičia získavať skúsenosti od iných alebo si nechať poradiť v súvislosti s problémami, ktorým čelia (aj) v oblasti rodičovstva. Ďalším pozitívnym aspektom, ktorý sociálne siete ponúkajú, je možnosť nadväzovania nových priateľstiev. Sharenting zároveň poskytuje istú formu emocionálnej podpory, ktorá je obzvlášť vítaná v prvých mesiacoch rodičovstva. V tomto období, keď sa rodičia starajú o dieťa prakticky nepretržite, sa totiž často cítia osamelo a izolovane. Existujúce podporné fóra a v nich povzbudzujúce komentáre alebo len zdieľanie zložitých situácií s ostatnými im dokážu poskytnúť psychickú oporu (Esfandiari, Yao, 2023).

Ďalšími motívmi sú zdieľanie rôznych informácií, znalostí a skúseností, alebo jednoducho túžba uchovávať si spomienky v podobe pomyselného virtuálneho archívu. Jedným z významných dôvodov je tiež snaha získať pozitívnu spätnú väzbu a podporu od ostatných. Rodičia často zdieľajú príspevky aj preto, aby demonštrovali, že sa dokážu primerane a zodpovedne postarať o svoje dieťa. V neposlednom rade ide aj o potrebu sociálnej participácie, ktorá im umožňuje zapájať sa do komunity, spoluvytvárať spoločenský priestor a zároveň dokumentovať svoj každodenný život (Latipah et al., 2020). Rodičia môžu prostredníctvom veľkého množstva „lajkov“ a komentárov, ktoré získavajú pri zdieľaní fotografií svojich detí, nadobudnúť pocit spoločenského uznania – a to aj napriek tomu, že značná časť týchto reakcií pochádza od používateľov, s ktorými majú len slabé alebo povrchné sociálne väzby (Brosch, 2016).

Fenomén zdieľania je často spájaný s rolou matky a konceptom tzv. zdieľaného materstva. Práve ženy bývajú vo väčšine prípadov tými, ktoré najčastejšie zdieľajú fotografie svojich detí, predovšetkým z rodinného prostredia. Ako jeden z najčastejších príkladov možno uviesť zaznamenávanie každodenných momentov rodinného života prostredníctvom fotografií či videí, čo slúži ako spôsob uchovávania spomienok (Lazard et al., 2019). Sociálne platformy tak plnia funkciu digitálneho archívu nielen významných,

ale aj roztomilých či zábavných momentov zo života dieťaťa. Rodičom poskytujú jednoduchý nástroj na uchovávanie obsahu a zároveň umožňujú jeho zdieľanie s priateľmi a širšou rodinou (Le Moignan et al., 2017).

Ďalším motívom zdieľania je aj *získavanie financií*, deti sú využívané ako komerčný nástroj (Kopecký, 2019). V súčasnosti sa tvorba profilov, ktoré sú vytvárané na sociálnych sieťach dávajú do súvislosti s rodičmi, ktorí hľadajú spôsob ako zarobiť peniaze v online priestore. „Tvorba profilov na sociálnych sieťach založených na obsahu súvisiacom s rodičovstvom sa stala populárnym spôsobom ako zarobiť peniaze v online priestore“ (Stek, 2022, s. 102). Používatelia na sociálnych sieťach zdieľajú okrem svojich vlastných skúseností s rodičovstvom i situácie, ktoré súvisia s každodenným životom ich dieťaťa.

Ako mimoriadne aktuálny motív môžeme uviesť potrebu seba-prezentácie na sociálnych sieťach, ktorá sa zdá byť neoddeliteľnou podmienkou pre interakcie vo virtuálnom prostredí. Ide o iný typ používateľov sociálnych sietí, teda osoby, ktoré využívajú sociálne siete aj pre komerčné účely, ide najčastejšie o tzv. influencerov a bloggerov, pričom do tejto skupiny zaraďujeme prevažne matky tzv. „momfluencer“ (ide o nové podoby rodičovstva).

V prípade influencerov je využívanie sociálnych sietí používané napríklad z hľadiska „motivácie edukovať rodičov ohľadne dôsledkov ich rozvodu na malé dieťa a tiež i mnohých ďalších tém, ktoré v spoločnosti a medzi rodičmi rezonujú“ (Jorge et al., 2022, s. 174). „Influencerov možno chápať ako marketingový nástroj, ktorí spolupracujú s inzerentmi, pričom influenceri odporúčajú produkty a služby inzerentom, takým spôsobom, ktorý pôsobí spoľahlivo a prirodzene“ (Brown, Hayes, 2008, s. 50). Používatelia sociálnych sietí sa často musia prezentovať, aby získali čo najväčšiu viditeľnosť a oslovili široké publikum (Tufekci, 2007, Young, 2013; In: Pospíšilová, 2016). Podľa Blum-Ross a Livingstone (2017) sharenting môžeme označiť za jeden zo spôsobov, akým sa rodičia prezentujú na sociálnych sieťach. Každé zdieľanie fotografií a videí detí vedie k príležitosti získať podporu od rodiny a priateľov. Rodičia sa tak často snažia prezentovať ako „dobrí rodičia“, čo v nich zároveň posilňuje túžbu zdieľať informácie o sebe a o svojom dieťati (Latipah et al., 2020). Zdieľanie stáva súčasťou „digitálneho rodičovstva“, kde je témou nielen radosť z dieťaťa, ale aj potreba potvrdenia identity rodiča vo virtuálnom priestore (Cino, 2022).

Online identita rodičov sa mení s tým, ako sa mení ich životná situácia. Zdieľanie sa však začína ešte pred narodením dieťaťa, už v období tehotenstva sa rodičia ocitajú pred dilemou aký obsah zdieľať a s akým publikom. Postupne ide o „neviditeľný tlak“, ktorý pramení z očakávania komunity a spoločenských noriem – zdieľanie do istej miery ako „spoločenská povinnosť“ (Cino, 2022). Profily na sociálnych sieťach tohto typu môžeme z hľadiska účelu ich vytvorenia rozdeliť na dve skupiny. V prvom rade sú to profily založené pred narodením dieťaťa a tie, ktoré boli založené po narodení dieťaťa či počas tehotenstva. Prvá skupina mala pôvodne iný zámer než zdieľať život matky,

často ide o recepty, cvičenia či cestovanie, čo spôsobuje veľký počet sledujúcich ľudí. Po narodení dieťaťa sa však ich obsah často transformuje na témy spojené s rodičovstvom, keďže začínajú dokumentovať každodenný život rodiny. Druhá skupina je svojím obsahom zameraná priamo na rodičovskú komunitu. Príspevky sa týkajú prevažne detí a vecí okolo nich ako napríklad detská výživa, výchova a iné (Van den Abeele et al., 2023).

