

# “Niemand beweert dat met Instagram alleen de wereld gaat veranderen”

Een kwalitatief onderzoek naar activisme via Instagram bij jongeren naar aanleiding van Black Lives Matter

**Leonie Van Gerven**

R0723432

Masterproef aangeboden tot het behalen van de graad

MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Promotor: Dr. Hanne Vandenberghe

Verslaggever: Emily Lambert

Dagelijkse begeleider: Dr. Hanne Vandenberghe

Academiejaar: 2020-2021

Word count: 17324



# “Niemand beweert dat met Instagram alleen de wereld gaat veranderen”

Een kwalitatief onderzoek naar activisme via Instagram bij jongeren naar aanleiding van Black Lives Matter

**Leonie Van Gerven**

R0723432

Masterproef aangeboden tot het behalen van de graad

MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Promotor: Dr. Hanne Vandenberghe

Verslaggever: Emily Lambert

Dagelijkse begeleider: Dr. Hanne Vandenberghe

Academiejaar: 2020-2021

Word count: 17324



# Inhoud

Lijst van tabellen, afbeeldingen en afkortingen .....	7
Voorwoord.....	8
Samenvatting.....	9
<b>1 Inleiding .....</b>	<b>10</b>
<b>2 Literatuurstudie .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Online activisme .....</b>	<b>11</b>
2.1.1 <i>Een nieuwe vorm van activisme .....</i>	11
2.1.2 <i>Verhouding tussen online en offline activisme.....</i>	12
2.1.3 <i>Activisme via Instagram .....</i>	12
<b>2.2 Racisme: een eeuwenoude strijd .....</b>	<b>13</b>
2.2.1 <i>Wat is (anti-zwart) racisme?.....</i>	13
2.2.2 <i>Antiracisme en allyship.....</i>	14
2.2.3 <i>Intersectionaliteit .....</i>	14
<b>2.3 Black Lives Matter.....</b>	<b>15</b>
2.3.1 <i>Het ontstaan van een beweging .....</i>	15
2.3.2 <i>BLM in 2020.....</i>	16
<b>3 Onderzoeksopzet en onderzoeksvragen .....</b>	<b>17</b>
<b>4 Methode.....</b>	<b>18</b>
<b>4.1 Kwalitatieve benadering .....</b>	<b>18</b>
4.1.1 <i>Kwalitatieve inhoudsanalyse Instagram-berichten.....</i>	18
4.1.2 <i>Kwalitatief diepte-interview .....</i>	18
<b>4.2 Zelfreflectie .....</b>	<b>21</b>
<b>5 Resultaten inhoudsanalyse .....</b>	<b>23</b>
<b>6 Resultaten diepte-interviews .....</b>	<b>27</b>
<b>6.1 Ervaringen van een intense periode.....</b>	<b>27</b>
6.1.1 <i>George Floyd: de start van een intense periode.....</i>	27
6.1.2 <i>Kantelpunt door sociale media.....</i>	28
6.1.3 <i>Discussietopics naar aanleiding van BLM .....</i>	29
6.1.3.1 <i>#blackouttuesday .....</i>	29
6.1.3.2 <i>Protest 7 juni 2020.....</i>	30
6.1.3.3 <i>Leopold II .....</i>	30
6.1.4 <i>Was BLM een hype? .....</i>	31
<b>6.2 Motivaties voor online activisme.....</b>	<b>32</b>
6.2.1 <i>Tijd voor verandering .....</i>	33
6.2.2 <i>Gebruiksgemak platform: bereik en informatie .....</i>	34
6.2.3 <i>Bewustwording creëren .....</i>	34
6.2.3.1 <i>In functie van volgers.....</i>	34
6.2.3.2 <i>Informatie als opstap.....</i>	36
<b>6.3 Instagram als platform voor activisme .....</b>	<b>37</b>
<b>7 Discussie.....</b>	<b>39</b>
<b>7.1 Terugkoppeling naar de literatuur .....</b>	<b>39</b>
<b>7.2 Sterktes en beperkingen van het onderzoek .....</b>	<b>41</b>

