

STATUS: UDOSTĘPNIONE

Skala i charakterystyka sharentingu
w Polsce

T



IDEA PROJEKTU

Nigdy wcześniej nie byliśmy tak blisko siebie.

Kilka kliknięć wystarczy, żeby wysłać zdjęcie dziecka do babci mieszkającej setki kilometrów dalej. Podzielić się pierwszym dniem szkoły, wakacyjną przygodą czy rodzinnym sukcesem. Technologia i internet dały nam coś niezwykłego: możliwość bycia razem niezależnie od czasu i miejsca. I to jest piękne.

Dziś dokumentujemy nasze życie częściej niż kiedykolwiek wcześniej. Robimy zdjęcia, nagrywamy filmy, publikujemy, komentujemy. Chcemy dzielić się ważnymi momentami, zatrzymywać wspomnienia i pokazywać światu to, co dla nas ważne.

Ale każda technologia, która daje ogromne możliwości, niesie też nowe wyzwania.

Kiedy publikujemy zdjęcie własnego dziecka, zwykle kierują nami dobre intencje. Radość. Duma. Chęć podzielenia się ważną chwilą. Czy jednak zastanawiamy się, co stanie się z tym zdjęciem za kilka lat? Kto może je zobaczyć? W jaki sposób może zostać wykorzystane? I czy pytamy dziecko, czy w ogóle chce być obecne w cyfrowym świecie, który tworzymy w jego imieniu?

To właśnie te pytania skłoniły nas do przeprowadzenia badania na temat sharentingu, czyli publikowania przez rodziców zdjęć i informacji dotyczących swoich dzieci w internecie. Chcieliśmy lepiej zrozumieć skalę tego zjawiska, poznać perspektywę rodziców i dzieci oraz sprawdzić, jak

dziś rozumiemy prawo najmłodszych do prywatności i współdecydowania o własnym wizerunku.

W T-Mobile Polska od lat wspieramy rozwój kompetencji cyfrowych oraz działania na rzecz bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania z technologii. Wierzymy, że nowoczesny internet powinien nie tylko łączyć ludzi, ale także pomagać chronić to, co najcenniejsze: prywatność, bezpieczeństwo i zaufanie. Dlatego chcemy inicjować ważne rozmowy o wyzwaniach cyfrowego świata i wspólnie szukać odpowiedzi na pytania, które pojawiają się wraz z jego rozwojem.

Mam nadzieję, że ten raport stanie się początkiem takiej rozmowy.



Małgorzata Rybak-Dowżyk

Dyrektorka Departamentu Komunikacji
Korporacyjnej i ESG w T-Mobile Polska

O BADANIU

Rozwój mediów społecznościowych sprawił, że publikowanie zdjęć i informacji o dzieciach stało się codzienną praktyką wielu rodzin. Jednocześnie rośnie dyskusja o prawie dziecka do prywatności, zgodzie na publikację i konsekwencjach budowania cyfrowego śladu.

1. Badanie ogólnopolskie
2. 801 rodziców dzieci 0–18 lat
3. 600 dzieci i nastolatków 12–19 lat
4. lipiec 2026, Polska
5. Rodzice i dzieci stanowią niezależne próby (nie badano członków tych samych rodzin).
6. Badanie pokazuje nie tylko skalę i charakterystykę sharentingu, ale także perspektywę dzieci oraz znaczenie pytanie ich o zgodę.



KOMENTARZ EKSPERTA



Sharenting stał się w Polsce zjawiskiem na tyle powszechnym, że dotyczy co drugiego rodzica: 50% badanych przyznaje, że w ciągu ostatniego roku udostępniło materiały o swoim dziecku. Rodzice publikują przede wszystkim zdjęcia (87%), najczęściej na Facebooku (83%) i Instagramie (41%), a okazją bywają wakacje, uroczystości rodzinne czy wydarzenia szkolne. Ponad połowa pokazuje przy tym twarz lub sylwetkę dziecka. Motywacje są w większości osobiste, a nie wizerunkowe – dla połowy rodziców sharenting to sposób na zachowanie wspomnień czy na dzielenie się ważnymi chwilami z bliskimi, a jedynie dla 9% na budowanie zasięgów.

Zestawienie dwóch perspektyw – rodziców i dzieci – ujawnia rozbieżność już na poziomie postrzegania samej skali zjawiska. Po stronie dzieci odsetek deklarujących, że rodzice dzielą się materiałami o nich, wynosi jedynie 30%.