Na základe zobrazených teoretických východísk sme sa vo výskumnej časti zamerali na to, ako rodičia na Slovensku pristupujú k zdieľaniu informácií o svojich deťoch na sociálnych sieťach.

Sharenting v reflexii slovenských rodičov – motívy, obsah, frekvencia a vnímané riziká

Zdieľanie informácií o deťoch prostredníctvom sociálnych sietí predstavuje komplexný fenomén, ktorého vnímanie sa medzi rodičmi rôzni. Kým niektorí rodičia vnímajú takéto zdieľanie ako bežný spôsob zaznamenávania a zdieľania rodinného života s blízkymi, iní reflektujú aj etické, výchovné či bezpečnostné hľadiská. Motívy rodičov môžu siahať od potreby pochváliť sa úspechmi dieťaťa, cez túžbu po spoločenskom uznaní, až po zjednodušenie komunikácie s rodinou a priateľmi. Vzhľadom na rozmanitosť postojov a potenciálne riziká sme sa rozhodli skúmať, ako rodičia pristupujú k zdieľaniu informácií o svojich deťoch na sociálnych sieťach, aká je frekvencia a obsah týchto príspevkov, čo ich k tomu motivuje a ako vnímajú možné riziká tohto správania.

Výskumný cieľ a výskumné otázky

Cieľom výskumu bolo analyzovať správanie rodičov pri zdieľaní informácií o svojich deťoch na sociálnych sieťach, so zameraním na frekvenciu, obsah a motívy tohto zdieľania, ako aj na ich vnímanie potenciálnych rizík spojených s týmto fenoménom. Na základe uvedeného výskumného cieľa sme si stanovili nasledujúce *výskumné otázky*:

- Ako často rodičia zdieľajú informácie o svojich deťoch na sociálnych sieťach?
- Aký typ obsahu o deťoch rodičia najčastejšie zdieľajú?
- Aké platformy rodičia najčastejšie využívajú na zdieľanie obsahu o deťoch?
- Kto je najčastejším príjemcom zdieľaného obsahu (rodina, priatelia, verejnosť)?
- Vnímajú rodičia rozdiel medzi súkromným a verejným zdieľaním na sociálnych sieťach?
- Uvedomujú si rodičia možné riziká spojené so zdieľaním informácií o deťoch?
- Aké faktory ovplyvňujú rozhodovanie rodičov pri zdieľaní detských fotografií a osobných údajov online?

Metodika výskumu

Primárny zber výskumných údajov bol realizovaný prostredníctvom *kvantitatívnej empirickej stratégie*. Pre potreby nášho výskumu sme zvolili *autorský dotazník*, ktorý Tomšík (2019) charakterizuje ako nástroj na identifikáciu presvedčení, postojov či spôsobov myslenia väčšej skupiny ľudí. Koncipovaný dotazník s názvom „Zdieľanie informácií (fotografií, videí, príbehov) o Vašom dieťati na sociálnych sieťach“ je zostavený z dvoch okruhov položiek („Informácie o dieťati a rodičovi“ a „Informácie o používaní sociálnych sietí“). V prvom okruhu položiek boli zisťované demografické údaje o rodičovi, vzdelanostné a pracovné charakteristiky rodiča, ako aj rodinná štruktúra v domácnosti. V nasledujúcom okruhu položiek sme sa zamerali na používané zariadenia pri trávení času na sociálnych sieťach, zisťovali sme aj, ktoré platformy sú najčastejšie využívané pri rodičovskom zdieľaní. Zároveň sme našu pozornosť centrovali v rámci položiek aj na obsah, frekvenciu a motív rodičovského zdieľania informácií na sociálnych sieťach.

Participanti výskumu

V súvislosti so stanovenými cieľmi a výskumnými otázkami nášho kvantitatívneho výskumu sme zvolili kritériový výber prípadov a zamerali sme sa na rodičov detí vo veku 1 až 6 rokov života. Do výskumu sa zapojilo 170 respondentov z rôznych regiónov Slovenska, prevažne ženského pohlavia (88 %). Najpočetnejšou skupinou boli respondenti vo veku 31 – 41 rokov, ktorých bolo 90, čo predstavuje 53 % z celkového počtu. Nasleduje skupina vo veku 42 – 53 rokov s 38 respondentmi, čo zodpovedá 22 %. Veková kategória 21 – 31 rokov zahŕňala 35 osôb, teda 21 %. Menšie zastúpenie sme zaznamenali pri mladších respondentoch do 20 rokov (2 %) a respondentoch vo veku 55 rokov a viac (2 %).

Vysoké zastúpenie respondentov tvorí skupina s vysokoškolským vzdelaním (I., II., alebo III. stupňa), a to 60 %, čo predstavuje 102 respondentov. Druhou najpočetnejšou skupinou sú respondenti so stredoškolským vzdelaním s maturitou, predstavujúci 36 %, teda celkovo 61 respondentov. Najmenej zastúpení sú respondenti so stredoškolským vzdelaním bez maturity (4 %), čo zodpovedá približne 7 respondentom.

V súvislosti so súčasným pracovným statusom, najväčšia časť rodičov pracuje na plný úväzok, konkrétne 113 respondentov (66,5 %). Druhou najpočetnejšou skupinou sú respondenti na materskej alebo rodičovskej dovolenke, v počte 29 (17 %). Nasleduje skupina pracujúca ako SZČO, ktorú tvorí 10 respondentov (5,9 %), nezamestnaných (vrátane invalidného dôchodku a podpory v nezamestnanosti) v počte 11 (resp. 6,5 %) a na polovičný úväzok pracuje 7 respondentov (v relatívnom vyjadrení 4,1 % respondentov).