<b>7.3</b>	<b>Aanbevelingen</b> .....	<b>43</b>
7.3.1	<i>Vervolgonderzoek</i> .....	43
7.3.2	<i>Beleidsaanbevelingen</i> .....	44
<b>8</b>	<b>Conclusie</b> .....	<b>45</b>
<b>9</b>	<b>Referentielijst</b> .....	<b>46</b>
<b>10</b>	<b>Appendix</b> .....	<b>51</b>
10.1	<b>Appendix A: Gespreksgids</b> .....	<b>51</b>
10.2	<b>Appendix B: Getoonde Instagram-berichten</b> .....	<b>57</b>
10.3	<b>Appendix C: Geïnformeerde toestemming</b> .....	<b>64</b>

# Lijst van tabellen, afbeeldingen en afkortingen

## Tabellen

Tabel 1: Overzicht respondenten.....	19
Tabel 2: Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse.....	24

## Afbeeldingen

Afbeelding 1: Black Lives Still Matter.....	32
Afbeelding 2 & 3: Your summer drink according to your horoscope & Meme systematic racism ...	35
Afbeelding 4: How to ally.....	36
Afbeelding 5: 100 resources to educate yourself.....	37

## Afkortingen

BLM	Black Lives Matter
LGBTQIA+	lesbian, gay, bisexual, transgender, queer, intersex, asexual, +
SMEC	Sociaal-Maatschappelijke Ethische Commissie

## Voorwoord

“Dat beeld van die witte man met zijn knie en de zwarte mens die ligt en gewoon niets kan doen.  
Dat is ook gewoon een beetje een metafoor voor hoe alles in elkaar zit.”

- Emma

Net als respondent Emma keek ik iets meer dan een jaar geleden met grote ogen naar het filmpje van George Floyd. Dat beeld deed me veel beseffen: over de wereld, over sociale media, over racisme, en vooral ook over mezelf en mijn wit privilege. Mensen waren boos en kwamen op straat. Kranten stonden vol. Moeilijke gesprekken werden gevoerd. Instagram veranderde van een platform voor ontspanning en vakantiefoto's naar een platform voor informatie en protest. Communicatie werd actie en actie werd communicatie. Dat beeld betekende veel, betekent veel, heeft altijd al veel betekend en zal helaas ook nog even veelbetekenend blijven.

Deze masterproef is tot stand gekomen na maanden hard werk. Het was een intens proces waarin ik mezelf meermaals ben tegengekomen en waarin ik mezelf steeds uitdaagde om kritisch te blijven en beter te doen. Ik heb enorm veel bijgeleerd onderweg en ben trots op het eindresultaat. Ik ben iedereen die me geholpen en bijgestaan heeft tijdens het proces oneindig dankbaar, zonder jullie was dit nooit gelukt.

In de eerste plaats gaat mijn dank uit naar de negen respondenten die met mij in gesprek zijn gegaan over dit onderwerp. Onze gesprekken waren enorm waardevol en heel leerrijk. Met meer dan 22 uur audio-opname en meer dan 300 pagina's uitgeschreven transcriptie, heb ik mijn thesis kunnen vormen tot wat ze uiteindelijk is geworden. Aan mijn respondenten: jullie zijn stuk voor stuk inspirerende jonge mensen. Bedankt om jullie ervaringen met mij te delen en nog meer bedankt voor alles wat jullie met de wereld delen. Blijf doen wat jullie doen, op Instagram en daarbuiten. De wereld heeft mensen zoals jullie nodig.

Daarnaast zou ik graag mijn promotor Hanne Vandenberghe willen bedanken voor al haar hulp en begeleiding. Zonder haar had ik mij niet in dit onderwerp kunnen verdiepen en ik ben dan ook erg blij dat ze mij de vrijheid heeft geboden om met dit thema aan de slag te gaan. Haar feedback en inzichten waren van onschatbare waarde en hebben deze masterproef ongetwijfeld naar een hoger niveau getild. Bedankt om in me te geloven en me te helpen onderweg – in het bijzonder in de laatste sprint.

Tot slot bedank ik graag de mensen in mijn omgeving die me de afgelopen periode hebben gesteund en aangemoedigd. Bedankt aan mijn vrienden om mij te omringen met positieve energie en een luisterend oor te bieden wanneer nodig – bijzonder bedankt aan zij die hielpen met nalezen en constructieve feedback gaven tijdens het proces. Bedankt aan mijn vriend en zijn moeder om er altijd voor me te zijn en goede raad te geven. Bedankt aan mijn ouders om me onvoorwaardelijk te steunen.

