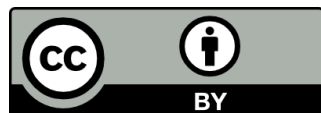


JUSTYNA OMELJANIUK  
Doktor nauk prawnych  
Uniwersytet w Białymstoku  
ORCID: 0000-0002-8206-5304  
e-mail: omejustyna@gmail.com  
DOI: 10.5281/zenodo.20961083



## SHARENTING – NOWA PATOLOGIA SPOŁECZNA CZY NOWE POTENCJALNE PRZESTĘPSTWO? – WYBRANE ASPEKTY SPOŁECZNE, KRYMINOLOGICZNE I PRAWNE ZJAWISKA

Sharenting – a new social pathology or a new potential crime? – selected social, criminological, and legal aspects of the phenomenon

### Abstrakt

Celem niniejszego opracowania jest udzielenie odpowiedzi na pytanie, czym w istocie jest zjawisko „sharentingu”. Czy stanowi ono patologię społeczną, czy też załamek nowego rodzaju czynu zabronionego? Opracowanie podzielono na trzy części. Pierwsza z nich zawiera syntetyczny opis głównych aspektów składających się na zjawisko „sharentingu”. Kolejna część, w oparciu o definicję i elementy składowe pojęcia patologii społecznej, podejmuje próbę ustalenia, czy istnieją punkty wspólne między tymi dwoma pojęciami, a tym samym – czy zjawisko „sharentingu” można, przynajmniej częściowo, traktować jako nowy rodzaj patologii społecznej. W ostatniej części tekstu głównego rozważono wyzwania związane z ewentualną regulacją prawną lub nawet kryminalizacją wybranych aspektów omawianego zjawiska.

**Słowa klucze:** sharenting, wizerunek dziecka, troll parenting, prawo karne, patologie społeczne

### Abstract

The purpose of this study is to answer the question of what the phenomenon of sharenting actually is. Is it a social pathology or the beginning of a new type of prohibited act? The study is divided into three parts. The first provides a synthetic description of the main aspects comprising the phenomenon of sharenting. The next part, drawing on the definition and components of the concept of social pathology, attempts to determine whether there are any common elements between these two concepts, and thus whether the phenomenon of sharenting can be, at least in part, treated as a new type of social pathology. The final part of the main text considers the potential challenges of potential legal regulation or even criminalization of selected aspects of the phenomenon in question.

**Keywords:** sharenting, image of a child, troll parenting, criminal law, social pathologies

## 1. Wprowadzenie

Utrwalanie wizerunku danej osoby np. dziecka nie jest zjawiskiem nowym, wcześniej nieznanym. Malowanie portretów władców, ważnych osób, członków ich rodzin - miało już miejsce wiele wieków temu. Niewątpliwym krokiem milowym był, jednakże rozwój fotografii - najpierw w formie analogowej, a następnie – cyfrowej. Jednakże, o ile w przypadku malowanych portretów czy fotografii analogowych zgromadzonych w albumach - grono osób będących odbiorcami tych treści było w znacznym stopniu ograniczone, o tyle w przypadku fotografii cyfrowej, zwłaszcza w dobie Internetu i *social* mediów – zakres odbiorców konsumujących takie treści - staje się praktycznie nieograniczony.

Teoretycznie, jeżeli utrwalane treści czy wizerunek nie naruszają niczyich praw – nie ma podstaw do upatrywania problemu w tym zakresie. Co jednak w przypadku odwrotnym, kiedy to udostępniane materiały godzą w czyjeś dobra? O ile nieodpowiedni obraz można było schować np. na strychu, a album ze zdjęciami w czeluściach szuflady, o tyle raz zamieszczonego w sieci materiału niestety tak łatwo ukryć się nie da.

Kwestie wskazane w powyższych akapitach wydają się klarowne i bezdyskusyjne, jednakże okazuje się, że chęć pochwalenia się urokami rodzicielstwa może je niekiedy przysłonić. Coraz częściej w przestrzeni medialnej poruszane jest bowiem zagadnienie *sharentingu*. Celem niniejszego artykułu jest podjęcie próby odpowiedzi na zadane w jego tytule pytanie - czy *sharenting* to nowa patologia społeczna, czy być może załączek na nowe potencjalne przestępstwo? Ażeby spróbować podjąć się przynajmniej częściowej odpowiedzi na tak sformułowane pytanie – niniejszy artykuł usystematyzowano w ramach trzech następujących płaszczyzn: krótkiej charakterystyki zjawiska, zestawienia cech zjawiska z definicją patologii społecznej oraz rozważań nad możliwością uregulowania prawnego tego zjawiska.

## 2. Krótka charakterystyka zjawiska *sharentingu*

Jak wskazuje A. Sobczak nazwa analizowanego zjawiska wywodzi się ze zbitki wyrazowej dwóch pojęć, a mianowicie *share* tłumaczonego jako „dzielić się” i *parenting* wyjaśnianego jako „rola rodzicielska”. Co ciekawe, nazwa ta miała pojawić się w 2013 r., a już dwa lata później tj. w 2015 r. – miała zostać wykorzystana w pierwszej publikacji naukowej<sup>1</sup>.

Poza etymologią samego pojęcia, która rzuca już nieco światła na kierunek analizowanego zagadnienia - warto jednak zwrócić szerszą uwagę na definicję *sharentingu*. Najogólniej rzecz ujmując mowa o „nadmiernym udostępnianiu w sieci wirtualnej wizerunku swojego dziecka i informacji z nim związanych”<sup>2</sup>. Nieco szerszą, lecz w tożsamym tonie definicję skonstruowała A. Borkowska interpretując to pojęcie, jako „regularne zamieszczanie przez rodziców w Internecie, głównie na portalach społecznościowych (takich jak Facebook,

---

<sup>1</sup> A. Sobczak, *Zjawisko sharentingu – między prawem do prywatności dziecka a aktywnością rodziców w mediach społecznościowych*, „Studia Edukacyjne” 2023, nr 71, s. 94.

<sup>2</sup> A. Hernacka-Janikowska, *(Nie)bezpieczeństwo dziecka w sieci – analiza krytyczna zjawiska sharentingu, troll parentingu i monetyzacji wizerunku dziecka*, „Studia Prawnoustrojowe” 2023, nr 61, s. 78.

Instagram czy też zyskującym na popularności w ostatnich latach Tik Toku), blogach, forach dyskusyjnych szczegółowych informacji, zdjęć i filmów z życia dzieci”<sup>3</sup>.