Najbardziej znaczące różnice ujawniają się jednak w wymiarze emocjonalnym i praktycznym – i to właśnie one czynią ten raport wyjątkowo wartościowym. Rozbieżność między perspektywą rodziców a dzieci widać wyraźnie w ocenie konsekwencji publikowania treści: dzieci znacznie częściej, niż deklarują ich rodzice, przyznają się do doświadczenia zawstydzenia czy wyśmiewania przez rówieśników. Sugeruje to, że rodzice nie doceniają skali realnych konsekwencji, jakie sharenting wywołuje w życiu dziecka czy nastolatka.

Podobna rozbieżność widoczna jest w samych emocjach towarzyszących

sharentingowi. Dla rodziców publikowanie zdjęć dzieci wiąże się przede wszystkim z odczuciem dumy i radości. Tymczasem z perspektywy dzieci i młodzieży obraz jest bardziej złożony – równie często jak radość, deklarują one odczuwanie zawstydzenia czy niepewności. Co ciekawe, wraz z wiekiem te trudne emocje nie słabną, lecz się nasilają – starsze nastolatki są jeszcze bardziej krytyczne wobec tej praktyki.

Luka komunikacyjna między pokoleniami ujawnia się również w relacjonowaniu próśb o usunięcie opublikowanych treści – znacznie więcej dzieci deklaruje, że o to prosiło, niż rodziców, którzy taką sytuację pamiętają, co sugeruje, że doświadczenia dzieci związane z sharentingiem są rejestrowane przez rodziców w mniejszym stopniu, niż wynika to z perspektywy samych dzieci.

Raport pozwolił dostrzec rozdźwięk między deklarowanymi postawami rodziców a rzeczywistością, co znajduje odzwierciedlenie w ich zachowaniach. Zdecydowana większość z nich uważa, że dziecko powinno być pytane o zgodę na publikację, ale konsekwentnie robi to jedynie mniejszość, co pokazuje, że sama świadomość dobrej praktyki nie wystarcza, by konsekwentnie ją stosować. Z perspektywy dzieci już sam fakt zapytania o zgodę radykalnie zmienia ocenę całej sytuacji – publikacje poprzedzone pytaniem są oceniane zdecydowanie lepiej niż te bez wcześniejszej konsultacji. Dla dzieci to poczucie sprawczości i szacunku dla ich zdania decyduje o tym, czy sharenting odbierają jako coś neutralnego (pozytywnego), czy problematycznego.

Badanie ujawniło ciekawy mechanizm: rodzice, którzy sami dzielą się treściami o dzieciach, wykazują swoiste "oswojenie z ryzykiem" - oceniają związane z publikacjami zagrożenia, takie jak utrata kontroli nad zdjęciami, ryzyko seksualizacji czy trwałe ślady cyfrowe, wyraźnie łagodniej niż rodzice, którzy tego nie robią. Sugeruje to mechanizm racjonalizacji własnych zachowań, a nie rzeczywiście niższy poziom ryzyka.

Powyższe rozbieżności – między deklaracją a praktyką, między tym, co czują rodzice, a tym, co czują dzieci, między postrzeganiem a realnym ryzykiem – stanowią punkt wyjścia do dalszej, szczegółowej analizy przedstawionej w niniejszym raporcie. Pokazują one, że sharenting to nie jedno zjawisko widziane z dwóch stron, lecz w istocie dwie różne narracje, które dopiero razem dają pełny obraz tego, co dzieje się z wizerunkiem dziecka w internecie.

Dane z raportu pozwalają na ogólną refleksję, że sharenting to jedynie wycinek znacznie szerszego zjawiska. Udostępnianie wizerunku dzieci i nastolatków wykracza więc daleko poza samych rodziców – rozszerza się na placówki edukacyjne, a przede wszystkim na rówieśników dziecka, którzy są nawet częstszym źródłem publikowanych o nim treści niż dziadkowie czy znajomi rodziny. To istotna zmiana perspektywy: dziecko nie jest już wyłącznie biernym przedmiotem decyzji podejmowanych przez dorosłych, lecz coraz częściej funkcjonuje w środowisku, w którym o jego wizerunku decydują także inni nastolatki – z podobnym poziomem refleksyjności i podobnie ograniczoną świadomością konsekwencji.

Debata o sharentingu z oczywistych powodów koncentruje się zwykle na rodzicach, ale nie wolno zapominać, że cyfrowy ślad dziecka budowany jest przez znacznie szersze grono osób – w tym przez same dzieci, które aktywnie publikują treści o sobie.

Właśnie dlatego edukacja rodziców w obszarze świadomego udostępniania nabiera znaczenia wykraczającego poza ich własne zachowania w sieci. Rodzic, który uczy się refleksyjnego podejścia do publikowania – pyta o zgodę, zastanawia się nad konsekwencjami, poszanowania granic dziecka – nie tylko zmienia własne praktyki, ale przede wszystkim staje się dla dziecka modelem zachowań, które to dziecko z czasem przenosi na własne decyzje dotyczące wizerunku: zarówno swojego, jak i cudzego. Innymi słowy, ucząc rodziców, uczymy pośrednio także dzieci – jak chronić własną prywatność w sieci, ale też jak z poszanowaniem podchodzić do wizerunku rówieśników, których zdjęcia czy nagrania sami udostępniają.