V rámci rodinnej štruktúry dominujú úplné rodiny, tvorené oboma biologickými rodičmi (85 %), v nadväznosti jednorodičovské domácnosti (8 %) a rekonštruované rodiny (6 %) a i. Zároveň, najpočetnejšie zastúpenie zaznamenáme u respondentov s jedným dieťaťom (51 %) alebo dvoma deťmi (39 %),

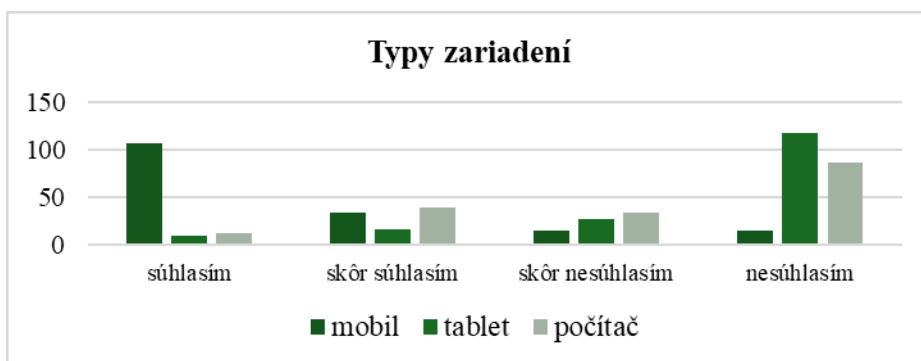
pričom početnosť výrazne klesá pri troch a viacerých deťoch. Relatívne rovnaké zastúpenie zaznamenávame v rámci pohlavia dieťaťa, o ktorom rodičia vyplňali predložený dotazník (dievča: 58 %; chlapec: 42 %).

Analýza výskumných zistení

Predmetom skúmania bolo, ako rodičia zdieľajú obsah týkajúci sa svojich detí na sociálnych sieťach – aké sú ich hlavné motívy, aký typ obsahu najčastejšie zverejňujú, s akou frekvenciou a do akej miery si uvedomujú potenciálne riziká spojené s týmto zdieľaním.

Prvý okruh výrokov sa zameriaval vo všeobecnosti na **používanie sociálnych sietí** rodičmi detí. Zisťovali sme, aké zariadenia respondenti najčastejšie využívajú na zdieľanie fotografií a videí na sociálnych sieťach. V nasledujúcej časti porovnáme preferencie medzi mobilnými telefónmi, tabletmi, notebookmi/stolovými počítačmi, aby sme získali ucelený pohľad na súčasné trendy a dominantné platformy v oblasti zdieľania digitálneho obsahu.

Z analyzovaných zistení (Graf 1) vyplýva, že s tvrdením „Pri zdieľaní fotografií, videí na sociálnych sieťach používame mobilné zariadenie“ súhlasí väčšina rodičov (úplne súhlasím: 63 %, skôr súhlasím: 19 %). Len 17,6 % respondentov uprednostňuje iné zariadenie alebo spôsoby zdieľania. Menej využívaným zariadením je tablet, ktorý nevyužíva viac ako polovica respondentov pre účely zdieľania (nesúhlasím, skôr nesúhlasím: 85,3 %). Rovnako, aj stolný počítač/notebook využíva len minimálna časť opýtaných respondentov na účely zdieľania (súhlasím, skôr súhlasím: 30 %). V súvislosti s uvedeným je možné konštatovať, že medzi najčastejšie využívané zariadenia na zdieľanie informácií zo strany rodičov patrí mobilné zariadenie.

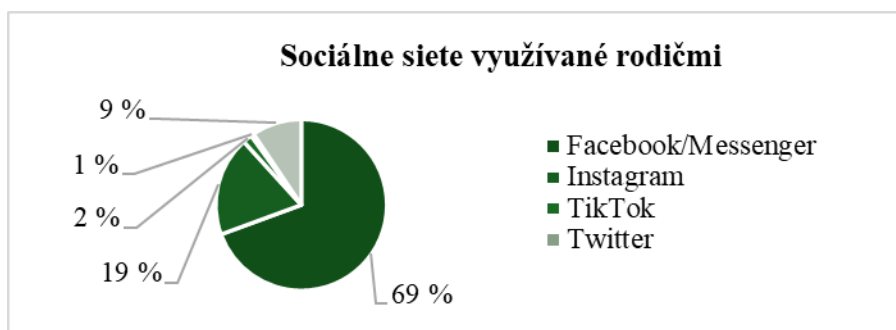


Graf 1: Preferované zariadenia rodičov pri zdieľaní na sociálnych sieťach
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Následne sme sa zamerali na *používanie sociálnych sietí*, vrátane konkrétnych sociálnych platforiem. Z našich zistení vyplýva (Graf 2), že dominantnou platformou je Facebook/Messenger, ktorý uprednostňuje väčšina

respondentov (69 %), ďalej druhou najpoužívanjšou platformou u skúmaných rodičov je Instagram (19 %). Menej preferovanými pre rodičovské zdieľanie je WhatsApp (9 %), pravdepodobne z dôvodu, že slúži skôr pre vzájomnú komunikáciu a prípadné skupinové zdieľanie informácií o dieťati, nie je však možné budovať akýsi „sociálny profil“ vo formáte denníka, ktorý je prístupný širšej verejnosti. Rovnako aj TikTok (2 %) či Twitter (1 %). Aj keď sú tieto platformy v súčasnosti vnímané ako „trendové“ v online prostredí, na základe našich zistení sa domnievame, že v dominujúcej skupine respondentov stredného veku (31 – 41 rokov) nie sú preferované najmä na účel zdieľania informácií, fotografií a videí o vlastnom dieťati.

V súvislosti s uvedeným sme zisťovali, aké je nastavenie profilu u opýtaných respondentov na sociálnych platformách, ktoré umožňujú zverejňovať informácie o dieťati a umožňujú opätovný prístup či už k popisom, fotografiám, videám a i. Je alarmujúce, že až 18 % respondentov má „verejný profil“ bez obmedzení, ktorý ponúka informácie o dieťati prakticky komukoľvek, kto si ich na sociálnej platforme vyhľadá. Následne síce viac ako polovica respondentov (54 %) má nastavený profil tak, aby bol viditeľný iba priateľom, ako aj viditeľnosť pre priateľov mojich priateľov, ale aj tu vidíme riziko ďalšieho šírenia informácií o dieťati bez kontroly zo strany rodiča. Len 28 % rodičov má súkromný profil, ktorý funguje so značným obmedzením – príspevky sú viditeľné len pre priateľov alebo len pre samotného rodiča so zamknutím príspevku, či už ide o popis, fotografiu alebo video. Získané výsledky ukazujú, že prevažná väčšina respondentov uprednostňuje využívanie sociálnych sietí v rámci nastavení, ktoré zabezpečujú súkromie a obmedzený prístup k zdieľanému obsahu.