W obu przytoczonych definicjach zauważyć można elementy wspólne określające miejsce (Internet, różne platformy *social media* etc.), rodzaj udostępnianych materiałów z wizerunkiem dziecka (zdjęcia, filmy etc.) oraz grupę podmiotów, których wizerunek jest udostępniany (dzieci), a także podmiotów udostępniających (rodziców). Elementami nieco odmiennymi natomiast są te, określające intensyfikację analizowanego zjawiska. W przytoczonych definicjach intensyfikacja ta określana jest jako nadmierna, regularna. Pierwsze ze wskazanych pojęć niewątpliwie posiada wydźwięk negatywny. Czynienie bowiem czegoś w sposób nadmierny przez daną osobę może stać się niewątpliwie czymś uporczywym, negatywnym dla innej osoby (tutaj dziecka). Natomiast, drugie z wymienionych pojęć – również wskazuje na powtarzalność, a nie incydentalność analizowanego zjawiska.

Jak można zauważyć, analizując już dostępną literaturę przedmiotu – *sharenting* nie jest zjawiskiem jednolitym. Wyróżnia się już bowiem kilka jego podtypów takich jak: *parental trolling*, *commercial sharenting*, *prenatal sharenting* czy *family sharenting*. Już samo powierzchowne zapoznanie się z wymienionymi nazwami podtypów *sharentingu*, zwłaszcza nazewnictwem ostatniego z wymienionych – wskazuje, że nie zawsze (choć najczęściej) to rodzic jest podmiotem udostępniającym w sieci treści odnośnie do dzieci. W przypadku *family sharentingu* – treści udostępniane są przez innych niż rodziców członków rodziny.

Z kolei, *prenatal sharenting* często można zaobserwować w *social* mediach w formie postu czy *stories*, w których przyszli rodzice oznajmują swoje oczekiwanie na pociechę pokazując zdjęcie USG. Stanowi to tzw. pierwszy ślad cyfrowy dziecka, które *de facto* nie zdążyło się jeszcze narodzić, a już zaczyna funkcjonować w przestrzeni internetowej<sup>4</sup>. Badania przeprowadzone już w 2010 r. w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie, Australii, Nowej Zelandii, Japonii, Francji, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Włoszech i Hiszpanii wskazują, że 81% dzieci w wieku poniżej 2 lat ma już cyfrowy ślad stworzony przez rodziców<sup>5</sup>.

Interesującym zjawiskiem ostatnimi czasy bez wątpienia jest również dokumentowanie przebiegu ciąży, którego punktem kulminacyjnym jest udostępnianie materiałów z bezpośredniego przyjścia na świat dziecka w formie nagrywania porodu i udostępniania tego osobom z grona followersów danego influencera, co miało miejsce również w polskich *social* mediach.

Szeroko dyskutowanym w przestrzeni medialnej, również na rodzimym polu *social* mediów i pośród samych podmiotów odpowiedzialnych tj. influencerów jest *commercial sharenting*. Jego istota tkwi w wykorzystaniu wizerunku dziecka, aby uzyskać korzyść materialną, płynącą ze współprac zawieranych przez rodzica-influencera np. z producentami wózków, zabawek czy innych przedmiotów dla dzieci<sup>6</sup>.

W takim układzie nie sposób nie podkreślić, że udostępniane treści cechują się mniejszym stopniem spontaniczności uchwycenia danego momentu z życia dziecka. Mimo, że

---

<sup>3</sup> A. Borkowska, M. Witkowska, *Sharenting i wizerunek dziecka w sieci. Poradnik dla rodziców*, NASK Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2020, s. 7.

<sup>4</sup> S. Kubiak, *Sharenting – współczesne zagrożenie czy szansa?*, „Political Dialogues” 2023, nr 35, s. 52.

<sup>5</sup> M. Kierzkowska, *Sharenting – pomiędzy prawem rodzica do wyrażania siebie w mediach społecznościowych a ochroną prywatności dziecka*, „Kultura i wychowanie” 2022, nr 2/22, s. 45.

<sup>6</sup> A. Sobczak, *op. cit.*, s. 95.

przedstawiane na zdjęciach czy filmikach są sceny z tzw. dnia codziennego – są one w pewien sposób, kolokwialnie rzecz ujmując „podrasowane” tj. przedstawione z zachowaniem jak najwyższej estetyki, bez przypadkowych elementów, niespójnych z otoczeniem, z zastosowaniem odpowiedniego, często profesjonalnego oświetlenia. To takie obrazki bowiem generują najwięcej odśłon, polubień oraz komentarzy, podbijających zasięg udostępnianym treściom. W zamian autor takowych treści otrzymuje korzyść w postaci zapłaty finansowej lub reklamowanego produktu (współpraca barterowa). Oczywiście, aby nawiązanie takiej współpracy było możliwe – dany rodzic musi mieć zbudowaną wokół siebie pewną społeczność (najlepiej jak największą), która będzie zainteresowana nabyciem danego produktu<sup>7</sup>.

Bardzo niebezpiecznym z perspektywy ochrony dobrego imienia oraz zdrowia emocjonalnego dziecka wydaje się być *parental trolling*, który polega na udostępnianiu i dzieleniu się treściami, które w sposób bezpośredni kompromitują dzieci bądź ukazują trudne, wstydlive momenty z ich życia<sup>8</sup>.

W tym przypadku uwaga zamieszczona we wprowadzeniu do niniejszego artykułu wydaje się sprawdzać najbardziej. O ile nieodpowiedni obraz można było schować np. na strychu, a album ze zdjęciami w czeluściach szuflady, o tyle raz zamieszczonego w sieci materiału niestety tak łatwo ukryć się nie da. Nawet, jeżeli dziecko podjęłoby stosowne ku temu kroki – jeżeli materiał był nagrany i zamieszczony w sieci, gdy dziecko miało kilka miesięcy czy kilka lat, a w chwili podejmowania działań miałoby np. lat 11 – materiały takowe tak długo znajdowały się w przestrzeni dostępnej dla każdego, że odwrócenie skutków takiej decyzji rodziców wydaje się być praktycznie niemożliwe.

Przeglądając zarówno media krajowe, jak i zagraniczne często natrafić można na publiczne portale rodziców, którzy za zabawne uznają udostępnienie zdjęcia dziecka lub filmiku z jego udziałem w postaci np. przebranego w zabawny strój, czy dziecka strojącego dziwne miny lub płaczącego. Wielokrotnie przytaczanym przykładem jest chociażby strona internetowa *Reasons My Son Is Crying*, na której zamieszczone są zdjęcia płaczących dzieci opatrzone podpisami powodów, przez które dziecko na zdjęciu znajduje się w tak trudnej emocjonalnie chwili. Na samym Facebooku profil obserwowany jest przez 64 tys. obserwujących. Nie jest to jednak jedyna platforma, na której takowy profil funkcjonuje<sup>9</sup>.