W tym świetle inwestycja w edukację rodziców jest inwestycją o podwójnym zwrocie: bezpośrednio poprawia jakość decyzji podejmowanych w obrębie rodziny, a pośrednio – poprzez modelowanie postaw – buduje wśród dzieci i młodzieży szerszą kulturę odpowiedzialnego korzystania z mediów społecznościowych, obejmującą także sposób, w jaki traktują wizerunek innych.



dr Dominika Bartoszak

psycholożka, seksuolożka kliniczna
i pedagożka specjalna; ekspertka
kampanii „Status: Udostępnione”.

SKALA ZJAWISKA



Połowa rodziców **(50%)** przyznaje, że w ciągu ostatniego roku publikowała w internecie zdjęcia, filmy lub informacje dotyczące swoich dzieci. (s. 5)

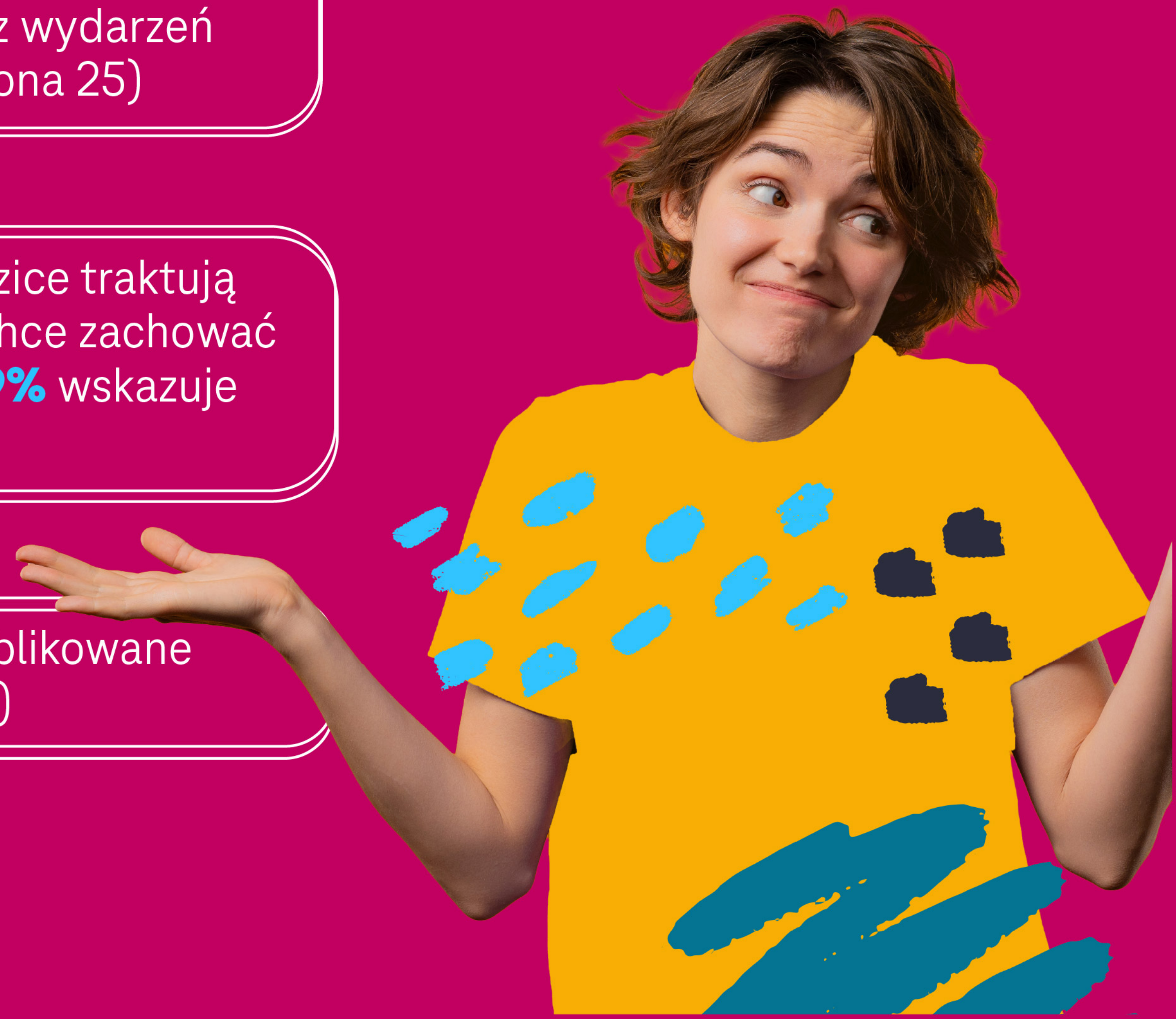
Wśród publikujących rodziców **87%** udostępnia zdjęcia, **43%** filmy, a **26%** wpisy tekstowe. (s. 25)