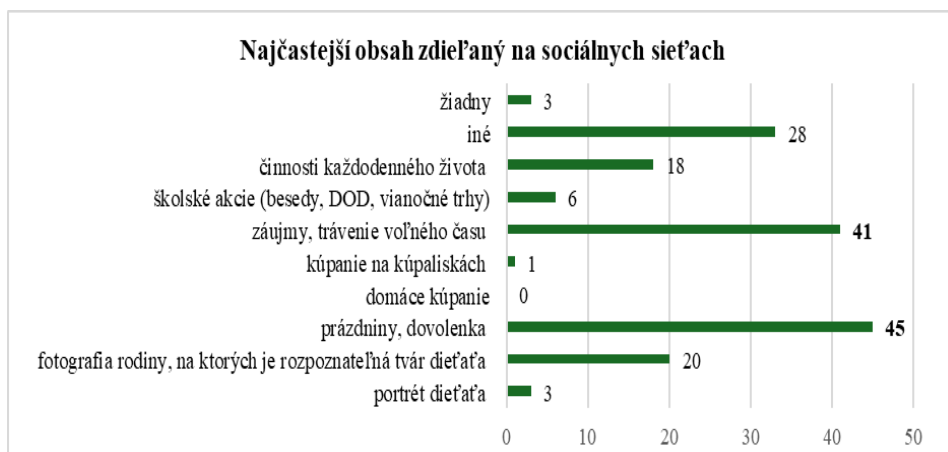
Graf 2: Preferované platformy pre zdieľanie detského obsahu rodičmi
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Druhý okruh výrokov sa zameriaval na **obsah, frekvenciu a motívy**, v súvislosti s rodičovským zdieľaním na sociálnych sieťach.

Z analyzovaných dát vyplýva, že existujú rôzne typy obsahu, ktorý rodičia zdieľajú na sociálnych sieťach o svojich deťoch (Graf 3). Najčastejšie respondenti zdieľajú fotografie a zážitky z prázdnin alebo dovolení, ktoré

uvádza 27 % respondentov z celkového počtu. Ďalším frekventovane zdieľaným typom obsahu sú záujmy a trávenie voľného času, ktoré uviedlo až 25 % respondentov. Z uvedeného vyplýva, že respondenti na sociálnych sieťach najčastejšie zdieľajú obsah, ktorý súvisí s ich osobným životom. Najmä fotografie a zážitky z prázdnin a spôsoby trávenia voľného času, čo poukazuje na potrebu zdieľať pozitívne, príjemné a často vizuálne atraktívne momenty, ako aj snahu prezentovať svoju identitu, hodnoty a životný štýl.

Tretím najpočetnejším typom sú iné druhy obsahu, ktoré uviedlo 17 % respondentov (bez ďalšej konkretizácie). Ďalej nasledujú činnosti každodenného života (11 %), fotografie rodiny s rozpoznateľnou tvárou dieťaťa (12 %) a i. Skutočnosť, že kategórie ako domáce kúpanie a kúpanie na kúpaliskách majú prakticky nulové zastúpenie, možno hodnotiť ako pozitívne zistenie. Naznačuje to, že rodičia si uvedomujú citlivosť tohto typu obsahu a pristupujú k zverejňovaniu fotografií detí s väčšou obozretnosťou. Vyhybanie sa zdieľaniu intímnych alebo potenciálne zneužitelných situácií prispieva k ochrane súkromia a bezpečnosti detí v online priestore.



Graf 3: Najčastejšie rodičmi zdieľaný obsah na sociálnych sieťach
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Rovnako významným faktorom je aj frekvencia, s akou rodičia zdieľajú informácie na sociálnych sieťach, či už týkajúce sa ich samých alebo ich dieťaťa. Väčšina respondentov zdieľa informácie vo všeobecnosti na sociálnych sieťach menej než raz za týždeň (40,59 % respondentov) alebo nikdy resp. takmer nikdy (43,53 % respondentov). Tieto dve kategórie predstavujú 143 respondentov, čo je približne 84 % celkového počtu, čo je nesporne pozitívnym zistením. Len menšia časť rodičov zdieľa obsah na sociálnych sieťach častejšie, t. j. aktívne v pravidelných intervaloch.

V nadväznosti na predchádzajúcu otázku sa ďalšia zameriava na frekvenciu, s akou rodičia zverejňujú informácie o svojom dieťati na sociálnych

sieťach. Viac ako polovica respondentov (67 %) uviedla, že informácie o svojom dieťati nezdieľajú (nikdy alebo takmer nikdy). Ďalšie zistenia potvrdzujú, že len menšia časť rodičov zdieľa informácie o svojich deťoch na sociálnych sieťach pravidelne. Časť respondentov (25 %) zdieľa obsah menej než raz za týždeň, pričom len veľmi malá skupina preferuje týždennú alebo dennú aktivitu v zverejňovaní. Uvedené zistenia poukazujú na zodpovedný prístup rodičov v rámci zdieľania osobných informácií svojich detí v online priestore, pričom frekvencia takýchto zverejnení zostáva relatívne nízka.