Veel leesplezier!

Leonie Van Gerven  
12 augustus 2021



## Samenvatting

Op 25 mei 2020 stierf de zwarte Amerikaan George Floyd nadat een witte politieagent hem bijna negen minuten lang tegen de grond drukte met zijn knie. Het filmpje van Floyds doodstrijd, gemaakt door een omstaander, verspreidde zich razendsnel via sociale media. Daarop volgde een wereldwijde heropleving van de *Black Lives Matter*-beweging, zowel in de straten als via sociale media, met de vraag naar gerechtigheid voor zwarte levens.

Deze masterproef bestudeert online activisme via Instagram naar aanleiding van die heropleving van BLM. Dataverzameling gebeurde aan de hand van enerzijds een kwalitatieve inhoudsanalyse van 194 Instagram-berichten verschenen in de periode tot twee maanden na Floyds overlijden en anderzijds diepte-interviews gericht op de ervaringen van negen Belgische jongeren die actief berichten over BLM delen. De resultaten bieden een antwoord op volgende onderzoeksvragen (1) Hoe manifesteerde online activisme zich op Instagram naar aanleiding van de dood van George Floyd? (2) Hoe hebben jonge online activisten de periode na de dood van George Floyd ervaren? (3) Waarom doen jongeren aan online activisme? (3a) Hoe vertaalde dit zich tijdens de periode na de dood van George Floyd? (3b) Waarom gebruiken ze hiervoor Instagram?

De kwalitatieve inhoudsanalyse toont vijf categorieën Instagram-berichten in het kader van BLM: educatieve berichten, berichten over politie(geweld), berichten die intersectionaliteit aankaarten, berichten over actuele gebeurtenissen en berichten die oproepen tot actie.

De ervaringen van de jongeren leggen bloot dat zij de periode na Floyds dood intens beleefden, met zowel moeilijke als mooie momenten. Het initiatief *#blackouttuesday*, het grote BLM-protest in Brussel op 7 juni 2020 en de standbeelden van Leopold II zijn belangrijke discussietopics die hun ervaringen mee hebben vormgegeven. Floyds dood wordt unaniem gezien als een kantelpunt voor de antiracisembeweging en hoewel de bevroegde jongeren spreken over een relatief korte periode van verhoogde aandacht, is BLM volgens hen niet zomaar een hype.

Dit onderzoek formuleert een algemeen kader om motivaties van jongeren voor online activisme te begrijpen. Er komen drie samenhangende motivaties naar voren. Ten eerste wordt de keuze voor online activisme gemotiveerd door de nood om verandering teweeg te brengen inzake racisme en andere sociale problematieken. Ten tweede wordt online actie gevoerd omdat sociale media een platform bieden waarop veel mensen te bereiken zijn en veel informatie circuleert. Ten derde willen de bevroegde jongeren via hun platform bewustwording creëren over de problematieken bij hun volgers. Het creëren van sociale verandering vormt dus de ultieme drijfveer voor online activisme en de tweede en derde motivatie geven aan hoe jongeren die verandering willen bekomen.

De respondenten verkiezen Instagram voor online activisme omdat ze er een groot bereik hebben, zowel de structuur als visuele mogelijkheden van het platform zich goed lenen tot activisme en omdat ze het als een positief medium ervaren.

De inzichten uit dit onderzoek dragen bij aan de literatuur door Instagram te bestuderen als platform voor online activisme, de ervaringen van jonge online activisten centraal te plaatsen en de Belgische context te belichten. Het vooropgestelde model van motivaties voor online activisme kan geverifieerd en uitgebreid worden in vervolgonderzoek. Tot slot doet dit onderzoek nog enkele aanbevelingen voor toekomstig onderzoek en beleid.

# 1 Inleiding

“I can’t breathe”

– *George Floyd (2020), Eric Garner (2014)*  
en andere slachtoffers van politiegeweld

8 minuten en 46 seconden. Zolang zat de witte politieagent Derek Chauvin met zijn knie op de nek van de 46-jarige zwarte Amerikaan George Floyd op 25 mei 2020 in Minneapolis. ‘*I can’t breathe*’, zei Floyd meermaals. De 17-jarige Darnella Frazier was ooggetuige en kon het gebeuren filmen. De beelden verspreidden zich razendsnel via sociale media en veroorzaakten wereldwijde verontwaardiging. De sociale beweging *Black Lives Matter* (BLM), ontstaan in 2013 na het onschuldig verklaren van de moordenaar van de Afro-Amerikaans tiener Trayvon Martin, herleefde als nooit tevoren en miljoenen betoogden in solidariteit met Floyd en talloze andere slachtoffers van politiegeweld en racisme (Cole, 2020).