Za przykład może też posłużyć video z YouTube, w którym 7-letni chłopczyk David wraca z ojcem samochodem od dentysty i zachowuje się (najprawdopodobniej wskutek podanych mu wcześniej medykamentów) w sposób, który wydawał się jego rodzicom zabawny. Film ma 143 mln wyświetleń<sup>10</sup>.

W wskazanym serwisie nie brakuje również kompilacji filmików, tworzonych przez inne osoby (niebędące bezpośrednimi właścicielami pierwotnych nagrań) opatrzonych tytułem rozpoczynającym się od *Try Not To Laugh...* lub *Funny kids...*, które również często zawierają nagrania z dziećmi i generują bardzo dużo wyświetleń pośród internautów np. *Try Not To Laugh*

<sup>7</sup> A. Hernacka-Janikowska, *op. cit.*, s. 79.

<sup>8</sup> B. Chrostowska, *Sharenting – skala i wielowymiarowość zjawiska (nierozważnego) ujawniania przez rodziców informacji o dzieciach w mediach społecznościowych*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2018, nr 4/43, s. 59; szerzej o kwestiach prawnych *parental trolling* zob.: F. Sztandera, M. Pająk, *Wybrane prawne aspekty zjawiska parental trolling* w sieci Internet, [w:] *Problemy nauk prawnych*, t. 12, red. K. Pujer, Wrocław 2019, s. 27-36.

<sup>9</sup> *Reasons My Son Is Crying*, <https://www.facebook.com/ReasonsMySonCry/> (dostęp: 25.02.2026 r.).

<sup>10</sup> *David After Dentist*, <https://www.youtube.com/watch?v=txqiwrbyGrs>, (dostęp: 25.02.2026 r.).

or *Grin While Watching Funny Kids Vines - Best Viners 2021* (97 mln wyświetleń)<sup>11</sup> czy *Funny Kid Fails That Caught On Camera - Try Not To Laugh* (w 9 miesięcy zgromadził 886 tys. wyświetleń)<sup>12</sup>.

Warto też wskazać, że w dzisiejszych czasach wizerunek dzieci publikowany jest także przez placówki oświatowe np. przedszkola czy szkoły. Publikowane są bowiem zdjęcia/nagrania z uroczystości, apeli czy wystawianych przedstawień np. na dzień babci czy dziadka. Materiały takie znajdują się wtedy zarówno na oficjalnych stronach internetowych placówek, jak i ich *social mediach*<sup>13</sup>. Co prawda, treści takie publikowane są w oparciu o wcześniejszą pisemną zgodę rodzica, lecz pojawia się pytanie czy w przypadku starszych dzieci np. już nastoletnich nie powinna być pozyskiwana oddzielnie i ich zgoda w tym zakresie. W tym aspekcie zastanawiające może być również to, jaki odsetek rodziców faktycznie nie ma nic przeciwko publikacji wizerunku dziecka, a jaki nie jest do tego przekonany, lecz wyraża na to zgodę, aby dziecko nie zostało w jakikolwiek sposób wykluczone z grupy rówieśniczej.

Wydaje się, że pierwotna i najczęstsza motywacja rodziców do udostępniania wizerunku swoich dzieci w sieci, w tym w mediach społecznościowych jest prosta do określenia. Chcą się oni po prostu pochwalić rodzicielstwem czy konkretniej postępami swojego dziecka np. sportowymi czy artystycznymi. Zachowują się tak, kierując się miłością do swojego dziecka. Natomiast, im bardziej wyspecjalizowany podtyp *sharentingu* jest uskuteczniany – można wskazywać także na inne powody np. chęć bycia rozpoznawalnym czy osiągania korzyści finansowych lub rzeczowych (*commercial sharenting*)<sup>14</sup>.

Wskazując w zarysie na skalę analizowanego zjawiska, warto powołać się na dane przedstawione w publikacji „*Sharenting i wizerunek dziecka w sieci. Poradnik dla rodziców*”, zamieszczonej na portalu gov.pl, w której wskazano, że „w Polsce zdjęciami dzieci dzieli się około 40% rodziców”. Nie ulega zatem wątpliwości, że jest to znaczny odsetek. Ponadto, we wspomnianej publikacji wskazano, że „rocznie każdy z rodziców wrzuca do sieci średnio 72 zdjęcia i 24 filmy ze swoimi pociechami w rolach głównych”. W ujęciu miesięcznym stanowi to 6 zdjęć i 2 filmy. Wydaje się jednak, że średnia ta w przypadku najbardziej zaangażowanych w proceder *sharentingowy* rodziców (ale jeszcze nie tych z kręgu influencerów) może być i jest znacznie wyższa. W przypadku influencerów – nie ulega wątpliwości, że są to wartości dużo wyższe<sup>15</sup>.

Niepokojącym stwierdzeniem, które znalazło się w przytaczanej publikacji była konkluzja, że „dokumentujący online życie dziecka nie stosują ograniczeń dotyczących wyświetlania materiałów. Aż 42% z nich udostępnia je większym grupom znajomych, liczącym nawet do 200 osób”<sup>16</sup>. Autorka niniejszego opracowania, również czysto orientacyjne rozpytała pośród znanych jej rodziców publikujących wizerunek dziecka w sieci czy zwracają uwagę na

<sup>11</sup> *Try Not To Laugh or Grin While Watching Funny Kids Vines - Best Viners 2021*, <https://www.youtube.com/watch?v=GOysW6WYWoE> (dostęp: 25.02.2026 r.).

<sup>12</sup> *Funny Kid Fails That Caught On Camera - Try Not To Laugh*, <https://www.youtube.com/watch?v=-mGNcww9gtw> (dostęp: 25.02.2026 r.).

<sup>13</sup> A. Kwaśnik, Z. Polak, P. Sowiński, *Cyfrowy ślad małego dziecka*, NASK Państwowy Instytut Badawczy, s. 15, [https://dyzurnet.pl/uploads/2021/07/Cyfrowy\\_slad\\_malego\\_dziecka.pdf](https://dyzurnet.pl/uploads/2021/07/Cyfrowy_slad_malego_dziecka.pdf) (dostęp: 22.02.2026 r.).

<sup>14</sup> K. Ciučkowska, *Sharenting a prywatność dziecka w świecie cyfrowym. O potrzebie uzupełnienia regulacji dotyczących ochrony prawnej dóbr osobistych dziecka*, „Journal of Modern Science” 2024, t. 4/58, s. 307-308.

<sup>15</sup> A. Borkowska, M. Witkowska, *op. cit.*, s. 9.

<sup>16</sup> *Ibidem*.

szerokość grona odbiorców np. ustawiając materiał na tzw. widok prywatny czy jedynie dla znajomych. Smutną konstatacją było, że większość zapytanych faktycznie nie zwracała na takie kwestie uwagi.