Tabuľka 1: Frekvencia zdieľania v týždennom intervale

Frekvencia (vo všeobecnosti)	Počet respondentov (n)
Nikdy alebo takmer nikdy	74
Menej ako raz za týždeň	69
1 alebo 2 krát za týždeň	10
3 alebo 4 krát za týždeň	11
Každý deň	6
Frekvencia (o dieťati)	Počet respondentov (n)
Nikdy alebo takmer nikdy	114
Menej ako raz za týždeň	43
1 alebo 2 krát za týždeň	6
3 alebo 4 krát za týždeň	5
Každý deň	2

V rámci nášho výskumu sme analyzovali aj motívy zdieľania informácií na sociálnych sieťach (Tabuľka 2). Na základe získaných údajov sme identifikovali, že najčastejším motívom respondentov bolo vytváranie albumu na vlastnom profile (32 % respondentov). Druhým najvýznamnejším motívom bolo zdieľanie obsahu s cieľom, aby priatelia mohli spoznať ich dieťa, čo deklarovalo 24 % respondentov. Nasledovala skupina respondentov, ktorí uviedli zámer zabaviť svojich priateľov (18 % respondentov). Menšie podskupiny predstavovali respondenti, ktorí zdieľali fotografie za účelom poskytovania rodičovskej pomoci alebo rád (6 %), tí, ktorí nezdieľali fotografie dieťaťa alebo detí (10 %), respondenti zdieľajúci fotografie kvôli rodinným dôvodom (2 %) a ďalší s rôznymi inými motívmi (7 %). Celkovo možno konštatovať, že väčšina účastníkov preferuje osobné archivovanie prostredníctvom sociálnych sietí. Rodičia často využívajú tieto platformy najmä na osobné uchovávanie spomienok (albumy) a zároveň majú záujem o sociálne prepojenie, teda chcú, aby ich priatelia mali možnosť spoznať ich deti. To naznačuje, že sociálne siete slúžia pre rodičov nielen ako digitálny archív, ale aj ako nástroj na budovanie a udržiavanie medziludských vzťahov.

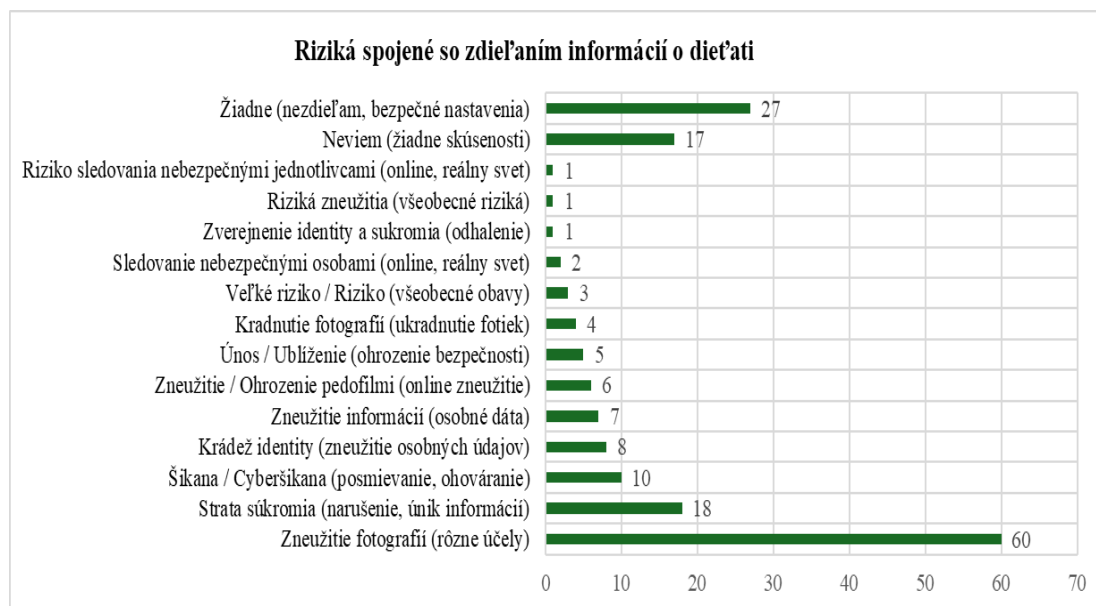
Tabuľka 2: Motív zdieľania fotografií, videí, informácií o dieťati na sociálnych sieťach

Motív	Počet respondentov (n)
Zdieľam kvôli rodine	4
Chcem si vytvoriť album na svojom profile	55
Chcem poskytnúť rodičovskú radu/pomoc	10
Chcem, aby moji priatelia poznali moje dieťa	40
Nezdieľam fotografie dieťaťa/detí	18
Chcem zabaviť priateľov	20
Iné	12

Zdieľanie informácií o deťoch na sociálnych sieťach so sebou prináša viaceré **riziká**, ktoré zasahujú do ich súkromia, bezpečnosti a celkovej ochrany osobných údajov (Graf 4).

Najčastejšie identifikovanou obavou je na základe otvorenej položky predloženého dotazníka *zneužitie fotografií*, ktoré uviedlo 35 % respondentov. Toto riziko z pohľadu rodičov zahŕňa neoprávnené šírenie fotografií (po stiahnutí) alebo ich využitie v kontexte pornografie. Ako uvádzajú skúmaní rodičia, „nikdy nevieme, kto si fotografie dieťaťa prezerá“ a „nie každý virtuálny priateľ je aj skutočným priateľom, a tak hrozí zneužitie fotografií“. Zároveň, získané odpovede naznačujú, že často považujú zdieľanie obsahu prostredníctvom dočasných príbehov na sociálnych sieťach (napr. dostupných len 24 hodín) za bezpečnejšiu formu prezentácie dieťaťa a vnímajú ho ako spôsob, ktorým môžu minimalizovať riziká spojené so zverejňovaním detských fotografií, resp. ako formu ochrany dieťaťa pred potenciálnymi hrozbami.

Ďalším významným rizikom je *strata súkromia* (dieťaťa, ako aj celej rodiny), ktorú spomenulo 11 % respondentov, vrátane možného úniku osobných údajov a narušenia osobného priestoru dieťaťa. Z pohľadu respondentov ohrozenie spočíva v tom, že potenciálny prenasledovateľ môže prostredníctvom sociálnych sietí odhaliť identitu rodiča (napr. meno), ako aj dieťaťa, a následne osloví dieťa v mene rodiča so škodlivým zámerom. Zároveň, respondenti uvádzajú, že ide o markantný zásah do súkromia, nakoľko nemajú dostatočnú kontrolu nad tým, kto a za akým účelom sleduje ich profil, a informácie, ktoré zdieľajú.



