

OBJAVLJIVANJE DJEČJIH FOTOGRAFIJA NA INTERNETU I ETIČKA ODGOVORNOST RODITELJA U KONTEKSTU NARCISTIČKE KULTURE

Ivica Šola - Mirta Germovšek

Sveučilište J. J. Strossmayer u Osijeku UDK: 77.041.5-053.2:044.738.5
Odjel za kulturologiju 173.5-055.52-051:173.5-055.62-052
ivica.sola1@inet.hr Pregledni znanstveni rad
mirta.germovsek@gmail.com Primljeno 03/2017.

Sažetak

Dok su za novinare etički kodeksi i zakoni jasno propisali pravila pri objavljivanju fotografija djece u medijima, ne postoji jasna regulacija u slučajevima kada roditelji na društvenim mrežama objavljuju fotografije svoje maloljetne djece. Ovaj rad stoga propituje problematiku roditeljske (ne)odgovornosti pri izlaganju vlastite djece pogibeljima koja prijete pri takvoj praksi. Rad u prvim dijelovima donosi kratku povijest društvenih mreža te iznosi etičku i zakonsku regulativu, a u drugom dijelu ukazuje na samu problematiku roditeljske moralne odgovornosti za praksu koja može negativno utjecati na identitet i psihofizički razvoj djeteta. Svrha je rada istražiti i na jednome mjestu donijeti etičku i zakonsku regulativu ukazujući na praznine u istima, kako bi pastoralni djelatnici koji se u svom svakodnevnom radu susreću s ovom problematikom imali uvid u taj okvir. U zaključku, polazeći od dijagnoze kulture, na temelju crkvenog učiteljstva i kršćanske antropologije donosimo vrijednosti sud i moguće putove prevladavanja problema.

Ključne riječi: Djeca, roditelji, društvene mreže, odgovornost, narcistička kultura, slika Božja

UVOD

Pravila o izvještavanju o djeci u medijima sadržana su u dokumentima kao što su Etički kodeks novinara, Zakon o medijima, Zakon o elektroničkim medijima i drugi. Mediji su postali sastavni dio života djece. Djeca danas postaju konzumenti Interneta već u vrtićkoj dobi. Teoretičari su dokazali da mediji imaju važnu ulogu u odrastanju jer utječu na formiranje osobnosti, vrijednosnih sudova i moralnih normi. Razlika je u tome što jedni više pozornosti poklanja-

ju pozitivnom utjecaju, a drugi upozoravaju roditelje na posljedice.¹ U današnje vrijeme, a intenzivnije razvojem društvenih mreža, svatko može biti kreator medijskih, javnih objava. Tu se pojavljuje problem poštivanja pravila ponašanja i odgovornosti korisnika medija. Događa se da fotografije djece i maloljetnika na internet postavljaju njihovi roditelji, rođaci i prijatelji, često uz brojne privatne podatke i osobne informacije, što u konačnici može biti vrlo opasno za dijete. Dok je novinarska struka regulirana kodeksom, nitko ne regulira što roditelji objavljuju o djeci. Zakonom se podrazumijeva da svaki roditelj štiti svoje dijete i radi sve što je u najboljem interesu djeteta, a o eventualnim posljedicama neodgovornog dijeljenja fotografija mnogi ne razmišljaju. U ovome radu daje se kratak uvod u definiciju i razvoj interneta i društvenih mreža, s fokusom na *Facebook*, o pravima i odgovornostima koje imamo dok dijelimo svoje informacije te problemu etičnosti objavljivanja fotografija (vlastite) djece.

1. INTERNET – MEDIJ DRUŠTVENE INTERAKCIJE

Još je 2001. godine Manuel Castells u svojoj knjizi *Internet galaksija* napisao: „Internet je tkivo naših života”.² Internet je oblik novog medija koji omogućuje komunikaciju mnogih s mnogima, u bilo kojem trenutku i na bilo kojim mjestima u svijetu. Kasnih devedesetih prošloga stoljeća i početkom 2000. godine, od specijaliziranog medija kojim su se uglavnom koristili računalni stručnjaci i akademski građani, prerastao je u masmedij.³ Budući da je sada postao dostupan svima, pretvorio se u medij društvene interakcije, i kao što je Gutenbergov tiskarski stroj stvorio tzv. Gutenbergovu galaksiju, tako je novi oblik komunikacije stvorio Internet galaksiju. Ubrzo su se počeli razvijati alati za komunikaciju, poput elektroničke pošte, foruma i društvenih mreža. Prema podacima iz 2012. godine u Hrvatskoj je 63 % stanovništva koristilo se internetom, a 58 % ispitanih koristilo ga je u svrhu korištenja društvenih mreža, što je i logično uzmemo li u obzir da najveći dio korisnika pripada mlađoj generaciji, od 15. do 24. godine života.⁴ Trenutno je najve-

¹ Ivana Jelić - Nataša Ružić, *Prava djeteta i novinarska praksa - iz perspektive ljudskih prava, vodič za studente*, UNICEF - Dublin Institute of Technology, 2007, 24., dostupno na poveznici: http://www.unicef.org/montenegro/Prava_djeteta_i_novinarska_praksa_-_vodic_za_studente.pdf. (12. 1. 2017.).

² Manuel Castells, *Internet galaksija – razmišljanja o internetu, poslovanju i društvu*, Jesenski i Turk, Zagreb, 2003., 11.

³ Ričard Krejg, *Onlajn novinarstvo*, Clio, Beograd, 2010., 24.

⁴ Usp. McCann Erickson Croatia, Digipark newsletter, 2012., http://digipark.com.hr/digipark-newsletter/digipark_newsletter_01_2012/index.html, (5. 7. 2016.).

ća globalna društvena mreža *Facebook*. Prema podacima *Statista* iz travnja ove godine, u svijetu je 1,59 milijardi aktivnih korisnika *Facebooka* mjesečno.⁵ U Hrvatskoj je on prisutan od rujna 2006. godine, a u 11 godina postojanja broj aktivnih korisnika u Hrvatskoj popeo se na milijun i pol, što je trećina cjelokupnog stanovništva. Iz brojčanih podataka vidimo pravi opseg popularnosti ove mreže i brzinu kojom se razvija. Internet je od medija namijenjenog manjini postao globalno sredstvo komunikacije i razmjene informacija. Više ne možemo zamisliti ni jedan dan bez interneta i usluga koje nam omogućuje. Život u umreženom društvu donio je brojne pogodnosti, ali i brojne opasnosti. S pojavom interneta lokacija se odvojila od društvenosti, što znači da više ne moramo biti na istome mjestu, već to možemo učiniti upotrebom programa *Skype* koji prenosi video snimku u realnom vremenu.