De ophef na het filmpje van Floyds dood legde eens te meer de kracht van sociale media in hedendaags activisme bloot. De mogelijkheden van sociale media om efficiënt informatie en beelden te verspreiden, alsook om informele netwerken te vormen en burgers te mobiliseren, zijn cruciaal in de werking van sociale bewegingen anno 2021 (Greijdanus et al., 2020). In het bijzonder activistische jongeren<sup>1</sup>, die een belangrijke rol spelen binnen sociale bewegingen, maken in hun strijd naar sociale verandering veelvuldig gebruik van sociale media (Earl, Maher, & Elliot, 2017).

Dit verkennend kwalitatief onderzoek bestudeert online activisme op Instagram naar aanleiding van de heropleving van BLM in 2020 vanuit de ervaringen van Belgische jongeren. Dataverzameling is gebeurd via enerzijds een kwalitatieve inhoudsanalyse van 194 Instagram-berichten verschenen in de periode tot twee maanden na Floyds overlijden en anderzijds kwalitatieve diepte-interviews met negen Belgische jongeren die hier actief mee bezig zijn. Zo schetst deze studie een diepgaand beeld van online activisme via Instagram in het kader van BLM en de ervaringen en motivaties van jongeren die hier actief mee bezig zijn.

Voor er kan worden ingegaan op de concrete onderzoeksopzet, is het belangrijk de achtergrond te schetsen. De literatuurstudie in hoofdstuk twee behandelt achtereenvolgens online activisme, racisme en de BLM-beweging. In hoofdstuk drie volgt de onderzoeksopzet met de onderzoeksvragen. Het vierde hoofdstuk verduidelijkt de gehanteerde onderzoeksmethoden en de persoonlijke positie<sup>2</sup> van de onderzoeker. Hoofdstuk vijf zet de resultaten van de inhoudsanalyse uiteen en hoofdstuk zes schetst de belangrijkste bevindingen uit de diepte-interviews. Daarna volgt het discussiegedeelte waar de resultaten worden teruggekoppeld naar de literatuur, sterktes en beperkingen van het onderzoek worden besproken en aanbevelingen worden meegegeven voor toekomstig onderzoek en beleid. Het laatste hoofdstuk biedt een beknopte conclusie.

---

<sup>1</sup> Dit onderzoek verwijst met de term jongeren of jonge mensen specifiek naar jongvolwassenen met een leeftijd van 18 tot 26 jaar. Onderzoeksinstanties zien die leeftijdsgroep als een aparte subpopulatie binnen onderzoek en beleid. Jongeren van die leeftijd bevinden zich in een belangrijke levensfase met unieke uitdagingen en ontwikkelingen (National Academy of Sciences, 2014).

<sup>2</sup> In die passage spreek ik, als onderzoeker, vanuit mijn persoonlijk ik-perspectief. Voor de rest wordt doorheen de paper zoveel mogelijk een overkoepelend onderzoekersperspectief gehanteerd en worden de bevindingen met neutrale toon weergegeven.

## 2 Literatuurstudie

### 2.1 Online activisme

“The revolution will not(?) be Instagrammed”

– variatie op bekende lyrics van Gil Scott-Heron (1971)

#### 2.1.1 Een nieuwe vorm van activisme

Van de bestorming van de Bastille in 1789 over de suffragettes begin 20<sup>ste</sup> eeuw tot BLM vandaag: de mens vecht al eeuwen tegen onderdrukking. Activisme en sociale bewegingen zijn allesbehalve een nieuw gegeven, al zijn de aard en de werking ervan aanzienlijk veranderd door de opkomst van sociale media. Sociale media bieden tal van mogelijkheden voor sociale bewegingen, zoals bewustwording creëren, verhalen en opinies delen zonder invloed van *gatekeepers*, burgers mobiliseren en gelijkgezinden verenigen (o.a. Ince, Rojas, & Davis, 2017; Kidd & McIntosh, 2016; Mundt, Ross, & Burnett, 2018).