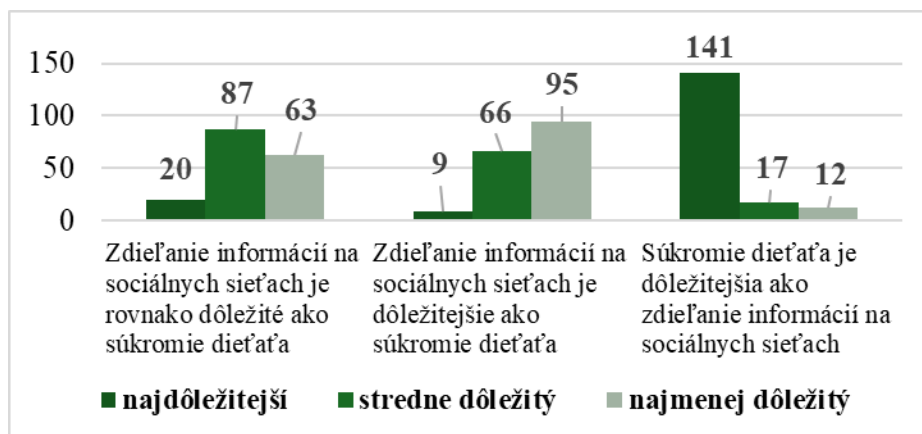
Graf 4: Riziká spojené so zdieľaním informácií o dieťati na sociálnych sieťach
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Menej časté, no stále relevantné riziká predstavujú *šikana a kyberšikana* (6 %), zdieľané informácie môžu byť neskôr pre dieťa zahanbujúce, môžu byť predmetom posmievania, ohovárania, fyzického či psychického ublíženia, ako aj nezdravého porovnávania. Rovnako aj *krádež identity* (5 %) či nástroje umelej inteligencie, „ktoré môžu byť využité na klonovanie hlasu cez nástroj „Editee“, s využitím na podvodné reklamy alebo telefonáty“. Rovnako aj *zneužitie osobných informácií a ohrozenie bezpečnosti dieťaťa* (4 %), napríklad sledovanie dieťaťa s úmyslom zneužiť ho na sexuálne účely, vrátane *rizika pedofílie a groomingu* (3 %).

V záverečnej časti nášho výskumu sme zisťovali, ako hodnotia respondenti samotné sociálne siete v kontexte vlastného vnímania a **súkromia dieťaťa**. Na základe Grafu 5, ktorý znázorňuje rozdelenie výrokov podľa ich dôležitosti z pohľadu preferencií respondentov, je zrejmé, že väčšina rodičov považuje ochranu súkromia dieťaťa za dôležitejšiu než zdieľanie informácií na sociálnych sieťach, tento výrok označilo ako najdôležitejší 83 % respondentov.

Druhým najčastejšie preferovaným výrokom bolo tvrdenie, že zdieľanie informácií na sociálnych sieťach je rovnako dôležité ako súkromie dieťaťa. Tento názor označilo za najdôležitejší 12 % respondentov, ako stredne dôležitý ho vnímalo 51 % respondentov a ako najmenej dôležitý ho označilo 37 % respondentov. Naopak, tvrdenie, že zdieľanie informácií je dôležitejšie než súkromie dieťaťa, bolo zastávané len malou skupinou respondentov. Za najdôležitejšie ho označilo 5 % rodičov, 39 % rodičov ho vnímalo ako stredne dôležité a až 56 % ho zaradilo medzi najmenej dôležité.

Z uvedených údajov vyplýva, že väčšina respondentov preferuje ochranu súkromia detí pred zverejňovaním informácií a obrazového materiálu na sociálnych sieťach. Naopak, iba menšia časť respondentov pripisuje vyššiu dôležitosť samotnému zdieľaniu obsahu, čo je nesporne pozitívnym zistením. Výsledky však môžu byť do určitej miery ovplyvnené v dôsledku tzv. „sociálnej žiadúcnosti“, teda snahou respondentov prezentovať sa ako sa „patrí“ a „očakáva“, a nie nevyhnutne podľa svojho reálneho správania, čo môže viesť k odchýlkam medzi deklarovaným postojom a skutočnosťou.



Graf 5: Výroky o sociálnych sieťach zoradené podľa dôležitosti
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Záver

Sharenting ako dynamický fenomén súčasnosti vyvoláva potrebu ďalších výskumných reflexií a medziodborových diskusií (nielen) v rámci domácej proveniencie. Prináša mnohé nezodpovedané otázky týkajúce sa rodiny v celej svojej komplexnosti, ako aj dlhodobých dôsledkov zdieľaného obsahu na deti, ich právo na súkromie a formovanie ich digitálnej identity.

Z výsledkov výskumu vyplýva, že hoci väčšina rodičov prezentuje zodpovedný prístup k zdieľaniu informácií o svojich deťoch na sociálnych sieťach, v realite ide často o nevedomé konanie. Pocit zodpovednosti sa často obmedzuje len na technické nastavenia súkromia, bez dôslednejšieho pochopenia potenciálnych rizík a dlhodobých dôsledkov. Zároveň, rodičovské povedomie je neustále formované „spoločenskými trendmi“, a tak výskum zdôrazňuje potrebu ďalšej edukácie rodičov v oblasti digitálnej gramotnosti, súkromia detí a etiky zdieľania, aby rodičia dokázali zodpovedne a kriticky zvážiť osobnú potrebu zdieľania so záujmami a právami svojich detí.

Skúmaní respondenti najčastejšie využívajú mobilné zariadenia a preferujú platformy ako Facebook a Instagram. Obsah zdieľaných príspevkov je prevažne pozitívny a vizuálne príťažlivý, zároveň súvisí s prezentáciou „rodičovskej identity“. Zdieľaný obsah sa zameriava najmä na pozitívne

a vizuálne atraktívne momenty zo spoločného voľného času. Celkovo to svedčí o tom, že aj rodičia na sociálnych sieťach uprednostňujú zdieľanie obsahu, ktorý ich osobne reprezentuje a môže vyvolať pozitívnu odozvu od ostatných (napr. lajky, komentáre, uznanie). Môže to tiež súvisieť s túžbou po spoločenskom uznaní, inšpirovaní iných alebo udržiavaní kontaktu so známymi.

Najčastejším motívom pre zdieľanie bolo vytváranie digitálneho „rodinného albumu“. Frekvencia zdieľania obsahu o deťoch na sociálnych sieťach je podľa našich zistení vo všeobecnosti nízka. Z pohľadu frekvencie väčšina rodičov zverejňuje príspevky o deťoch len zriedkavo, čo je možné vnímať ako prejav uvedomelého prístupu v oblasti ochrany detského súkromia.