Wiele opracowań nazywa *sharenting* trendem szerzącym się pośród rodziców. Wydaje się, że występuje tu swego rodzaju zależność tłumaczona argumentem w stylu „skoro wszyscy tak robią – nie ma w tym nic złego”. Z raportu „*Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci?*” niemal jednoznacznie wynika, że rodzice w przeważającej części nie postrzegają *sharentingu* w sposób negatywny, co stanowi argument ku konieczności jak najszerszej edukacji społeczeństwa odnośnie do skutków tego zjawiska. Jeżeli bowiem jedynie 25% badanych pokusiło się o zapytanie własnego dziecka o zgodę na udostępnianie jego zdjęć, a aż 81% rodziców ocenia udostępnianie zdjęć własnych dzieci pozytywnie lub neutralnie – pozostawia to pole do postulatu o konieczności dalszej edukacji<sup>17</sup> i przypomnieniu prostej zależności, że nie wszystko to, co podoba się rodzicowi, co daje mu radość – musi tak samo podobać się dziecku<sup>18</sup>.

Kończąc ten wątek rozważań, nie sposób nie wspomnieć choćby w kilku słowach o konsekwencjach analizowanego zjawiska. Dotychczas przeprowadzane badania naukowe wskazują, że dzieci nie są pozytywnie nastawione do nadmiernego udostępniania ich wizerunku w sieci. O ile młodsze dzieci np. kilkuletnie nie do końca zdają sobie sprawę z konsekwencji takich działań, o tyle nastolatki i owszem. „Młodzi ludzie przyznają, że źle czują się w sytuacji, gdy rodzice udostępniają bez ich wiedzy ich wizerunek, a część z nich przyznaje, że naraża ich to na przykre doświadczenia (np. obraźliwe komentarze ze strony innych pod ich zdjęciem) lub wręcz hejt i przemoc”<sup>19</sup>. Z badań przeprowadzonych przez EU Kids Online wynika, że 41,6% nastolatków między 11 a 17 rokiem życia doświadcza nieprzyjemnych komentarzy ze strony innych użytkowników, właśnie w oparciu o treści publikowane przez rodziców danych nastolatków<sup>20</sup>. Odbiera to im niewątpliwie możliwość kształtowania własnej narracji o sobie samych<sup>21</sup>. S.B. Steinberg stwierdziła, że „...za każdym razem, gdy rodzic udostępnia informacje o dziecku, fragment historii życia dziecka zostaje mu odebrany i już nigdy nie będzie ono mogło przedstawić go tak, jak samo by chciało”<sup>22</sup>.

Trudno zatem nie dojść do konkluzji, że długotrwałe i intensywne wystawienie takiego nastolatka na przemoc psychiczną, hejt, wyśmiewanie, etc. może doprowadzić nawet do najbardziej tragicznych w skutkach zdarzeń tj. targnięcia się na życie przez takiego młodego człowieka. W statystyce policyjnej odnośnie do zamachów samobójczych z wyszczególnieniem

<sup>17</sup> Clue PR, *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR*, <https://cluepr.pl/wp-content/uploads/2019/10/Sharenting-czyli-dzieci-w-sieci-pierwszy-raport-w-Polsce.pdf> (dostęp: 20.02.2026 r.).

<sup>18</sup> P. Uram, M. Reiter, O. Graf, *Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach*, „Pedagogika społeczna. Rodzina – formy i problemy” 2020, nr 2/76, s. 158.

<sup>19</sup> A. Borkowska, M. Witkowska, *op. cit.*, s. 10.

<sup>20</sup> J. Pyżalski, A. Zdrodowska, Ł. Tomczyk, K. Abramczuk, *Polskie badanie EU Kids Online 2018. Najważniejsze wyniki i wnioski*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2019, [https://fundacja.orange.pl/files/user\\_files/EU\\_Kids\\_Online\\_2019\\_v2.pdf](https://fundacja.orange.pl/files/user_files/EU_Kids_Online_2019_v2.pdf) (dostęp: 20.02.2026 r.).

<sup>21</sup> O znaczeniu tej kwestii zob. szerz.: A. Błasiak, *Sharenting – współczesną formą rodzicielskiej narracji*, „Horyzonty Wychowania” 2018, nr 17/42, s. 125-134.

<sup>22</sup> S.B. Steinberg, *Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media*, „Emory Law Journal” 2017, vol. 66, s. 877.

grup wiekowych można zauważyć, że od 2017 r. (co prawda niejednolicie) wzrasta liczba zamachów samobójczych zakończonych zgonem w grupie wiekowej 13-18 lat<sup>23</sup>.

Poza konsekwencjami wiążącymi się ze sferą emocjonalną dzieci, warto też wskazać, że materiały bezrefleksyjnie udostępniane przez rodziców stanowią mogą materiał do kradzieży tożsamości czy narażenia na wykorzystanie zdjęć dziecka w celach pedofilskich<sup>24</sup>.

W literaturze wskazuje się również na możliwość zaistnienia *baby role play*, co tłumaczone jest jako „cyfrowy *kidnapping*”. Polega on na używaniu skradzionego wizerunku dziecka (np. z publicznego profilu rodzica) do realizacji różnych fantazji, w tym seksualnych lub przemocowych przez nieznane osoby. W myśl tego proceduru wizerunkowi dziecka nadaje się niejako „drugie życie”, bowiem jest on umieszczany na specjalnie założonym profilu na portalu społecznościowym. Nowopowstałej postaci zmieniane są personalia tj. nadawane jest nowe imię oraz tworzony jest niejako nowy profil osobowościowy. Odnośnie do nowej postaci kreowane są nowe aktywności. Na nowo określa się to, co dziecko lubi, a co mu nie odpowiada. Twórca takiego nowego profilu, opartego o skradziony materiał zdjęciowy i/lub filmowy „może wcielać się w różne role, np. rodzica dziecka. Inni użytkownicy mogą zamieszczać posty i komentarze budując, na ogół seksualną narrację wokół neutralnej początkowo fotografii”<sup>25</sup>.

Nie musi to być zatem nawet zdjęcie czy film z elementami nagości, w jakiś sposób prowokujący. Jak wskazuje w swoim opracowaniu NASK „tylko na Instagramie w 2015 r. było ponad 55 tysięcy zdjęć otagowanych znacznikami #babyrp, #adoptionrp, #orphanrp, ułatwiającymi użytkownikom odszukanie zdjęć służących do „baby role play”<sup>26</sup>.