Jongeren spelen een cruciale rol in het streven naar politieke en sociale verandering en maken hiervoor veelvuldig gebruik van sociale media (Earl et al. 2017; Honwana, 2019). Dit werd onder meer duidelijk bij de Arabische Lente in 2010. Waar traditionele media in Egypte en Tunesië zwegen over de opstanden, maakten jonge activisten gebruik van sociale media om mensen te informeren over wat er gaande was. Zo konden burgers zich verenigen en werden de gebeurtenissen opgepikt door de internationale pers. Hierdoor is een bredere beweging kunnen ontstaan (Tufekci & Wilson, 2012). Bennett en Segerberg (2012) spreken in die context over *connective action* en stellen dat, in tegenstelling tot traditionele *collective action* waarbij protest centraal wordt georganiseerd door bijvoorbeeld vakbonden of politieke partijen, digitale communicatietechnologieën toelaten dat boodschappen zich gedecentraliseerd verspreiden via individuele netwerken. Hierdoor kunnen mensen efficiënt bereikt worden en zich verenigen via sociale media (Bennett & Segerberg, 2012). Ook BLM valt te rijmen met de logica van *connective action* (Freelon, McIlwain, & Clark, 2016).

Habermas omschrijft de publieke sfeer als een inclusieve ruimte waar publieke belangen worden besproken zonder invloed van status of macht. Mensen kunnen er debatteren over sociale problemen en publieke opinies krijgen er vorm, hetgeen politieke actie kan beïnvloeden. Volgens Habermas beleefde de publieke sfeer hoogtepunten eind 18<sup>de</sup> eeuw, al was inclusiviteit relatief in die tijden, zo werden vrouwen, armen, laaggeschoolden en etnische minderheden grotendeels uitgesloten (Habermas, 1962). Op sociale media kunnen mensen open conversaties houden en hun mening geven, zo vormen ze een extensie van de bestaande of zelfs een nieuwe publieke sfeer (Carney, 2016; Dahlgren, 2005). Bovendien hebben ook groepen die traditioneel werden uitgesloten van zulke gesprekken op sociale media de kans zich uit te spreken en te verenigen (Gerhards & Schäfer, 2010). De publieke sfeer biedt een interessant kader voor de BLM-beweging, waarbij zwarte activisten discussieerden en zich verenigden via Twitter (Carney, 2016).

Uitgebreide (sociale)media-aandacht is cruciaal voor sociale bewegingen om hun thema op de publieke (en politieke) agenda te krijgen (McCombs & Shaw, 1972). Hoewel sociale bewegingen meestal duurzame problematieken – zoals racisme – aankarten, is grootschalige (sociale)media-aandacht veelal van korte duur. Media-aandacht voor sociale problematieken wordt vaak in gang gezet door een disruptieve gebeurtenis, waarna het thema even veel aandacht krijgt en dan

geleidelijk minder. Vasterman noemt dit fenomeen mediahype (Vasterman, 2005). Dit concept werd later uitgebreid binnen de context van sociale media, waarbij het vooral de socialemediagebruikers zelf zijn die content delen en online conversaties gaande houden (Pang, 2013).

### 2.1.2 *Verhouding tussen online en offline activisme*

Activisme via sociale media alleen kan geen blijvende sociale verandering creëren als het niet gepaard gaat met meer traditionele vormen van actievoeren, zoals protesteren op straat of druk zetten op machthebbers (Mundt et al., 2018). Hoewel bewezen is dat online en offline activisme meestal positief samenhangen en online activisme leidt tot offline activisme (o.a. Castells, 2012; Greijdanus et al., 2020), zijn onderzoekers en activisten sceptisch over het gebruik van sociale media als tool voor activisme. *Slacktivism* is de benaming voor het fenomeen waarbij mensen met één simpele muisklik – bijvoorbeeld door een bericht of hashtag te delen of een online petitie te tekenen – al het gevoel hebben dat ze iets bijdragen. Hierdoor voelen ze geen noodzaak meer zich verder in te zetten (Morozov, 2009; Mundt et al., 2018). In die zin kan online activisme net heel schadelijk zijn voor sociale bewegingen; mensen hebben het gevoel zich reeds ingezet te hebben en concrete acties blijven uit (Yu-Hao & Hsie, 2013). Zo creëerde de campagne *Kony2012*, die opriep tot internationale actie tegen gruweldaden in Oeganda, veel online engagement met 100 miljoen *views* en honderdduizenden *shares* van hun video, maar bleven echte acties veelal uit. Jonge mensen die de video deelden werden weggezet als *slacktivist* en naïef omdat ze geloofden dat hun minimaal engagement via sociale media echt politieke impact kon hebben (Kligler-Vilenchik & Thorson, 2016).