Primjena interneta vezana je uz posao, obitelj i svakodnevni život te se pojavio nov kontekst za proučavanje identiteta, onog virtualno konstruiranog. Postali smo društvo „umrežene individualnosti, kultura stvarne virtualnosti”. No ipak, ljudi koji na računalu žive paralelne živote ipak su vezani sa stvarnošću i tjelesnošću. *Online* komunikacija svakako ima učinak na obrasce svakodnevnog života, a jesu li oni pozitivni ili negativni, pitanje je o kojem se često raspravlja.⁶

2. DRUŠTVENE MREŽE – FACEBOOK. KRATKA POVIJEST

„Društvene mreže definiramo kao usluge smještene na *webu* koje omogućuju individualcima kreiranje javnog ili polujavnog profila omeđenog unutar sustava, zatim definiranje liste drugih korisnika s kojima se povezuju te popis svojih i tuđih veza.”⁷ Jednostavnije

⁵ Usp. Statista.com, Leading social networks worldwide as of April 2016, ranked by number of active users (in millions), na: <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, (5. 7. 2016.).

⁶ Manuel Castells, *Internet galaksija – razmišljanja o internetu, poslovanju i društvu*, 131-225.

⁷ Nicole B. Ellison - Danah M. Boyd, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2008.) 210–230; International Communication Association, <http://www.home-electronics.ch/HomeElectronic/Files/Web/Dossier/VL%203%20SNS%20History.pdf>, osobni prijevod s engleskog, „We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.”

rečeno, na primjeru društvene mreže *Facebook* to znači da možemo otvoriti profil s točnim identifikacijskim podacima kao što su ime, prezime, godina rođenja i slično, povezati se s ljudima dodajući ih na tzv. listu prijatelja pod uvjetom da oni to prihvate, možemo gledati profile svojih prijatelja i popis njihovih prijatelja kao i obrnuto; imamo još mnogo mogućnosti, poput dijeljenja raznih sadržaja poput fotografija, videozapisa, dokumenata, *chat* čavrljanje s prijateljima, zajednički rad u tajnim ili javnim grupama, posjećivanje i izrada stranica i tako dalje.

Godine 1997. uzima se kao godina rođenja društvenih mreža. Tada je nastala prva društvena mreža u današnjem smislu riječi pod nazivom *Six Degrees*. Ona je korisnicima omogućavala stvaranje profila, liste prijatelja te pretraživanje liste drugih korisnika. Zamisljena je kao virtualno mjesto za komunikaciju, no 2000. godine zbog nedovoljnog interesa korisnika, nenadgrađivanja mreže i manjka prihoda *Six Degrees* je propala.⁸ Vjerojatno je propala i zato što veliki dio potencijalnih novih korisnika u to vrijeme nije imao brzu internetsku vezu. Možemo reći da je jednostavno nastala prerano. Do 2000. godine oko 100 milijuna ljudi imalo je pristup internetu i sve više korisnika počelo ga je upotrebljavati za komunikaciju, *chat*, pronalazak partnera i raspravljanje o raznim temama. Prvi veliki val u razvoju društvenih mreža nastao je 2003. pojavom *My Spacea*, *LinkedIna* i još nekolicine manje popularnih mreža. Dok je *My Space* bio opća društvena mreža, *LinkedIn* je bio, a i danas je, namijenjen poslovnim ljudima kojima omogućuje povezivanje, zajednički rad na mreži, pronalazak poslova i druženje.

Početak 2004. godine Mark Zuckerberg osmislio je društvenu mrežu namijenjenu isključivo studentima Sveučilišta Harvard. Da bi mu se pridružili, korisnici su trebali imati *harvard.edu* e-mail adresu. Uvidjevši interes i korisnost, *Facebook* je 2005. postao dostupan svima na *web* adresi *facebook.com*. Jedna od važnih značajki koja je također razlikovala *Facebook* od prethodnih društvenih mreža bila je mogućnost dana vanjskim programerima da izrađuju aplikacije koje će korisnicima omogućiti personalizaciju profila i obavljati razne zadatke poput uspoređivanja koje filmove korisnici vole, izrade grafikona povijesti putovanja i slično.⁹

Godine 2006. nastala je društvena mreža *Twitter*, inspirirana kratkim SMS porukama koja je omogućavala korisnicima dijeljenje

⁸ Usp. Keith Terrel, *The History of Social Media*, <http://historycooperative.org/the-history-of-social-media/>, (7. 7. 2016.).

⁹ Usp. Nicole B. Ellison – Danah M. Boyd, *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 218.

statusa do 140 znakova, tzv. tvitova. Do danas su se razvile mreže kao što su *Instagram*, *Flickr*, *Tumblr*, *Pinterest*, *SnapChat* i druge, koje su također vrlo zastupljene, posebice među mlađim generacijama.

3. FACEBOOK – DVOSJEKLI MAČ

„Masovni mediji nisu samo vijesti i informacije. Nisu ni puka zabava. A nisu ni moćno edukativno sredstvo, već su to sve zajedno. Masovni nam mediji u kuću, obitelj, radnu sredinu, unose jedan svjetonazor koji baš i ne želimo uvijek prihvatiti, ali ga ne možemo niti odbaciti”¹⁰ Misija je *Facebooka* dati ljudima moć dijeljenja i učiniti svijet otvorenijim i povezanijim. Svakoga dana ljudi posjećuju *Facebook* kako bi podijelili svoje priče, vidjeli svijet očima drugih te se povezali s prijateljima.¹¹ Osim što bi trebao služiti povezivanju ljudi, *Facebook* je često mjesto virtualnog nasilja, *bullyinga*, krađe identiteta, lažnog predstavljanja.

U izjavi o pravima i odgovornostima navedene su stavke za pravilno ponašanje te koja su prava i odgovornosti korisnika, poput: „Nećete se služiti *Facebookom* ako ste mlađi od 13 godina” i „Nećete se služiti *Facebookom* ako ste osuđivani za seksualne zločine”.¹² Iako su svi korisnici kliknuli kvačicu da će se pridržavati navedenih pravila prilikom registracije svojega profila na *Facebooku*, to ne znači da su ih i pročitali i da će ih se držati. Od početka dostupnosti *Facebooka* globalnim korisnicima prošlo je oko 10 godina i u tom se razdoblju primjećuju promjene na korisnicima. Neke promjene toliko su ekstremne da se mlađa generacija korisnika naziva „generacijom F” ili „generacijom *Facebook*”. To je generacija mladih koja je odrasla uz društvene mreže, najčešće na svojim pametnim telefonima i računalima. Društvene mreže promijenile su način komunikacije licem u lice u „ekran u ekran”. Za generaciju F, *online* komunikacija jednako je važna kao i ona s ljudima u okolini, a promijenili su se i stavovi o udaljenostima, tako da danas možemo iz svog malog stana u Osijeku komunicirati s prijateljima iz Azije, Amerike, Australije...