### 3. *Sharenting* a pojęcie patologii społecznej

Jak wskazuje A. Podgórecki poprzez patologię społeczną należy rozumieć „ten rodzaj zachowania, ten typ instytucji, ten typ funkcjonowania jakiegoś systemu społecznego, który pozostaje w zasadniczej niedającej się pogodzić sprzeczności ze światopoglądowymi wartościami, które w danym społeczeństwie są akceptowane”<sup>27</sup>. A. Dobieszewski do definicji tej dodaje również konkluzję, że „w miarę jak społeczeństwa powiększają się, stają się bardziej złożone i zróżnicowane, poziom patologii wzrasta, ponieważ przestają wystarczać dotychczasowe formalne i nieformalne czynniki społecznej kontroli, a czasem wręcz mogą one przyczynić się do powstawania patologii”<sup>28</sup>.

M. Gołębiowska i B. Pietrzak-Szymańska wskazują na kryteria uwzględniane w definicjach patologii społecznych takie jak:

- występowanie zjawiska w skali masowej lub większej zbiorowości,
- naruszenie norm i wartości,
- brak społecznej akceptacji danych zachowań,

<sup>23</sup> Komenda Główna Policji, *Zamachy samobójcze od 2017 roku, Zamachy samobójcze zakończone zgonem - grupa wiekowa, dzień tygodnia - 2017-2025*, <https://statystyka.policja.pl/st/wybrane-statystyki/zamachy-samobojcze/63803,Zamachy-samobojcze-od-2017-roku.html> (dostęp: 20.02.2026 r.).

<sup>24</sup> K. Ciućkowska, op. cit., s. 308.

<sup>25</sup> A. Borkowska, M. Witkowska, op. cit., s. 12; M. Gadamska-Kyrcz, *Sharenting jako jedno z niebezpieczeństw dla dzieci*, „Ochrona ludności i dziedzictwa kulturowego” 2023, nr 3, s. 84.

<sup>26</sup> A. Borkowska, M. Witkowska, op. cit., s. 12.

<sup>27</sup> A. Podgórecki, *Zagadnienia patologii społecznej*, PWN, Warszawa 1976, s. 24.

<sup>28</sup> A. Dobieszewski, *Przyczyny i przejawy patologii społecznej*, „Polityka i Społeczeństwo” 2004, nr 1, s. 154.

- destruktywne zachowania potępiane przez społeczeństwo,
- konieczność wykorzystania siły ogółu społeczeństwa, aby móc poradzić sobie z tym problemem<sup>29</sup>.

Zjawisko *sharentingu* niewątpliwie występuje w skali większej zbiorowości. Wydaje się, że można wręcz pokusić się o stwierdzenie, iż występuje ono w skali masowej. Oczywiście, nie każdy mieszkaniec naszej planety jest rodzicem, więc zjawisko to nie obejmuje niemal każdej osoby z całego globu, jednakże pośród populacji rodziców – jak to już wskazano powyżej – odsetek osób, które mają przynajmniej neutralny stosunek, wobec tego zjawiska jest zdecydowanie wysoki. Trudno nie zauważyć na jakichkolwiek *social* mediach, że nie tylko środowisko celebrytów czy influencerów udostępnia materiały z wizerunkiem swoich pociec. Warto zauważyć, że działa tu jakoby mechanizm, który kształtuje pewien trend, który można by opatrzyć stwierdzeniem „przecież wszyscy tak robią”.

W poprzedniej części niniejszego opracowania wskazano już, że *sharenting* niewątpliwie narusza pewne normy i wartości, zwłaszcza te, wiążące się z ochroną dobrostanu psychicznego młodych ludzi, odbierania im możliwości tworzenia własnej narracji, narażenia ich na potencjalny hejt czy przemoc ze strony rówieśników, czy nawet na pokrzywdzenie innymi czynami np. związanymi ze sferą seksualną.

O ile jednak przy klasycznych patologiach społecznych, typu alkoholizm czy narkomania to naruszanie wartości i norm przyjętych w danym społeczeństwie jest ewidentne i nie wydaje się budzić wątpliwości pośród społeczeństwa, o tyle w przypadku *sharentingu* – wyżej wskazane podejście „przecież wszyscy tak robią” wydaje się sprawiać, że dopóki bezpośrednie konsekwencje nie dotkną danej osoby – potencjalne zagrożenia nie pozostają w zakresie pełnej świadomości społeczeństwa<sup>30</sup>. Być może wynika to ze stosunkowej nowości tego zjawiska. Nie ma ono bowiem takiej „tradycji” jak funkcjonowanie problemu alkoholizmu czy narkomanii. Z drugiej strony, nie wiąże się bezpośrednio z uzależnieniem od substancji. Wydaje się, że nadal więcej zaniepokojenia pośród społeczeństwa budzą uzależnienia od substancji, a uzależnienia behawioralne nie do końca pozostają tak zauważone. Częste i wręcz bezrefleksyjne udostępnianie materiałów z udziałem dziecka w Internecie wszak na pewnym etapie może być powiązane z uzależnieniem rodzica od *social* mediów.

Brak odpowiedniej wiedzy i świadomości czy refleksji społecznej - niewątpliwie może wiązać się z tym, że *sharenting* nie zawsze postrzegany jest jako destruktywne zachowania i potępiane przez społeczeństwo. Warto, jednakże zauważyć, że bezrefleksyjność w publikowaniu materiałów, brak pytania dziecka czy w ogóle chce udostępniania jego wizerunku w sieci – może w dalszej perspektywie przyczynić się do rozpadu więzi rodzinnej. Wydaje się bowiem, że telefon czy inne urządzenie z możliwością robienia zdjęć/nagrywania filmów stanowi swoistą przegrodę między rodzicem a dzieckiem, nawet jeżeli razem - ramię w ramię - stoją przed obiektywem. Nadal bowiem centralnym punktem koncentracji rodzica wydaje się nie dziecko, a urządzenie, którym ma być uchwycony dany moment, kadr, co jak

---

<sup>29</sup> M. Gołębiowska, B. Pietrzak-Szymańska, *Zjawiska patologii społecznej funkcjonujące w świadomości dzieci, ich rodziców i nauczycieli*, „Journal od Modern Science” 2014, vol. 23, s. 47-48.

<sup>30</sup> P. Forma, *Internetowa wizualizacja życia rodzinnego na przykładzie zjawiska sharentingu*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2019, nr 4/30, s. 207.

już wskazano wcześniej - jest bardzo istotne, zwłaszcza przy przygotowywaniu materiałów do współprac reklamowych.