Een verwant concept met *slacktivism* is *performative activism*<sup>3</sup>. Deze term verwijst naar het fenomeen waarbij socialemediagebruikers online opkomen voor sociale en politieke kwesties, maar dat voornamelijk doen om hun eigen status te verbeteren en zichzelf te positioneren als een goed persoon (Kalina, 2020; Levy, 2020). De motivatie voor online activisme komt voort vanuit de drang een positief beeld van zichzelf op te hangen eerder dan uit oprechte bekommernis over de kwestie. Kalina (2020) omschrijft *#blackouttuesday* als een voorbeeld hiervan. Op 2 juni 2020 deelden wereldwijd miljoenen individuen, *celebrities* en bedrijven een zwart vakje op hun Instagram-profiel in solidariteit met de protesten na het overlijden van Floyd. Voor velen bleef het ook daarbij. Ze gingen gewoon mee met de hype en profiteerden van de gelegenheid om zich voor te doen als moreel correct en begaan met raciale ongelijkheden, zonder zich daadwerkelijk in te zetten (Kalina, 2020). Het fenomeen waarbij bedrijven zich voordoen als sociaal bewust als deel van hun marketing- en brandingstrategie, maar dat in werkelijkheid niet zijn, wordt ook wel *woke washing* genoemd (Vredenburg, Kapitan, Spry, & Kemper, 2020).

### 2.1.3 *Activisme via Instagram*

Instagram werd gelanceerd in 2010 en is anno 2021 uitgegroeid tot een van de meest populaire socialemediaplatformen met meer dan een miljard actieve gebruikers per maand, waarvan meer dan 60% tussen 18 en 34 jaar (Statista, 2021). De visuele mogelijkheden van Instagram kunnen de boodschappen van sociale bewegingen versterken en activistische content is alom aanwezig op het platform. Amerikaans onderzoek analyseerde Instagram-berichten gelinkt aan drie sociale bewegingen, waaronder BLM, en legde vijf verschillende types visuele content bloot. De eerste categorie frequent gedeelde berichten bestaat uit foto's genomen in het veld, bijvoorbeeld tijdens een protest of andere acties – vaak zijn hierbij protestborden met slogans zichtbaar. Het tweede type omvat *infographics*: visuele slideshows die informatie over een bepaald thema weergeven. De derde groep behelst kunst en artistieke foto's waarmee socialemediagebruikers hun overtuigingen

---

<sup>3</sup> *Performative activism* wordt in de literatuur ook wel *virtue signalling* genoemd.

uiten. Ten vierde zijn er commerciële beelden, bijvoorbeeld bedrijven die hun steun uitspreken voor de beweging. Tot slot circuleren hergebruikte afbeeldingen, zoals memes, quotes, screenshots en fragmenten uit kranten, boeken of televisie. Kortom, er leeft veel verschillende content rond sociale bewegingen op Instagram (Cornet, Hall, Cafaro, & Brady, 2017).

Mensen hebben slechts een gelimiteerde hoeveelheid aandacht voor informatie en prikkels die ze tegenkomen, dat gegeven ligt aan de basis van het concept *attention economy* (Simon, 1969). Instagram komt aan die logica tegemoet door de aandacht van gebruikers te trekken met visuele, esthetische beelden via bijvoorbeeld kleurrijke thema's en aantrekkelijke fonts (Leaver, Highfield, & Abidin, 2020). Visueel activisme is echter niets nieuws. Het belang van zaken op een duidelijke en aantrekkelijke manier weergeven, besefte W.E.B. Du Bois 120 jaar geleden al, toen hij een reeks dataportretten over de economische en sociale condities van zwarte Amerikanen presenteerde in overzichtelijke, kleurrijke tabellen en grafieken (The W.E.B. Du Bois Center at the University of Massachusetts, 2018). Zijn werk wordt gezien als de voorloper van zogenaamd *infographic activism* zoals we het vandaag op Instagram kennen (Kay, 2020).