Najczęściej publikowane są zdjęcia pokazujące twarz lub sylwetkę dziecka **(56%)**. Co trzeci rodzic ujawnia miejsca związane z dzieckiem **(31%)**, a **14%** jego wiek lub datę urodzenia. (strona 25)

Treści najczęściej pojawiają się przy okazji wakacji i wyjazdów rodzinnych **(51%)**, uroczystości rodzinnych **(42%)** oraz wydarzeń szkolnych, sportowych i artystycznych **(40%)**. (strona 25)

Powodem publikowania nie są zasięgi ani zarobki. Rodzice traktują sharenting głównie jako cyfrowy album rodzinny: **50%** chce zachować ważne chwile, **47%** dzielić się nimi z bliskimi. Jedynie **9%** wskazuje budowanie zasięgów. (strona 18)

Co czwarty publikujący rodzic **(24%)** deklaruje, że publikowane materiały są dostępne publicznie. (strona 26)



POKOLENIE Z I ALFA CHCĄ MIEĆ PRAWO DO DECYDOWANIA O WŁASNYM WIZERUNKU



92% dzieci uważa, że powinno mieć wpływ na decyzję o publikowaniu swoich zdjęć. (strona 8)

Choć 79% rodziców publikujących wizerunek deklaruje, że dziecko należy pytać o zgodę, tylko 34% robi to często lub zawsze. (strona 28)

Dla dzieci zgoda ma kluczowe znaczenie. Publikacje poprzedzone pytaniem są oceniane pozytywnie przez 63% badanych, a bez zgody jedynie przez 20%. (strona 45)

Co trzecie dziecko, którego rodzice publikowali wizerunek, prosiło o usunięcie treści na swój temat. Wśród 18–19 latków odsetek ten rośnie do 42%. 14% dzieci które zgłosiły taką prośbę, deklaruje, że nie została ona spełniona. (strona 7)

DLA RODZICÓW TO PAMIATKA. DLA DZIECI ŹRÓDŁO **DYSKOMFORTU**

20% dzieci przyznaje, że publikacje rodziców były dla nich źródłem zawstydzenia. Wśród rodziców dostrzega to zaledwie 10%. W grupie 18–19-latków odsetek zawstydzonych wzrasta do 25%. (strona 9 i 52)

12% dzieci, których wizerunek był publikowany, było wyśmiewanych przez rówieśników z powodu opublikowanych treści. Rodzice deklarują to znacznie rzadziej (8%). (strona 9)

85% dorosłych uważa, że to, co rodzice publikują, wpływa na to, jak postrzegają je inni ludzie. (strona 8)

Rodzicom publikowanie zdjęć dzieci kojarzy się głównie z dumą (45%) i radością (43%). Dzieci częściej odczuwają mieszankę emocji: radość (23%) i rozbawienie (20%), ale także zawstydzenie (19%), wątpliwości (16%), niepokój (13%) czy złość (12%). (strona 19, 47)



RODZICE ZNAJĄ ZAGROŻENIA, MIMO TO **PUBLIKUJĄ**

83%

rodziców publikujących uważa, że takie materiały mogą sprawiać dzieciom problemy dziś lub w przyszłości. (strona 8)



Najczęściej wskazywane zagrożenia to hejt, nieuprawnione wykorzystanie zdjęć oraz ryzyko seksualizacji.

Co ciekawe, rodzice niepublikujący treści postrzegają te zagrożenia jako bardziej prawdopodobne.

Wśród publikujących aż 10% nie dostrzega żadnych ryzyk, wobec 2% w grupie niepublikującej. (strona 14)



45%

publikujących rodziców nie stosuje żadnych sposobów ograniczania rozpoznawalności dziecka.





CYFROWY ŚLAD DZIECKA TWORZĄ NIE TYLKO **RODZICE**

< Notes



Done

May 26, 2026, 10:05 PM

Raport pokazuje, że zdjęcia i informacje o dzieciach publikują także inne osoby. Dla dzieci i nastolatków częstszym źródłem takich treści są rówieśnicy (56%) niż znajomi rodziny (40%) czy dziadkowie (27%). (strona 57)

Cyfrowy ślad dziecka powstaje również poza profilem rodziców. Aż 76% dzieci deklaruje, że materiały z ich udziałem publikuje również ich placówka edukacyjna. (strona 54)