¹⁰ Stjepan Malović, *Mediji i društvo*, ICEJ, Zagreb, 2007., 9.

¹¹ Facebook.com, *Propisi zajednice*, <https://www.facebook.com/communitystandards> (6. 7. 2016.); osobni prijevod s engleskog, „Our mission is to give people the power to share and make the world more open and connected. Every day, people come to Facebook to share their stories, see the world through the eyes of others and connect with friends and causes.”

¹² Facebook.com: Izjava o pravima i odgovornostima, <https://www.facebook.com/legal/terms/update>, (6. 7. 2016.).

Lokacija se odvojila od društvenosti,¹³ više nije bitno biti na istome mjestu u isto vrijeme da biste s nekim razgovarali, već je dovoljno biti za računalom. Vrijeme i prostor su se zgusnuli. Takva sloboda i širina komunikacije vuče za sobom i brojne opasnosti, posebice za maloljetne korisnike, koji često, u suprotnosti s pravilima, imaju otvoren profil i prije 13. godine. Nemaju svi korisnici jednake i dobre namjere. Jedan od velikih problema je uvjetovanost pristupa *web* stranicama razmjenom podataka – „većina ljudi odbacuje pravo na privatnost kako bi mogli koristiti Internet (...) Osobni podaci postaju zakonsko vlasništvo net poduzeća i klijenta”.¹⁴ Nesvjesni opasnosti, otkrivamo previše osobnih podataka na internetu, a ako slučajno to sami ne otkrijemo, opet smo umreženi s drugim ljudima koji to mogu učiniti nenamjerno. Negativnih posljedica društvenih mreža je previše da ih se sve nabroji, ali među najvažnijima možemo izdvojiti ovisnost o opsesivnom korištenju interneta, narcisoidnost i izgradnju baumanovskog „tekućeg društva” u kojem osobe konstruiraju svoj imidž u skladu s trendovima, što u konačnici dovodi do osobe nesigurne u sebe i svoj identitet. Također, *online* komunikacija mijenja obrasce stvarne komunikacije. *Facebook* je u tom smislu vrijednosno ambivalentan, kao dvosjekli mač. Koliko god bilo opasno dijeljenje informacija s cijelim svijetom, toliko je i korisno biti u mogućnosti komunicirati s udaljenom rodbinom i prijateljima, ljudima istih interesa i poslovnim partnerima. Dobre strane *Facebooka* odnose se primjerice na oglasni prostor. Svatko može izraditi stranicu na kojoj će pokazati svoje talente, posao i ono čime se bavi, pronaći potencijalne klijente, brzo i lako, a sve to potpuno besplatno, plaćajući samo cijenu interneta. Idealno je to mjesto za marketing i dopiranja do ciljane skupine potencijalnih kupaca. A biti prisutan i dostupan, danas je vrlo značajno, posebice za poslovni svijet. Društvene mreže omogućuju upoznavanje drugih ljudi, njihovih interesa i okoline. Upoznajući ljude s drugog kraja planeta, upoznajemo i njihovu kulturu, običaje, navike i preferencije. Svijet je globalno selo koje sve više smanjuje svoje prostorno-vremenske granice.

Umreženo društvo usvaja i umrežene obrasce ponašanja. To može biti pozitivno, ali i negativno. U pozitivnom smislu primjerice svi usvajamo engleski kao jezik svjetske komunikacije i možemo se sporazumjeti gotovo sa svima. Umreženost je temelj suvremenog poslovanja i razmijene informacija koje su brze i jeftine. Također, umreženost omogućuje učenje na daljinu, stručno osposobljavanje,

¹³ Manuel Castells, *Internet galaksija – razmišljanja o internetu, poslovanju i društvu*, 131.

¹⁴ *Isto*, 193.

razne tečajeve, tutorijale, ali i kreativne ideje, poticaje, razonodu i zabavu. U negativnom smislu, svi postajemo slični jedni drugima; svi pratimo iste trendove, koji najčešće dolaze sa Zapada, isto se odijevamo, komuniciramo istim obrascima, koristimo iste proizvode, konzumiramo gotovo iste medijske sadržaje i proizvode popularne kulture u tom procesu mrežne homologizacije. Svi smo umreženi kozmopoliti, građani svijeta, koji se razlikujemo samo po fizičkom mjestu na kojem trenutno sjedimo i tipkamo na svome računalu ili drugom uređaju koji ima pristup internetu.

4. INFORMACIJE KOJE DIJELIMO – PRAVA I ODGOVORNOST

Čovjek živi u okruženju drugih ljudi i razvija se međusobnom interakcijom. Interakcija, među ostalim, podrazumijeva razmjenu informacija, a njih možemo podijeliti na javne i privatne. Javne su otvorene, neskrivene, koje dijelimo sa svojom okolinom, a privatne su one koje pripadaju intimnom, obiteljskom životu, povjerljive i nećemo ih otkrivati svakome. U današnje vrijeme granica između javnoga i privatnog u mnogih se ljudi počela brisati, intenzivnije pojavom društvenih mreža. Ljudi su postali otvoreniji prema drugima, dijeleći ono što se prije smatralo intimnim i privatnim, a tome su se prilagodili i mediji. Malović je to sažeo ovako: „Što je društvo otvorenije i što su izvori informiranja otvoreniji, to su i mediji otvoreniji. (...) Utvrđivanjem otvorenosti medija, utvrđujemo i stupanj otvorenosti društva.”¹⁵ Za ono što sami dijelimo, sami odgovaramo. Ako objavimo neki privatni sadržaj na internetu ili drugom masmediju, moramo biti svjesni da svaki medij ima svoja pravila i uvjete, kao i specifična ponašanja. Što se tiče *Facebooka*, on jasno izlaže svoja „Načela usluge *Facebook*”, „Pravila o upotrebi podataka”, „Standarde zajednice” i „Izjavu o pravima i odgovornostima”. U dokumentu „Načela usluge *Facebook*” nalazi se popis deset načela i njihovih pojašnjenja. Među njima važno je izdvojiti prva četiri. Prvo načelo glasi: „Sloboda dijeljenja i povezivanja”, a odnosi se na slobodno dijeljenje svih informacija koje korisnici žele podijeliti. Drugo načelo odnosi se na „vlasništvo i kontrolu informacija” i kaže da osobe trebaju posjedovati informacije koje dijele, slobodno ih dijeliti s kime žele, te postaviti kontrole privatnosti, no „te kontrole, međutim, ne mogu ograničiti način na koji će primatelji informacija koristiti te informacije, osobito kada se radi o upotrebi izvan uslu-