Czy istnieje konieczność wykorzystania siły ogółu społeczeństwa, aby móc poradzić sobie ze zjawiskiem *sharentingu*? Wydaje się, że na to pytanie można udzielić odpowiedzi twierdzącej. Traktując bowiem *sharenting* jako swego rodzaju trend społeczny wśród rodziców – trudno nie pokusić się o konkluzję, iż aby odwrócić takową sytuację musiałby zaistnieć kolejny, nowy i silniejszy trend, który niejako „porwałby” rodziców w kierunku całkowitego niedostępności wizerunku dziecka lub prób zanonimizowania takiego wizerunku, czy utrudniania możliwości jego rozpoznania. Musiałby to jednak być trend dający jakąś alternatywę, a nie jedynie pozbawiający możliwości wykonywania pewnych działań.

Powstaje pytanie, czy na obecnym etapie jest to, jednakże możliwe. W przypadku osób rozpoznawalnych, o dużych zasięgach - może być to znacznie utrudnione. Jeżeli bowiem dany twórca regularnie zarabia na wizerunku dziecka – trudno wyobrazić sobie kampanię promocyjną jakiegoś produktu właśnie bez powiązania tego z wizerunkiem dziecka. W przypadku rodziców, którzy nie dokonują zachowań *sharentingowych* w ramach *commercial sharentingu* – wydaje się to nieco łatwiejsze z uwagi na ewentualne mniejsze grono odbiorców danych treści. Nadal jednak, jeżeli na zdjęciu widnieje rodzic, pomimo zasłonięcia twarzy dziecka np. jakimś obrazkiem - istnieje możliwość zidentyfikowania dziecka.

Analizując zatem definicję i składowe elementy możliwości uznania danego zjawiska za patologię społeczną wydaje się, że niestety, ale zjawisko *sharentingu* w wielu aspektach może się wpisywać, co prawda nie w typowo klasyczny model patologii społecznej, ale w nurt nowych patologii społecznych, tych ze sfery świata wirtualnego. Zwłaszcza należy wskazać, że to *parental trolling* najbardziej wpisuje się w schemat patologii społecznej, gdyż zjawisko to niesie ze sobą daleko idące skutki w odniesieniu do przyszłych poczynań dziecka, zarówno w świecie realnym, jak i wirtualnym<sup>31</sup>.

Nawet jeżeli na obecnym etapie nie ze wszystkich konsekwencji czy mechanizmów rodzice zdają sobie sprawę – nadmiernym, bezrefleksyjnym udostępnianiem materiałów z wizerunkiem dziecka w sieci – można doprowadzić zarówno do ośmieszenia dziecka, jak i do konsekwencji wręcz o charakterze przestępczym. W przypadku tym brak świadomości długofalowych konsekwencji wydaje się tym bardziej niebezpieczny.

#### 4. *Sharenting* a obecne regulacje prawnokarne

Obecnie ani w kodeksie karnym z 1997 r.<sup>32</sup>, ani w innej ustawie karnej problematyka zjawiska *sharentingu* nie została literalnie uregulowana. Nie ma również definicji legalnej tegoż zjawiska. Nie jest to zadziwiające z uwagi na to, że jest to stosunkowo nowe, ale i dosyć dynamicznie rozwijające się zjawisko.

Oczywiście, akty prawne regulujące prawo autorskie<sup>33</sup> czy prawo ochrony danych osobowych<sup>34</sup> zawierają regulacje dotyczące ochrony wizerunku oraz zasad jego

---

<sup>31</sup> W. Grabalska, R. Wielki, „Czy dzieci powinny trafiać do sieci?”. *Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu*, „Prawo w działaniu” 2022, nr 49, s. 63.

<sup>32</sup> Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks karny, Dz. U. z 2025 r., poz. 383, 1818, 1872.

<sup>33</sup> Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz. U. z 2025 r., poz. 24.

<sup>34</sup> Ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych, Dz. U. z 2019 r., poz. 1781.

rozpowszechniania, jednakże one również nie uwzględniają odrębnych i specjalnych zasad dla relacji rodzic-dziecko<sup>35</sup>.

Niepodważalną jest jednak zasada ochrony dobra dziecka, które winno być podstawowym zadaniem rodzica. W przypadku *sharentingu* pojawia się pytanie o granicę między poszanowaniem dobra dziecka, a prawem rodzica do chwalenia się rodzicielstwem. Nie ulega też wątpliwości, że obecnie dziecko, jeszcze przed osiągnięciem pełnoletniości powinno być włączane w decydowanie (a nie tylko pytane o zdanie) o kwestiach dotyczących jego prywatności czy wizerunku w świecie cyfrowym<sup>36</sup>. Natomiast, w przypadku korzystania przez rodzica z jego prawa do dzielenia się urokami rodzicielstwa w sieci – wydaje się, że kluczowym staje się określenie, aby było to wykonywane „w rozsądny sposób”.

Czy *sharenting* jest załączkiem nowego typu czynu zabronionego? Na podstawie dotychczasowej analizy w niniejszym opracowaniu wydaje się, że podjęcie próby penalizacji zjawiska *sharentingu* jako przestępstwa może być dosyć trudne z uwagi na to, że jest to zjawisko rozwijające się i dosyć szerokie. Stworzenie jego legalnej definicji wymagałoby ustalenia pewnych granic odnośnie chociażby do:

- podmiotów, które publikują treści związane z dzieckiem i jego wizerunkiem,
- rodzaju treści, których publikować nie wolno,
- miejsc/platform publikacji treści z wizerunkiem dziecka,
- częstotliwości publikowania treści, której przekroczenie byłoby karalne.

Biorąc pod uwagę fakt, że literatura wyróżnia już podtyp *sharentingu*, jakim jest *family sharenting* – pojawia się pytanie, czy w razie penalizacji zjawiska do kręgu podmiotów mogących ponosić odpowiedzialność karną zaliczyć jedynie rodziców czy przyjąć określenie na zasadzie „członek rodziny/osoba najbliższa”. Są to dwie bardzo skrajne opcje – od najwęższej i najbliższej dziecku grupy, po szeroką grupę obejmującą i dalszą rodzinę.

Treści publikowane w ramach chwalenia się rodzicielstwem obejmują różne aspekty i okoliczności z życia dziecka, zatem i w tym przypadku pojawia się pytanie o sposób i zakres ustalenia treści, które nie powinny być publikowane. Oczywiście ustawodawca mógłby posłużyć się określeniem ocennym czy klauzulą generalną – jednakże ani nadmierna kazuistyka przepisów, ani stosowanie określeń o charakterze ocennym nie są zbyt pożądane zwłaszcza w obliczu zjawiska nowego, bez ustalonej linii orzeczniczej, która podpowiadałaby, jak interpretować niektóre pojęcia. W najbardziej ekstremalnych sytuacjach – tj. udostępnianiu nagości – istnieją już regulacje prawne określające zasady odpowiedzialności karnej, zahaczającej np. o zagadnienia z pogranicza propagowania pedofilii.

