

Zdjęcia dzieci w strojach kąpielowych zostały zebrane na różowym plakacie pod hasłem "Małolatydowzienia.pl". Zostały także przerobione na wzór popularnych w sieci memów i opatrzone opisem „Znajdziesz mnie w sieci” czy „Ściągnij nas do siebie”. Pod wizerunkiem dziecka znajduje się pytanie „Czy wiesz, co inni mogą zrobić ze zdjęciem Twojego dziecka umieszczonym w Internecie?”

Według danych Fundacji Dzieci Niczyje, do publikowania zdjęć swoich dzieci nago lub w bieliźnie przyznaje się co czwarty rodzic dziecka do 10. roku życia. Publikujący je rodzice zazwyczaj nie zastanawiają się, ani do kogo mogą trafić te zdjęcia, ani co będzie się z nimi później działo.

Chcemy zwrócić uwagę rodziców na kwestię ich odpowiedzialności za prywatność dzieci – mówi Łukasz Wojtasik z Fundacji Dzieci Niczyje. Zdarza się, że umieszczając zdjęcie w Internecie tracimy nad nim kontrolę. Próby jego usunięcia skazane są na niepowodzenie, bo każde zdjęcie, które spotkało się z zainteresowaniem Internautów, zostaje natychmiast powielone, jest poddawane przeróbkom, może stać się motywem złośliwych memów – dodaje Wojtasik.

Na wszystkich materiałach znajduje się informacja o projekcie FDN Helpline.org.pl, który służy wsparciem w przypadkach cyberprzemocy wobec dzieci. Jednym z elementów kampanii jest poradnik dla rodziców „Pomyśl, zanim wrzucisz”, w którym znajdują się informacje na temat ustawień i ochrony prywatności na portalach społecznościowych. Jest on dostępny na stronie www.zanimwrzucisz.fdn.pl.

Nie chcemy zabraniać rodzicom publikowania zdjęć dzieci – wyjaśnia Wojtasik. Ale chcemy, żeby to robili odpowiedzialnie i świadomie, wykorzystując narzędzia, które pozwalają na ochronę prywatności ich dziecka. I żeby zdawali sobie sprawę z konsekwencji własnych działań, zarówno tych bezpośrednich, jak i tych odroczonej, kiedy to bezrefleksyjnie opublikowane zdjęcie zostanie dziecku przypomniane, zazwyczaj w najbardziej niefortunnych okolicznościach. Bo Internet nie zapomina – tłumaczy.

Kampania wystartowała 15 lipca i będzie trwała do końca września. Została przygotowana w ramach działań non-profit przez agencję reklamową Publicis.

Źródło: www.kampaniespoleczne.pl