¹⁵ Stjepan Malović, *Mediji i društvo*, 9.

ge Facebook”.¹⁶ To znači da bez obzira stavili mi primjerice na svoje fotografije opciju da je vidljiva samo prijateljima, i oni je mogu zlorabiti ili dijeliti dalje ljudima kojima mi osobno nismo dopustili pristup. Treće načelo je „slobodan protok informacija”, a kaže da svatko može pristupiti svim informacijama do kojih mu je omogućen pristup; naposljetku, četvrto načelo glasi „temeljna jednakost” i odnosi se na pristup i distribuciju informacija koji trebaju biti dostupni svakoj osobi, pojedincu, programeru, oglašivaču, ukratko svakom korisniku interneta. Već iz ova četiri načela možemo vidjeti da naš „privatni profil” na *Facebooku* uopće nije privatni, već je kao i ostali sadržaj na internetu javan i dostupan svima na korištenje.

U Pravilima također piše da u bilo kojem trenutku možemo izbrisati svoj *Facebook* račun, a kada se obriše, obrisat će se i sadržaji koje smo objavljivali (fotografije, statusi...), (*Facebook.com*, Pravila o upotrebi podataka).¹⁷ No to ne znači da će se obrisati ako su ih podijelili naši prijatelji ili ako su nas oni označili u svojim objavama te ako ih je netko kopirao na neke druge stranice, spremio na svoje računalo i slično. Javno je objavljen i slučaj iz godine 2011., kakvih je mnogo, kada je skupina studenata prava zatražila od *Facebooka* sve podatke koje imaju o njima, te se iznenadila da su na CD-u dobili ispis svih podataka, pa čak i privatnih poruka koje su odavno obrisali. Kada korisnik nešto obriše, to mu tada postane nedostupno, ali se zapravo i dalje nalazi na *Facebookovim* serverima.¹⁸

Kada govorimo o zlouporabi prava, *Facebook* profili najčešći su oblici krađe identiteta. Kako je lažno predstavljanje u stvarnom životu kažnjivo, neki ljudi na društvenim mrežama pokušavaju biti nešto što nisu i često s takvih profila dolaze diskriminacija i govor mržnje. Kako bi to spriječio, *Facebook* je odlučio legitimirati sumnjive korisnike. Ukoliko se posumnja da profil nije pod pravim imenom i prezimenom,¹⁹ korisnik će dobiti jedan obrazac i morat će poslati jedan službeni dokument, primjerice kopiju osobne iskaznice. Lažne profile u pravilu koriste seksualni predatori maloljetne djece.

Naše je pravo raspolagati vlastitim informacijama i slobodno se izražavati, ali isto tako za svaki sadržaj koji objavimo snosimo osobnu odgovornost. Svaka društvena mreža ima propisana pravila ponašanja na koja korisnici pristaju prilikom registracije. Kako god bilo, zaključiti možemo da ono što je jednom stavljeno na inter-

¹⁶ <https://www.facebook.com/principles.php> (6. 7. 2016.).

¹⁷ <https://www.facebook.com/communitystandards>, (6. 7. 2016.).

¹⁸ <https://www.facebook.com/communitystandards>, (6. 7. 2016.).

¹⁹ <https://www.facebook.com/communitystandards>, (6. 7. 2016.).

net, ondje i ostaje. Stoga je najbolje paziti što dijelimo i s kime, te ne objavljivati sadržaje koji na bilo koji način mogu ugroziti našu ili tuđu sigurnost u bilo kojem pogledu. Zbog sve raširenije komunikacije putem masovnih medija i društvenih mreža, naši su podaci dostupniji i ranjiviji nego ikad, a kao jedno od rješenja je edukacija korisnika interneta o pravima, odgovornostima te opasnostima korištenja najraširenije svjetske informacijske mreže.

5. PROBLEM ETIČNOSTI OBJAVLJIVANJA FOTOGRAFIJA DJECE I RODITELJSKA ODGOVORNOST

Prema Sapunarovim riječima, i u kontekstu medija, etika je teorija morala ili znanost o moralu, ispravnom ponašanju čovjeka, odlučivanju što je dobro, a što zlo.²⁰ Etička pravila sažeta su u tzv. etičkim kodeksima, a oni su „kratki, jasni i precizni dokumenti koji jasnim jezikom izriču moralne vrijednosti određenih struka i profesija, tj. njihovu poslovnu etiku”. Njihova je temeljna svrha „kratko, jasno i precizno iskazati što je izričito zapovjedbano, zatim zabranjeno i što je naprosto dopušteno činiti, tj. nije niti zapovjedbano, niti zabranjeno”.²¹ Prvi je korak pri odlučivanju je li nešto moralno ili nemoralno sagledati sve činjenice. No ni to nije dovoljno jer činjenice kažu ono što jest, ali ne i ono kako bi trebalo biti. Filozofija je razvila nekoliko različitih pristupa vrijednosti za razrješenje moralnih dvojbi. Pa tako primjerice utilitaristički pristup kaže da su „moralno ispravna djelovanja ona koja za posljedicu imaju više dobra nego zla”.²² Hoće li objavljene fotografije djece na internetu roditeljima i djeci donijeti više dobra ili zla? Dok društvene mreže nisu bile toliko razvijene, govorilo se o novinarskoj etici objavljivanja informacija o djeci i maloljetnicima. Novinari i mediji bili su ti koji su morali paziti koje podatke objavljuju, što je vidljivo iz Zakona o medijima: „Mediji su dužni poštovati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast građana, a osobito djece, mladeži i obitelji. Zabranjuje se objavljivanje informacija kojima se otkriva identitet djeteta, ukoliko se time ugrožava dobrobit djeteta.”²³ Također, prema članku 12. točke 3. Zakona o elektroničkim medijima nije dopušteno objaviti informacije koji-

²⁰ Marko Sapunar, *Osnove znanosti o novinarstvu* (četvrto izdanje), ITG, Zagreb, 2004., 323.