## 2.2 Racisme: een eeuwenoude strijd

“In a racist society it is not enough to be non-racist, we must be anti-racist”

— Angela Y. Davis

### 2.2.1 Wat is (anti-zwart) racisme?

Om te kunnen duiden wat racisme is, is het belangrijk om te expliciteren dat ‘ras’ in essentie geen biologische basis heeft. Ras is een sociaal construct dat eeuwen geleden werd uitgevonden en als classificatiesysteem diende om bepaalde groepen mensen als minderwaardig te beschouwen. Witte mensen waren hierbij systematisch superieur en mensen van kleur – voornamelijk zwarte mensen – werden beschouwd als inferieur. Dit classificatiesysteem werd lange tijd gebruikt om onderdrukking van en geweld op minderheidsgroepen te rechtvaardigen (Du Bois, 1940).

Racisme en raciale ongelijkheden zijn anno 2021 nog steeds pertinent aanwezig in de westerse samenleving. Institutioneel racisme verwijst naar hoe de westerse wereld gegrond is op racistische denkwijzen, hoe raciale ongelijkheden doorwerken in instituties en hoe bepaalde groepen systemisch benadeeld worden. Dit uit zich onder meer in ongelijke toegang tot educatie, jobs, de huurmarkt en gezondheidszorg (Jones, 2000). Kritische rassentheorie biedt een interessant kader om dit te bestuderen. De theorie stelt dat racisme systemisch aanwezig is en witte suprematie aan de basis ligt van de moderne samenleving en instituties (o.a. Bell, 1973; Crenshaw, Gotanda, Peller, & Thomas, 1995; Delgado & Stefancic, 2001). Het gaat in tegen typische westerse idealen als zogenaamde raciale kleurenblindheid. Aanhangers van de kleurenblinde visie stellen dat ras er niet toe doet in de omgang met anderen, meer nog, ze claimen geen kleur of ras te zien. Die manier van denken is schadelijk, want het ontkent systemische vormen van ongelijkheid in de samenleving, waardoor witte dominantie kan blijven overheersen boven gemarginaliseerde groepen (DiAngelo, 2012). De premisses van kritische rassentheorie spelen een belangrijke rol in de BLM-beweging, waarbij het uiteindelijke doel is om witte suprematie te ontmantelen en de systemisch racistische maatschappij te hervormen (BLM, z.d.). Kritische rassentheorie ligt ook aan de basis van hedendaagse antiracismetraining en academisch onderzoek (Groves Price, z.d.).

Racisme manifesteert zich op verschillende manieren naargelang de specifieke onderdrukte groep (DiAngelo, 2012, 2018). Anti-zwart racisme wijst op de unieke discriminatie, het geweld en de nadelen die zwarte mensen meemaken omwille van hun huidskleur (M4BL, z.d.). Anti-zwart racisme kent haar wortels in de slavernij en stelt mensen met een zwarte huidskleur het laagst binnen de 'rassenhiërarchie'. Hoe donkerder de huidskleur, hoe meer iemand wordt gediscrimineerd. Dit fenomeen heet colorisme (Banks, 2000; Hunter, 2007). Anti-zwart racisme en vooroordelen tegenover zwarte mensen zitten diep ingebakken in het collectieve (witte) bewustzijn. Zwarte mensen worden bijvoorbeeld gezien als lui of gevaarlijk. Die hardnekkige stereotypes zijn erg schadelijk en werken ook door op institutioneel vlak (DiAngelo, 2018). In het bijzonder het politiestelsel wordt vaak in verband gebracht met anti-zwart racisme. Etnisch profileren en politiegeweld op zwarte mensen komen veelvuldig voor. Zo blijkt uit onderzoek dat zwarte mensen sneller neergeschoten worden door politie dan witte mensen en dat politiegeweld een van de leidende doodsoorzaken is voor jonge zwarte mannen in de Verenigde Staten (Edwards, Lee, & Esposito, 2019).