Rodičia si do určitej miery uvedomujú možné riziká sharentingu, ale nie vždy tieto riziká reflektujú v nastaveniach svojich účtov alebo v type zverejňovaného obsahu. Je otázne, či si rodičia uvedomujú skutočný rozsah zdieľania svojich príspevkov aj v prípade, že majú profil nastavený ako „viditeľný pre priateľov“ alebo „priateľov priateľov“. Tieto nastavenia totiž neznamenajú plnú kontrolu nad tým, kto sa k obsahu reálne dostane – najmä ak ide o vizuálny materiál, ktorý možno jednoducho uložiť, zdieľať ďalej mimo platformy alebo zneužiť. V mnohých prípadoch tak dochádza k nevedomému oslabeniu súkromia dieťaťa, a to aj napriek tomu, že rodičia považujú svoje konanie za dostatočne chránené. Tieto zistenia zároveň poukazujú na rozdiel medzi technickým zabezpečením súkromia a subjektívnym vnímaním bezpečnosti – rodičia môžu byť presvedčení, že chránia svoje dieťa, aj keď ich nastavenia v skutočnosti umožňujú prístup širšiemu publiku.

Rodičia ako najvýznamnejšie riziká identifikovali predovšetkým *zneužitie fotografií a stratu súkromia*. Ich odpovede zároveň potvrdili, že väčšina z nich vníma ochranu súkromia dieťaťa ako dôležitejšiu než samotné zdieľanie na sociálnych sieťach.

Uvedené zistenia môžu do určitej miery naznačovať rastúce povedomie rodičov o potrebe ochrany súkromia detí a snahu minimalizovať ich digitálnu stopu v online prostredí, avšak nie je možné jednoznačne potvrdiť jednotný postoj k zdieľaniu u všetkých rodičov. Analyzované výsledky preto otvárajú nové otázky, najmä v súvislosti s potrebou digitálneho vzdelávania rodičov, či už v oblasti ochrany detských údajov a dôsledkov zdieľania obsahu v online prostredí, ako aj v rámci zvyšovania digitálnej gramotnosti rodičov a ich zodpovednosti pri vytváraní online identity svojich detí.

Na základe prezentovaných výsledkov výskumu formulujeme nasledujúce **odporúčania** vo viacerých rovinách:

- Apelovať na *uvedomelé zdieľanie* fotografií a ďalších informácií o dieťati, ktoré sú rešpektujúce, neodhaľujú citlivé údaje a neznižujú dôstojnosť dieťaťa v longitudinálnom ponímaní. Podľa Kopeckého a kol. (2020) nie je vhodné zdieľať príliš osobné fotografie v zmysle uvádzania fotografií dieťaťa na nočníku, nahých fotiek, zamazaných detí od jedla a pod.
- Vopred zvážiť *nastavenia súkromia profilu* rodiča, a tak korigovať prístup k zdieľanému obsahu. Podľa Kopeckého a kol. (2020) je vhodné si uvedomovať odlišnosť vnímania, a to, že každý človek môže pochopiť fotografiu iným spôsobom a inak s ňou v online prostredí narábať.

- Rodičia by mali *rešpektovať právo dieťaťa na súkromie*, a s tým súvisiaci súhlas či nesúhlas so zverejňovaním digitálneho obsahu, a to vrátane obrazového materiálu, osobných úspechov či ďalších informácií o jeho živote.
- *Podporovať digitálnu gramotnosť* rodičov prostredníctvom osvetových kampaní, workshopov či edukačných materiálov, ktoré by im pomohli lepšie nastavovať súkromie na sociálnych sieťach a uvedomelo pristupovať k digitálnemu obsahu. Ako píše Steinberg (2017), rodičia by sa mali oboznamovať so zásadami ochrany osobných údajov, ako napr. nastaviť si upozornenie, keď sa meno ich dieťaťa zobrazí vo výsledkoch vyhľadávania Google a i.
- *Viesť otvorený dialóg* o zodpovednom používaní sociálnych médií, nielen medzi odborníkmi a rodičmi, ale aj v školách a komunitách, kde sa témy ochrany detského súkromia môžu stať súčasťou prevencie a výchovy. *Zvýšiť informovanosť rodičov* o rizikách spojených so zdieľaním detského obsahu na sociálnych sieťach – najmä v súvislosti s možným zneužitím fotografií, narušením súkromia či stratou kontroly nad osobnými údajmi dieťaťa. Podľa Gužíkovej a Bielčikovej (2024), by mali rodičia vyhľadávať informačno-edukatívny materiál o danej problematike, využívať obranné stratégie na ochranu súkromia detí, ako úprava fotografie či cenzúra.
- *Zdôrazniť potrebu legislatívnych zmien*, ktoré by reagovali na riziká plynúce z rastúceho zdieľania detského obsahu v digitálnom prostredí. Navrhovaná legislatíva by mala reflektovať najmä právo dieťaťa na súkromie, digitálnu identitu a ochranu pred neoprávneným zverejňovaním osobných údajov, a to aj zo strany zákonných zástupcov.

Bibliografia

- Baron-Polańczyk, E. and Nowak-Łojewska, A. (2022). Pokolenie Alfa w szkole. Działania projektowo-wdrożeniowe z wykorzystaniem ICT. *Problemy Wczesnej Edukacji*, vol. 55, no. 2, pp. 94-105.
<https://doi.org/10.26881/pwe.2022.55.07>
- Bessant, C. (2018). Sharenting: balancing the conflicting rights of parents and children. *Communications Law*, vol. 23, no. 1.
<https://researchportal.northumbria.ac.uk/en/publications/sharenting-balancing-theconflicting-rights-of-parents-and-children>
- Blum-Ross, A. and Livingstone S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, vol. 15, no. 2, pp. 110-125. <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1223300>
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: Sharenting as a growing trend among parents on facebook. *The New Educational Review*, vol. 43, no. 1, pp. 225-235. ISSN 1732-6729.
<https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19>
- Brown, D. and Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing: Who Really Influence, Your Customers?* Oxford: Elsevier, 250 p.
ISBN 978-0-7506-8600-6.