W obliczu dynamicznie rozwijających się i ciągle powstających nowych platform internetowych i *social* mediów - również określenie w przepisie penalizującym *sharenting* miejsc/platform publikacji treści z wizerunkiem dziecka może stać się nie lada wyzwaniem. Ponownie - albo należałoby zmierzać w kierunku ujęcia szerokiego z określeniami typu sieć, Internet, etc., albo podjąć próby stworzenia katalogu (przynajmniej otwartego) takowych platform.

---

<sup>35</sup> O postulatcie potrzeby uzupełnienia regulacji dotyczących ochrony prawnej dóbr osobistych dziecka – zob. szerz.: K. Ciuékowska, *Sharenting a prywatnoúó dziecka w úwiecie cyfrowym. O potrzebie uzupełnienia regulacji dotyczúócych ochrony prawnej dóbr osobistych dziecka*, „Journal of Modern Science” 2024, tom 4/58, s. 303-319.

<sup>36</sup> K. Ciuékowska, *op. cit.*, s. 315.

Abstrahując od dotychczas wskazanych potencjalnych wyzwań legislacyjnych – kluczowym, zarówno dla definicji *sharentingu*, jak i dla sposobu jego potencjalnej penalizacji – jest określenie częstotliwości publikowania treści, której przekroczenie byłoby karalne. Czy publikowanie, co prawda raz na kilka miesięcy, ale takich treści, które byłyby ośmieszające dla dziecka powinno być potraktowane jak *sharenting*, czy należałoby jednak pójść w kierunku penalizacji za zbyt częste publikowanie treści z udziałem dziecka w sieci w ogóle? Wydaje się, że i jedno, i drugie mogłoby być równie szkodliwe dla dziecka.

Dlatego też należy dojść do wniosku, że próba stworzenia jednego przepisu (choćby kilkuparagrafowego) penalizującego *sharenting*, który następnie zostałby wprowadzony do kodeksu karnego np. w rozdziale przestępstw przeciwko wolności – mogłoby doprowadzić do zbyt szerokiego albo zbyt kazuistycznego przepisu.

Czy zatem zjawisko to powinno pozostać bez jakiegokolwiek regulacji? Niekoniecznie. Wydaje się, że wartymi rozważenia mogłyby być następujące opcje:

1. Próba penalizacji zjawiska *sharentingu* nie ogółem, a jedynie wybranych jego podtypów np. *troll parentingu* czy *commercial sharentingu*.
2. Stworzenie odrębnej kompleksowej ustawy poświęconej zjawisku *sharentingu*.

Gdyby ustawodawca zdecydowałby się nie na próbę penalizacji zjawiska *sharentingu* ogółem, a jedynie wybranych jego podtypów np. *troll parentingu* czy *commercial sharentingu*, których znamiona byłyby łatwiejsze do jednoznacznego określenia, wydaje się, że mogłyby to być regulacje dodane do kodeksu karnego. Z uwagi na to, że godzą one niejako w wolność dziecka do tworzenia narracji o sobie samym - mogłyby one zostać zamieszczone w rozdziale penalizującym przestępstwa przeciwko wolności. Powstaje jednak pytanie czy rozwiązanie takie nie stałoby się jedynie częściowym i tymczasowym „załataniem” problemu zachowań *sharentingowych* nastawionych na ośmieszenie lub zarobek na wizerunku dziecka?

Koniecznym byłoby również ustalenie, przy takiej ścieżce penalizacji, jaki byłby tryb ścigania w przypadku tych przestępstw. W relacji rodzic-sprawca i dziecko-ofiara pozostawienie decyzyjności o zainicjowaniu postępowania dziecku, nawet po osiągnięciu przez nie pełnoletniości – może i tak przekładać się na większy odsetek ciemnej liczby przestępstw podyktowany wstydem czy niechęcią do obciążenia odpowiedzialnością karną rodzica czy innego członka rodziny.

Wydaje się, że aby najbardziej kompleksowo podejść do problematyki profilaktyki zachowań *sharentingowych* - wartym rozważenia byłoby przygotowanie odrębnej ustawy, która zawierałaby takie elementy jak słowniczek pojęć związanych z regulowanym zjawiskiem, wskazanie podmiotów realizujących zadania w zakresie przeciwdziałania *sharentingowi* oraz ich kompetencji, a także przepisów karnych regulujących konkretne zachowania, które ustawodawca uznałby za sprzeczne z prawem. Jeżeli bowiem uznać, że *sharenting* jest nową patologią społeczną na kanwie, której może dochodzić do przestępstw, a nawet uzależnienia rodziców od publikacji treści w sieci – być może warto byłoby podejść do problemu regulacji prawnej, czerpiąc inspirację np. ze sposobu regulacji patologii społecznej, jaką jest narkomania.

Biorąc pod uwagę dotychczasowe regulacje związane z prawem autorskim czy ustawą o ochronie danych osobowych oczywiście nie sposób byłoby obejść się bez zastosowania przepisów blankietowych czy odsyłających do stosownych już istniejących regulacji prawnych.

Tworząc kompleksowy akt prawny poświęcony zjawisku *sharentingu* należałoby także pamiętać o położeniu jak największego nacisku na kwestie edukacyjne, tj. stworzenie odpowiednich możliwości i zakresu kompetencji organom czy podmiotom powołanym do prowadzenia działań profilaktycznych<sup>37</sup>. Cennym aspektem byłoby także dążenie do jak najszerzej współpracy tych podmiotów z osobami odpowiedzialnymi za funkcjonowanie platform społecznościowych, na których udostępniane mogą być lub są materiały o charakterze *sharentingowym*, w myśl zasady, że „lepiej zapobiegać, niż leczyć”.

## 5. Podsumowanie

Reasumując, przeprowadzone w niniejszym opracowaniu rozważania należy zauważyć, że *sharenting*, mimo że jest zjawiskiem stosunkowo nowym oraz dynamicznie rozwijającym się – może być uznawany za patologię społeczną w nowym wymiarze. Może i niewątpliwie godzi w prawo dziecka do prowadzenia własnej narracji o sobie. Udostępniane materiały mogą zostać wykorzystywane również do przestępczych celów. Nawet, jeżeli skutki nadmiernego udostępniania wizerunku dziecka nie będą widoczne od razu – w przyszłości mogą przełożyć się na problemy emocjonalne młodego człowieka, który może paść ofiarą hejtu czy przemocy nawet w realnym świecie.