²¹ Borna Jalšenjak - Kristijan Krkač, *Poslovna etika, korporacijska društvena odgovornost i održivost*, Mate d. o. o, Zagreb, 2016., 178-179.

²² *Isto*, 364.

²³ <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/311969.html>, (7. 7. 2016.).

ma će se otkriti identitet djece do 18. godine života uključene u bilo kakve slučajeve nasilja, te iznositi pojedinosti iz djetetovih obiteljskih odnosa i privatnog života.²⁴

U hrvatskom zakonodavstvu postoje propisi koji omogućuju da se kazneno prijavi onoga tko iznosi podatke o djetetu bez odobrenja roditelja, ali i bez djetetove suglasnosti, no oni se uglavnom referiraju na objave u medijima, a ne na same roditelje.²⁵ Razvojem interneta i društvenih mreža roditelji i ostali korisnici postali su kreatori sadržaja što ga postavljaju *online*. Dok novinare reguliraju zakoni i kodeksi, ostale korisnike, pa i roditelje djece, ne može se tako lako upozoriti na nepromišljeno ponašanje na internetu i možebitne posljedice. Uglavnom se pretpostavlja da će roditelji znati što je najbolje za njihovo dijete te zaštititi interes i privatnost djeteta. Prema članku 95. Obiteljskog zakona „Roditelji imaju pravo, dužnost i odgovornost nadzirati dijete u njegovu druženju s drugim osobama, kao i komunikaciju na društvenim mrežama, odnosno drugim oblicima elektroničke komunikacije te mu zabraniti druženja i komunikaciju koji nisu u skladu s djetetovom dobrobiti.” No tko će nadzirati roditelje i druge osobe koje iznose privatne informacije djece na internetu? Iako u Hrvatskoj nema puno zabilježenih slučajeva koji uključuju prijave djeteta protiv roditelja zbog objave podataka na *Facebooku*, međusobnih prijava roditelja ima više nego dovoljno. Roditelji imaju dobru namjeru objavljujući simpatične fotografije koje žele podijeliti s udaljenom rodbinom i prijateljima, no često ne shvaćaju da nemaju svi korisnici jednake namjere i da se informacije u virtualnom svijetu mogu vrlo lako zlouporabiti. Godine 2015. Sveučilište u Michiganu izradilo je studiju o osviještenosti roditelja o utjecaju društvenih mreža. Rezultati su pokazali da je 74 % ispitanika imalo dvojbe oko postavljanja fotografija beba i djece na internet, no ponukani potezima okoline i društva, ipak su ih objavili. Ista studija otkrila je da je uz više od polovine fotografija bio pridružen dovoljan broj informacija da se otkrije lokacija djeteta,²⁶ što je posebno zabrinjavajuće u kontekstu porasta pedofilskih zavodjenja putem interneta. Opasnosti koje prijete na internetu, poput krađe identiteta, *cyberbullyinga*, pa čak i stvarnih otmica djece, kako kaže isto istraživanje, sve su učestalije. Možda je razlog naše neopreznosti što su društvene mreže relativno mlad alat te nije prošlo

²⁴ http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_12_153_3740.html, (7. 7. 2016.).

²⁵ <http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/roditeljima-prijete-kazne-zbog-objavljivanja-informacija-djece-na-internetu---428554.html>, (7. 7. 2016.).

²⁶ *Isto*.

dovoljno vremena da bismo mogli sagledati sve posljedice i njihovu ozbiljnost. Stručnjaci savjetuju da ne trebamo baš sve informacije iz svog privatnog života dijeliti javno. Želimo li se pohvaliti uspjesima svoje djece ili podijeliti fotografije važnih trenutaka, uvijek je to bolje, ako se baš mora *online*, učiniti putem nekih zaštićenijih alata poput *e-maila* u kojima točno znamo tko su primatelji.

Članak 127. Obiteljskog zakona kaže: „Roditelji su dužni i odgovorni štiti prava i dobrobit djeteta”.²⁷ To ne znači misliti samo na sadašnji trenutak, već misliti na dugoročnu dobrobit djeteta. Trebamo se zapitati što će biti u budućnosti? Kako će današnje objave informacija i fotografija djece utjecati na njihovu budućnost? „Prema francuskom zakonu o privatnosti, svatko tko objavi fotografiju druge osobe bez njezina pristanka mogao bi biti kažnjen novčanom kaznom do 45 tisuća eura ili kaznom zatvora u trajanju od godine dana (...) Pravni stručnjaci upozoravaju i da bi sama djeca zbog objave fotografija mogla tužiti roditelje i od njih zbog povrede privatnosti tražiti odštetu.”²⁸ U Kaznenom zakonu Republike Hrvatske članku 178 također su određene sankcije, i to kako slijedi: „Tko iznese ili pronese nešto iz osobnog ili obiteljskog života djeteta, protivno propisima objavi djetetovu fotografiju ili otkrije identitet djeteta, što je kod djeteta izazvalo uznemirenost, porugu vršnjaka ili drugih osoba ili je na drugi način ugrozilo dobrobit djeteta, kaznit će se kaznom zatvora do jedne godine.”²⁹ Također je navedeno da je, ako se to učini dostupnijim većem broju ljudi putem medija, kazna za to do dvije godine zatvora, a ako to učini službena osoba ili u obavljanju profesionalne dužnosti, kazna je do tri godine zatvora. Određenje „profesionalne dužnosti” odnosi se i na novinare jer oni najčešće i prenose vijesti vezane uz djecu. Njihova je zadaća kao novinara i medijskih stručnjaka poštivanje profesionalnih i etičkih standarda, posebice kada je riječ o slučajevima u kojima se spominju djeca. Novinarsko ponašanje definirano je Etičkim kodeksom, a članci koji se odnose na temu ovoga rada su članak 14., prema kojem novinar treba štiti čovjekovu intimu od senzacionalističkog i svakog drugog neopravdanog otkrivanja u javnosti te poštovati pravo na privatnost; u članku 16. rečeno je da vijesti o samoubojstvima i ubojstvima treba svesti na najmanju moguću mjeru s posebnim obzirom kada je riječ o djeci. Člancima 19. i 20. definirano je sjedeće:

²⁷ <http://www.zakon.hr/z/88/Obiteljski-zakon>, (6. 7. 2016.).

²⁸ <http://www.vecernji.hr/drustvene-mreze/policija-upozorava-prestanite-objavljivati-fotografije-djece-na-facebooku-1065157>, (7. 7. 2016.).

²⁹ <http://www.zakon.hr/z/98/Kazneni-zakon>, (6. 7. 2016.).