- Cataldo, I. et al. (2022) From the Cradle to the Web: The Growth of “Sharenting”—A Scientometric Perspective. *Human Behavior and Emerging Technologies*, pp. 1-12. <https://doi.org/10.1155/2022/5607422>
- Cino, D. (2022). Beyond the Surface: Sharenting as a Source of Family Quandaries: Mapping Parents’ Social Media Dilemmas. *Western Journal of Communication*, vol. 86, no. 1, pp. 128-153. ISSN 1057-0314. <https://doi.org/10.1080/10570314.2021.2020891>
- Esfandiari, M. and Yao, J. (2023). Sharenting as a double-edged sword: evidence from Iran. *Information, communication & society*, vol. 26, no. 15, pp. 2942-2960. ISSN 1369-118X. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2129268>
- Glaser, K. et al. (2013). *Grandparenting in Europe: family policy and grandparents’ role in providing childcare*. ISBN 978-0-9573281-3-6. <https://kinship.org.uk/wp-content/uploads/2024/09/Grandparenting-in-Europe-family-policy-and-grandparents-role-in-providing-childcare-English-2013-report.pdf>
- Gužíková, L. a Bielčíková, K. (2024). Sharenting, digitálne rodičovstvo a súkromie detí v ére sociálnych médií. *Bezpečnosť detí v digitálnom priestore : Zborník z konferencie, ktorá sa konala 6. februára 2024 na Katolíckej univerzite v Ružomberku*, s. 85-98. ISBN 978-80-561-1118-5. https://euko.ku.sk/wp-content/uploads/2025/01/almasiova_horvathova_elektronicky_bezpecnost_deti_zbornik-s.pdf
- Hartl, P. a Hartlova, H. (2015). *Psychologický slovník*. Praha: Portál. 776 s. ISBN 9788026208730.
- Ježek, V. a Jiráček, J. (2014). *Media a my: Management umění – umění managementu*. Praha: Akademie múzických umění, 147 s. ISBN 978-80-7331-304-3.
- Jorge, A., Marôpo, L., Coelho, A. M. and Novello, L. (2022). Mummy influencers and professional sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, vol. 25, no. 1., pp. 166-182. <https://doi.org/10.1177/13675494211004593>
- Kopecký, K. (2019). Jste rodiče? A jste aktivní v prostředí internetu? Možná i vy provozujete sharenting. *E-Bezpečí*, roč. 4, č. 1, s. 12-19. Olomouc: Univerzita Palackého. ISSN 2571-1679. <https://www.ebezpeci.cz/index.php?view=article&id=1405>
- Kopecký, K. a kol. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, vol. 110. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104812>
- Laj-ling Čung, A. (2023). Responsible “Sharenting” for Protecting Children’s Digital Privacy. *Hong Kong Lawyer*. ISSN 1025-9554. <https://www.hk-lawyer.org/content/responsible-%E2%80%9Csharenting%E2%80%9Dprotecting-children%E2%80%99s-digital-privacy>

- Latipah, E. et al. (2020). Elaborating Motive and Psychological Impact of Sharenting in Millennial Parents. *Universal Journal of Educational Research*, vol. 8, no. 10, pp. 4807-4817.
<https://doi.org/10.13189/ujer.2020.081052>
- Lazard, L. et al. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day-to-day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, vol. 13, no. 4. ISSN 1751-9004. <https://doi.org/10.1111/spc3.12443>
- Le Moignan, E., Lawson, S., Rowland, D. A., Mahoney, J. and Briggs, P. (2017). Has Instagram Fundamentally Altered the 'Family Snapshot'? *CHI '17: Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 4935-4947.
<https://doi.org/10.1145/3025453.3025928>
- Maltz Bovy, P. (2013). The Ethical Implications of Parents Writing About Their Kids. *The Atlantic*. <http://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/01/the-ethical-implications-of-parents-writing-about-their-kids/267170/>
- Nikolaevna, L. D. (2022). Psikhologo-pedagogicheskijj portret pokolenija Alfa. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 28, no. 4, pp. 5-12. <https://vestnikpip.ksu.edu.ru/attachments/article/943/Danilova-LN-vestnik-pip-2022-4-ru.pdf>
- Pospíšilová, M. (2016). *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Nakladatelství Karolinum. ISBN 978-80-246-3306-0.
- Schirmer, M. et al. (2024). More Skin, More Likes! Measuring Child Exposure and User Engagement on TikTok. *Computers and Society*.
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2408.05622>
- Sloboda, Z. (2013). Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 246 s. ISBN 978-80-244-4496-3.
- Spitzer, M. (2016). *Kybernemoc!* Brno: Host, s.r.o., 391 s. ISBN 978-80-7491-792-9.
- Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media. *Emory Law Journal*, vol. 66, no. 4, pp. 839-884. Available from: <https://scholarlycommons.law.emory.edu/elj/vol66/iss4/2>
- Stek, N. (2022). Sharenting jako aktywność rodziców w sieci na przykładzie portalu społecznościowego Instagram. *Internet jako przestrzeń relacji społecznych - szanse, ograniczenia, perspektywy*. Wydawnictwo KUL. ISBN 978-83-8061-976-0.
- TASR. (2023). *NBÚ varuje rodičov pred zverejňovaním fotiek detí na sociálnych sieťach*. Dostupné na: <https://www.teraz.sk/import/nbu-varuje-rodicov-pred-zverejnovani/734580-clanok.html>
- Thompson, A. (2018). Study on The Alpha Generation And The Reflections of Its Behavior in the Organizational Environment. *Journal of Research in Humanities and Social Science*, vol. 6, no. 1, pp. 9-19.
<https://www.questjournals.org/jrhss/papers/vol6-issue1/C610919.pdf>

- Tomšík, R., (2019). *Úvod do metodológie výskumu pre pomáhajúce profesie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 160 s. ISBN 978-80-558-1385-1.
- Turzák, T. a Kurincová, V. (2022). *Rodinné prostredie a rodinná výchova pre učiteľov*. Nitra: UKF. 152 s. ISBN 978-80-558-1932-7.
- Van den Abeele, E. et al. (2023). Child's privacy versus mother's fame: Unravelling the biased decision-making process of momfluencers to portray their children online. *Information, Communication & Society*, vol. 27, no. 2, pp. 297-313.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2205484>
- Zákon č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

PaedDr. Libuša Gužíková, PhD.

Katedra pedagogiky

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Pedagogická fakulta

Dražovská 4, 949 01 Nitra

lguzikova@ukf.sk

Mgr. Peter Madaj

Špeciálna základná škola

Zvolenská cesta 39

984 01 Lučenec

madaj.peter20@gmail.com