Niewątpliwie jest to zjawisko wymagające regulacji prawnej celem jego profilaktyki. Jednakże, wydaje się, że ujęcie go w ramy jednego całościowego i kompleksowego przepisu może być niezwykle trudne. Aby ustrzec się ewentualnej zbytniej kazuistyki lub wręcz zbyt niedookreślonego charakteru regulacji – wydaje się, że najlepszym rozwiązaniem byłoby stworzenie odrębnej kompleksowej ustawy w tym zakresie. Próżno bowiem oczekiwać, że tak szybko rozwijający się trend ulegnie nagłemu odwróceniu i problem sam zniknie.

Jednakże, aby regulacja została przygotowana słusznym wydaje się postulat prowadzenia jak najszerzych badań odnośnie do zjawiska *sharentingu* o charakterze interdyscyplinarnym, tj. zarówno z perspektywy socjologicznej, kryminologicznej, jak i prawnej.

---

<sup>37</sup> W. Grabalska, R. Wielki, *op. cit.*, s. 63-64.

### Bibliografia

#### Akty prawne:

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2025 r., poz. 24).

Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny (t.j. Dz. U. z 2025 r., poz. 383, 1818, 1872).

Ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1781).

#### Literatura:

Błasiak A., *Sharenting – współczesną formą rodzicielskiej narracji*, „Horyzonty Wychowania” 2018, nr 17/42, s. 125-134.

Borkowska A., Witkowska M., *Sharenting i wizerunek dziecka w sieci. Poradnik dla rodziców*. NASK Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2020.

Chrostowska B., *Sharenting – skala i wielowymiarowość zjawiska (nierozważnego) ujawniania przez rodziców informacji o dzieciach w mediach społecznościowych*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2018, nr 4/43, s. 58-68.

Ciućkowska K., *Sharenting a prywatność dziecka w świecie cyfrowym. O potrzebie uzupełnienia regulacji dotyczących ochrony prawnej dóbr osobistych dziecka*, „Journal of Modern Science” 2024, t. 4/58, s. 303-319.

Dobieszewski A., *Przyczyny i przejawy patologii społecznej*, „Polityka i Społeczeństwo” 2004, nr 1, s. 153-166.

Forma P., *Internetowa wizualizacja życia rodzinnego na przykładzie zjawiska sharentingu*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2019, nr 4/30, s. 205–210.

Gadamska-Kyrcz M., *Sharenting jako jedno z niebezpieczeństw dla dzieci*, „Ochrona ludności i dziedzictwa kulturowego” 2023, nr 3, s. 75-94.

Gołębiowska M., Pietrzak-Szymańska B., *Zjawiska patologii społecznej funkcjonujące w świadomości dzieci, ich rodziców i nauczycieli*, „Journal od Modern Science” 2014, vol. 23, s. 43-72.

Grabalska W., Wielki R., *„Czy dzieci powinny trafiać do sieci?”. Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu*, „Prawo w działaniu” 2022, nr 49, s. 50-66.

Hernacka-Janikowska A., *(Nie)bezpieczeństwo dziecka w sieci – analiza krytyczna zjawiska sharentingu, troll parentingu i monetyzacji wizerunku dziecka*, „Studia Prawnoustrojowe” 2023, nr 61, s. 77-92.

Kierzkowska M., *Sharenting – pomiędzy prawem rodzica do wyrażania siebie w mediach społecznościowych a ochroną prywatności dziecka*, „Kultura i wychowanie” 2022, nr 2/22, s. 41-55.

Kubiak S., *Sharenting – współczesne zagrożenie czy szansa?*, „Political Dialogues” 2023, nr 35, s. 43-59.

Podgórecki A., *Zagadnienia patologii społecznej*, PWN, Warszawa 1976.

Sobczak A., *Zjawisko sharentingu – między prawem do prywatności dziecka a aktywnością rodziców w mediach społecznościowych*, „Studia Edukacyjne” 2023, nr 71, s. 93-106.

Steinberg S.B., *Sharenting: Children’s Privacy in the Age of Social Media*, „Emory Law Journal” 2017, vol. 66, s. 839-884.

Sztandera F., Pajak M., *Wybrane prawne aspekty zjawiska parental trollingu w sieci Internet*, [w:] *Problemy nauk prawnych*, t. 12, red. K. Pujer, Wrocław 2019, s. 27–36.

Uram P., Reiter M., Graf O., *Sharenting – kreowanie i ochrona wizerunku dzieci w social mediach*, „Pedagogika społeczna. Rodzina – formy i problemy” 2020, nr 2/76, s. 153-164.

#### Pozostałe źródła:

Clue PR, *Sharenting po polsku, czyli ile dzieci wpadło do sieci? Pierwszy raport w Polsce na temat wizerunku dzieci w internecie na zlecenie Clue PR*, <https://cluepr.pl/wp->

PRZEGLĄD KARNISTYCZNY  
ROK I – TOM I – NUMER II

*content/uploads/2019/10/Sharenting-czyli-dzieci-w-sieci-pierwszy-raport-w-Polsce.pdf* (dostęp: 20.02.2026 r.).

*David After Dentist*, <https://www.youtube.com/watch?v=txqiwrbyGrs> (dostęp: 25.02.2026 r.).

*Funny Kid Fails That Caught On Camera - Try Not To Laugh*, <https://www.youtube.com/watch?v=-mGNcww9gtw> (dostęp: 25.02.2026 r.).

Komenda Główna Policji, *Zamachy samobójcze od 2017 roku, Zamachy samobójcze zakończone zgonem - grupa wiekowa, dzień tygodnia - 2017-2025*, <https://statystyka.policja.pl/st/wybrane-statystyki/zamachy-samobojcze/63803,Zamachy-samobojcze-od-2017-roku.html> (dostęp: 20.02.2026 r.).

Kwaśnik A., Polak Z., Sowiński P., *Cyfrowy ślad małego dziecka*, NASK, [https://dyzurnet.pl/uploads/2021/07/Cyfrowy\\_slad\\_malego\\_dziecka.pdf](https://dyzurnet.pl/uploads/2021/07/Cyfrowy_slad_malego_dziecka.pdf) (dostęp: 22.02.2026 r.).

Pyżalski J., Zdrodowska A., Tomczyk Ł., Abramczuk K., *Polskie badanie EU Kids Online 2018. Najważniejsze wyniki i wnioski*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2019, [https://fundacja.orange.pl/files/user\\_files/EU\\_Kids\\_Online\\_2019\\_v2.pdf](https://fundacja.orange.pl/files/user_files/EU_Kids_Online_2019_v2.pdf) (dostęp: 20.02.2026 r.).

*Reasons My Son Is Crying*, <https://www.facebook.com/ReasonsMySonCry/> (dostęp: 25.02.2026 r.).

*Try Not To Laugh or Grin While Watching Funny Kids Vines - Best Viners 2021*, <https://www.youtube.com/watch?v=GOysW6WYWoE> (dostęp: 25.02.2026 r.).