„19. Novinar ne smije intervjuirati niti fotografirati dijete (do 14 godina) bez njegovog pristanka i bez nazočnosti i pristanka roditelja ili druge odrasle osobe odgovorne za dijete. Ako takav pristanak i postoji, nedopustivo je intervjuiranje ili fotografiranje djeteta kojim bi mogla biti ugrožena njegova dobrobit. Isto vrijedi i za bilo koji drugi postupak kojim se izravno ili neizravno otkriva identitet djeteta. Dobrobit djeteta nadređena je javnom interesu.” „20. Novinar ne smije otkriti identitet djeteta ili maloljetnika uključenog u slučajeve seksualnog zlostavljanja ili bilo kojeg drugog oblika nasilja ili kaznenog djela, bez obzira je li dijete ili maloljetnik svjedok, žrtva, osumnjichenik ili okrivljenik. Medijski prilozi o takvim slučajevima ne smiju omogućiti identifikaciju djeteta ili maloljetnika. Identitet djeteta ili maloljetnika dopušteno je otkriti samo iznimno, kada je to u javnom interesu i ne ugrožava dobrobit djeteta ili maloljetnika, te uz pristanak roditelja ili skrbnika djeteta ili maloljetnika, ili kada to radi dobrobiti djeteta traže državna tijela.”³⁰

No što je s djecom koja se samostalno služe računalom i društvenim mrežama, prije navršene dobne granice? Kako to kontrolirati? Izuzevši pravne kazne i sankcije, dječji psiholozi upozoravaju da bi nepromišljeno *online* ponašanje roditelja moglo ostaviti psihološke i socijalne posljedice na djecu. A što je s ponašanjem same djece? Mediji su pridonijeli činjenici da djeca izgube pravo na djetinjstvo i pretvore se u „starmale”.³¹ Nova generacija odrasta uz ekrane i sve se manje druži uživo sa svojim vršnjacima, a generacija djece koja je trenutno još mala i čije fotografije roditelji upravo objavljuju na društvenim mrežama, tek će kasnije spoznati posljedice. Djeca također imaju pravo izraziti svoje mišljenje, a da ih se pita žele li da za nekoliko godina njihovi vršnjaci iz razreda gledaju sramotne fotografije na *Facebooku* njihovih roditelja ili pak budući poslodavci - možemo dvojiti o odgovoru. No, odgovornost je, i zakonski i moralno, na roditelju, a ne na djetetu, pa i u slučaju da djeca sama to čine. Brojni korisnici *Facebooka* zapravo su djeca mlađa od 13 godina, kojima često i sami roditelji znaju napraviti profil, ili im dopuštaju da preko njihovog profila koriste usluge te društvene mreže, uglavnom radi igranja igrice. Kakvu to poruku šalje djetetu? Da je *Facebook* zabavna stranica na kojoj se može igrati s ljudima iz cijelog svijeta i da mu roditelji to odobravaju. Društvene mreže tako postaju sastavni dio života i, odrastajući uz njih, djeci daju dojam

³⁰ www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinarana, (3. 3. 2017.).

³¹ Ivana Jelić - Nataša Ružić, *Prava djeteta i novinarska praksa - iz perspektive ljudskih prava, vodič za studente*, 45. Riječ „starmal” je novokovanica koja označava dijete koje se ponaša i priča kao odrastao čovjek.

bezopasnog alata koji služi isključivo zabavi. Roditelji, djeca, njihovi prijatelji i svi ostali korisnici svakodnevno dodaju nove sadržaje i fotografije djece, ne zamarajući se potencijalnim opasnostima koje iz toga mogu proizaći.

Ne možemo pretpostaviti u kojem će se smjeru idućih godina razvijati tehnologija, no već sada znamo da se najprije razvije i unaprijedi tehnologija te započne njezina primjena, a tek naknadno se raspravlja o njezinoj etičnosti. Isto je i s ljudskim ponašanjem na internetu. Mnogi najprije nešto objave, a tek onda razmišljaju jesu li učinili ispravnu stvar. Kao što je već spomenuto, ono što se jednom objavi na internetu, ondje zauvijek i ostaje. Ne možemo kontrolirati tko će, kada, gdje i na koji način upotrijebiti naše informacije. Gledati dalje od svoga nosa i razmišljati unaprijed o posljedicama odlika je razumnih ljudi.

U posljednjih nekoliko godina mediji su počeli prenositi objave s *Facebooka* kao vijesti; primjerice, status političara na *Facebooku* služi kao relevantan izvor vijesti umjesto uzimanja klasične izjave. Javnost bi preko toga još nekako i prešla, ali kontroverze izazivaju prenošenja fotografija i osobnih podataka osoba koje nisu javne. Drastičan je primjer iz prosinca prošle godine kada se dogodila tragedija u kojoj je stradalo četvero mladih Slavonaca vraćajući se kući za praznike. Gotovo svi portali, od *24 sata*, *Večernjeg*, *Net.hr*, *Glasa Slavonije* i drugih te brojnih bosanskih portala, prenijeli su fotografije preminulih preuzete s njihovih *Facebook* profila te statuse koje su zadnje objavili.³² Iako se ne radi o maloljetnim osobama, postoje i primjeri u kojima se iznose fotografije djece, a često se takve vijesti kopiraju i prenose iz svjetskih medija. Koliko je etički ispravno uzimati fotografije podijeljene na privatnom profilu i je li traženo dopuštenje od roditelja? Trebamo li možda shvatiti *Facebook* kao *online* bazu podataka poput onih koju gledamo u američkim kriminalističkim serijama, gdje svatko po potrebi može uzeti fotografiju osobe i njezine podatke? Sve što se objavi na *Facebooku* javno je ukoliko korisnik u postavkama privatnosti ne označi drugačije, a to očito znači da svatko smije te podatke i fotografije upotrebljavati kako želi, pa čak i novinari na društvenim mrežama mogu pronaći neiscrpan izvor informacija za svoje vijesti.

³² Primjeri nekoliko portala koji su prenijeli fotografije preuzete s *Facebooka*: <http://www.24sata.hr/news/ugasila-se-cetiri-mlada-zivota-oprostili-se-kao-da-su-znali-452973>, <http://www.vecernji.ba/mostar-se-oprasta-od-studenata-1046409>, <http://www.glas-slavonije.hr/288651/8/Radovali-su-se-Bozicu-kod-kuce-a-sada-ih-vise-nema>,

„Brojnim istraživanjima širom svijeta je dokazano da su djeca ‘najtiša’ populacija u društvu.”³³ Djeca, posebice ona mlađa, nemaju jasno izgrađene stavove o ispravnom i neispravnom ponašanju, pravim i moralnim vrijednostima niti razvijeno kritičko razmišljanje, ali to ne znači da se njih ne treba čuti, baš suprotno, jer ona stalno moraju slušati druge: roditelje, starije, medije. „Kako se mediji odnose prema djeci? Djeca su, bez dvojbe, san svih marketinških stručnjaka i njihova medijska vrijednost je bezgranična. Zbog tog se ona moraju posebno zaštititi. Događa se upravo suprotno, da se djeca ubacuju u svijet za čija zla ona ne snose nikakvu odgovornost. No, imidž djece predstavlja nadu u budućnost, djeca su sama po sebi budućnost, pa nije čudno što su medijski eksploatirana.”³⁴

ZAKLJUČAK: NARCISTIČKA KULTURA, BRIGA CRKVE
I VAŽNOST KRŠĆANSKE ANTROPOLOGIJE I AKSILOGIJE

Donijeti etički sud o fenomenu objavljivanja fotografija djece na društvenim mrežama te razumjeti dubinu obrađivanog fenomena nemoguće je bez uvida u kulturu, u duh vremena koji ovakvu raširenu praksu zapravo ne smatra problematičnom, što proizlazi iz same činjenice da ljudi to masovno čine.

Govoreći o problematici naše kulture, Patrizia Manganaro³⁵ njezinu dekadenciju oslikava kroz paradigmu tri mitske figure. Prvu, antičku, simbolizirao je Apolon, s idealom razuma, razbora i mjere, koja je duša kreposnog života. Potom dolazi modernitet, u kojem Apolona zamjenjuje Prometej, koji bogovima otima vatru i želi, odbacivši Boga i religiju, krojiti svijet po vlastitoj mjeri, pri čemu praksa dobiva primat pred kontemplacijom, razumom. To je razdoblje krvavih revolucija, od Francuske do Oktobarske. Nakon toga Zapad, umoran od „velikih naracija” o samospasenju čovjeka koje su skončale u rijekama krvi, prelazi na treću, postmodernu paradigmu, u kojoj, nakon Apolona i Prometeja, dominantni tip je Narcis. To je suvremenost u kojem nakon razuma i samootkpljujućeg revolucionarnog prometejskog praksizma na pijedestal dolazi slika, hipertrofija ega. „U prvim godinama prošlog stoljeća seksologija i psihoanaliza elaborirali su u tehničkom smislu imenicu ‘narcisizam’ koja je potom ušla u opću uporabu, prošavši put od uporabe u psihopatologiji u redoviti rječnik kako bi označila kult privida i samodostatnosti koji

³³ Ivana Jelić - Nataša Ružić, *Prava djeteta i novinarska praksa*, 38.

³⁴ Stjepan Malović, *Mediji i društvo*, 126.

³⁵ Usp. Patrizia Manganaro, *Narcisismo. Tre riflessioni liquide*, Messaggero, Padova, 2016.

pothranjuju ispraznost, umišljenost, autoreferencijalnost, iluziju svemoći i manijakalnu potrebu za vidljivošću.”³⁶ Takvu, današnju kulturu u, sada već klasičnom, djelu Christopher Lash nazvao je „narcističkom kulturom” koja je „sinonim egoizma... metafora koja ilustrira mentalno stanje (kulture i jastva) za koje je svijet zrcalo ega”.³⁷ Slijedom ove argumentacije i „nelagode u (narcističkoj) kulturi” djeca se pojavljuju kao prve žrtve ove patologije, kako ju je opisala psihoanaliza u prošlom stoljeću, a Lash uzdignuo na patologiju kulture, patologiju kolektiviteta.

U takvoj kulturi u kojoj je važnije pojavljivanje nego bivstvovanje, u kojoj slika ima primat nad riječju i smislom (logos), sukladno narodnoj izreci, nepisana „moralna norma” postala je „sliku svoju ljubim”, odnosno na mjesto „spoznaj samoga sebe”, došlo je „gledaj (u) samoga sebe”.³⁸

Govoreći o „sedam glavnih grijeha” (post)moderne kulture, preuzimajući tradicionalnu moralno-teološku katoličku paradigmu i primjenjujući je na suvremenost, kao uvjet mogućnosti narcističkog autoreferencijalnog delirija, Umberto Galimberti spominje gubitak osjećaja srama i njegovo pozitivno vrednovanje, stavljajući besramnost na razinu civilizacijskog problema. U moralnoteološkoj tradiciji, kao i u širem antropološkom smislu, sram je emocija i stav koji ima protektivnu funkciju, posebno kod djece u procesu odrastanja, jer, kako je pisao Mounier, „sram me upozorava da između moje najdublje biti i moje društvene pojavnosti nije moguć identitet”;³⁹ dapače, u tom slučaju, kada se između moje esencije i pojavnosti stavi identitet, nestaje sama esencija, a jastvo postaje puki samoodraz ispražnjen svakog smisla. Zato, govoreći o „besramnosti” kao jednom o „sedam glavnih grijeha današnjice i uvjetu mogućnosti narcističke kulture i internetskog ekshibicionizma koji ne šteti ni djecu”, Galimberti tvrdi: „Duh našega vremena traži ‘publiciranje privatnosti’ zato što, u jednom konzumerističkom društvu gdje roba, da bi uopće bila uzeta u razmatranje, mora biti objavljena. Tako se propagira običaj koji truje i samo ponašanje ljudi koji imaju osjećaj da postoje samo kada se stave na izložbu, zbog čega je, između ljudi i robe, svijet postao ‘izložba’, marketinško izlaganje... tko se na stavi na ‘izložbu’ i nije pod reflektorima, njega ne primjeću-

³⁶ Isto, 8.

³⁷ Christopher Lasch, *La cultura del narcisismo. L'individuo in fuga dal sociale in un'eta di disillusioni collettive*, Bompiani, Milano, 1996., 46.

³⁸ Patrizia Manganaro, *Narcisismo. Tre riflessioni liquide*, 16.

³⁹ Ivica Šola, *Teološka bilježnica. Svijet kroz teološke oči*, Osječki list, Osijek, 2006., 349.

jemo, ne zanimamo se za njega, ne koristimo ga, ne konzumiramo ga, drugim riječima – on ne postoji. Da bismo postojali, moramo se vidjeti.”⁴⁰ Otuda i tjeskoba kod ljudi jer u ovoj narcističkoj „diktaturi transparentnosti” svaka diskretna osoba, osoba koja daje prednost bivstvovanju pred pojavljivanjem čini se sumnjivom, pa je narcistička kultura ujedno i pritisak da od svog života i života svoje djece napravimo „društveno vlasništvo”.⁴¹

Današnje je narcističko društvo vizualno, društvo slike, u kojem *Homo sapiensa* sve više nadomješta *Homo videns*,⁴² pri čemu najranjivije skupine, djeca, postaju objekti, roba za pokazivanje. Na etiku i moral zatvaraju se oči. „Filozofija s djecom, kao proces istraživanja zajednice u koju se razred transformira (*Forschergemeinschaft*), može i treba poslužiti kao katalizator promišljanja i propitivanja rješenja koje ideologijski trendovi promiču zamaskirane u samorazumljive istine.”⁴³ Djeca imaju glas koji treba poslušati, a često su i medijski pismenija od nekih odraslih. Obrazovanje treba postati ključna karika u lancu tehnološke naobrazbe djece i mladih. Informatička, kao i svaka druga medijska pismenost jedina su obrana od medijskog cinizma, neznanja, podložnosti i neodgovornosti, pogotovo kada su akteri iste neodgovornosti prema vlastitoj djeci njihovi roditelji ili najbliža rodbina. U tom smislu i Katolička Crkva u mnoštvu dokumenata, a na eksplicitan način kroz Papinsko vijeće za društvene komunikacija, naglašava važnost roditeljske odgovornosti. Crkva ima afirmativan stav prema novim medijima, no jasno kaže kako „širenje Interneta otvara značajan broj etičkih pitanja s obzirom na privatnost (djece), sigurnost i provjerljivost podataka, autorskih prava, pornografije, stranica koje potiču na mržnju, kao i difamacija pod krinkom vijesti”,⁴⁴ pri čemu izniman naglasak stavlja na roditeljsku odgovornost,⁴⁵ što je također i svrha ovoga rada.

Isti pak dokumenti ističu, što se pastoralnog djelovanja Crkve, kako odgovornost nije samo na hijerarhiji, na biskupima i svećenicima, nego i na katoličkom laikatu koji djeluje pri obrazovnim usta-

⁴⁰ Umberto Galimberti, *I vizi capitali e i novi vizi*, Feltrinelli, Milano, 2003., 86-87.

⁴¹ *Isto*, 91.

⁴² Usp. Giovanni Sartori, *Homo videns*, Laterza, Bari, 2007.

⁴³ Marina Katinić, Koncept budućnosti i misaoni pokusi. U kojoj se mjeri može i treba programirati stvarnost? *Metodički ogledi: časopis za filozofiju odgoja* 19 (2013.) 2, 29-42; dostupno na poveznici http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=152443.

⁴⁴ Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali, *Etica in Internet*, Città del Vaticano, 2002., 6.

⁴⁵ *Isto*, 11.

novama, u školama, na sveučilištima. U tom smislu Hrvatska već ima pozitivan primjer. To je projekt „Djeca medija“⁴⁶ koji su ustrojili i vode istaknuti katolički laici, sveučilišni profesori, te koji kroz niz odgojnih i medijskih aktivnosti čine značajne napore u sprječavanju zlouporabe djece u medijima, pa i od strane vlastitih roditelja.

U kontekstu narcističke kulture autoreferencijalnog ega koji je slika na svoju sliku, potrebno je ukazati i na važnost i aktualnost kršćanske antropologije protiv ove patologije, antropologije u kojoj je čovjek kao slika također u središtu, ali kao slika Božja, drugim riječima, kao biće u relaciji prema Drugom i drugom, a na kao autoreferencijalni narcis. „Biti osoba na sliku Božju znači biti u odnosu, u odnosu s drugom osobom.“⁴⁷ Ne s njezinom pojavnošću (na Internetu), već s drugom osobom shvaćenom u njezinoj esencijalnosti i relacionalnosti, a ne u (virtualnoj) samopojavnosti, gdje je osoba svedena narijetko na objekt i robu, pa tako i djeca.

Čovjek shvaćen kao slika Božja u najdubljim svojim korijenima biće je koje govori, koje se saopćava, biće koje sebe u govoru i kroz komunikaciju jezika daruje drugome. Preduvjet za govor i komunikaciju je susret s drugom osobom. „Ja“ jednoga čovjeka, da bi čovjek uistinu bio čovjek, mora nužno susresti „ti“ onoga drugoga. To je možda jedan od prvih uvjeta za njegovu opstojnost općenito. Ukoliko se čovjek ne bi mogao drugome saopćiti, ne bi mogao ni opstojati. U tom smislu govor je preduvjet u samim čovjekovim korijenima, jer ga je takvim Bog stvorio.

U tom smislu, polazeći od kršćanske antropologije i čovjeka kao slike Drugoga, nipošto se ne odbacuje medij ili društvene mreže kao takve, već samo u onoj dimenziji gdje komunikacija (slikom) čovjeka, dijete, dehumanizira, svodi na „izložbeni eksponat“ u bazaru autoreferencijalnog narcisa i narcističke kulture.⁴⁸

⁴⁶ <http://www.djecamedija.org/> .

⁴⁷ Tako čovjeka definira crkveno učiteljstvo. Vidi, primjerice, Ivan Pavao II., *Mulieris dignitatem*, KS, Zagreb, 1989., 7.

⁴⁸ Nikola Dogan - Ivica Šola, *Razmeđa religije i kulture. Uvod u znanost o religiji*, Sveučilište J. J. Strossmayera, Osijek, 2014., 232.

PUBLISHING CHILDREN'S PHOTOS ON THE INTERNET
AND ETHICAL RESPONSIBILITY OF PARENTS IN THE
CONTEXT OF NARCISSISTIC CULTURE

Summary

For journalists, ethical codes and laws have clearly prescribed the rules for publishing children's photographs in the media, but there is no clear regulation in cases when parents publish the photos of their underage children on social networks. Therefore, this paper examines the issue of parental (ir)responsibility in exposing their own children to the dangers that threaten in such a practice. The first part of the paper presents a brief history of social networks as well as the ethical and legal regulations. In the second part, it points to the very problem of parental moral responsibility for a practice that can negatively affect the identity and psycho-physical development of the child. The aim of this paper is to investigate the issue and to bring in one place the ethical and legal regulations pointing to the gaps therein, so that pastoral workers who face this problem in their daily work have an insight into this frame. In conclusion, starting from the diagnosis of culture, on the basis of church teaching and Christian anthropology, we bring the value judgement and possible the ways of overcoming the problem.

Key words: children, parents, social networks, responsibility, narcissistic culture, image of God