### 2.2.2 *Antiracisme en allyship*

Antiracisme is meer dan louter niet racistisch zijn, het gaat om bewust worden van raciale ongelijkheden, erkennen van de eigen privileges en *biases*, actief actie ondernemen tegen (structureel) racisme en strijden voor gelijke kansen voor alle individuen (Kendi, 2019). De term werd gepopulariseerd door het boek '*How to be an anti-racist*' (2019) van Ibram X Kendi. Hij stelt dat de enige manier om racisme te bestrijden bestaat uit het continu identificeren en beschrijven van racisme om het vervolgens te kunnen ontmantelen. Iemand is ofwel racistisch ofwel antiracistisch, een middenweg bestaat niet volgens hem. Antiracistisch zijn vraagt actieve inzet en levenslange scholing, het is een proces eerder dan een bestemming en fouten maken onderweg is onvermijdelijk. Ijeoma Oluo, schrijfster van '*So you want to talk about race*' (2019), ziet antiracisme als de enige weg vooruit en stelt dat we racisme moeten bestrijden overal waar we het vinden, inclusief in onszelf (Oluo, 2019).

De rol van niet-zwarte mensen, in het bijzonder witte mensen, in de strijd tegen racisme is cruciaal. Zij kunnen optreden als *allies* of bondgenoten door bijvoorbeeld te luisteren naar mensen van kleur zonder hun ervaringen in twijfel te trekken, bewustwording te verspreiden, anderen terecht te wijzen die racistische opmerkingen maken en hun privileges te gebruiken om sociale verandering teweeg te brengen (o.a. Kendi, 2019; Oluo, 2019). Antiracisme en bondgenootschap gaan hand in hand. Het doel van een bondgenoot moet te allen tijde zijn om de gemarginaliseerde groep te helpen, hun stemmen luider te laten klinken en racistische systemen te veranderen (Clark, 2019). Anders is er sprake van optisch of performatief bondgenootschap (Kalina, 2020; Saad, 2020).

### 2.2.3 *Intersectionaliteit*

Racisme is geen geïsoleerd probleem en valt niet los te zien van andere vormen van ongelijkheid en onderdrukking. De term intersectionaliteit of kruispuntdenken wijst op het feit dat de effecten van ras, klasse, gender, seksuele oriëntatie, religie en andere sociale identiteiten onlosmakelijk samenhangen (Crenshaw, 1989). Discriminatie komt voor op verschillende niveaus die elkaar beïnvloeden en versterken. Een zwarte vrouw krijgt te maken met zowel racisme als seksisme, wat maakt dat ze racisme anders ervaart dan een zwarte man en seksisme anders dan een witte vrouw. Voor een zwarte lesbische of trans vrouw is het gevoel van onderdrukking nog anders. Die complexiteit maakt dat de meest achtergestelde groepen vaak vergeten worden in emancipatorische projecten. Zo kwamen feministische inspanningen vaak vooral witte vrouwen ten goede (Crenshaw, 1989). Antiracisme strijdt voor gelijke kansen voor alle individuen. Een antiracist

moet zich dus ook bewust inzetten tegen seksisme, homofobie, transfobie, validisme, classicisme, enzovoort. De sociale beweging BLM – opgericht door drie zwarte *queer* vrouwen – is zich bewust van die complexiteit en benadrukt dat alle zwarte levens ertoe doen, in het bijzonder die van de meest kwetsbaren (BLM, z.d.). Een voorbeeld van intersectioneel activisme is *#SayHerName*, deze hashtag werd gelanceerd na de dood van Sandra Bland en focust op zwarte vrouwen die slachtoffer zijn van politiegeweld (Brown, Ray, Summers, & Fraistat, 2017).

## 2.3 Black Lives Matter

“It’s not a moment, it’s a movement”

— *Black Lives Matter*

### 2.3.1 Het ontstaan van een beweging

Drie simpele woorden, één simpele boodschap: zwarte levens doen ertoe. Wat begon als een bericht op Facebook groeide uit tot een van de meest gebruikte hashtags en een van de grootste bewegingen tegen racisme ooit. Het verhaal van BLM startte in 2013 na het onschuldig verklaren van George Zimmerman die de ongewapende Afro-Amerikaanse tiener Trayvon Martin had doodgeschoten omdat hij ‘er verdacht uitzag’. Hierop volgden tal van protesten tegen raciale profilering en (politie)geweld op zwarte mensen. In de nasleep van die protesten richtten drie zwarte vrouwen<sup>4</sup> de beweging BLM op. BLM groeide als protestbeweging in 2014 na de dood van opnieuw twee ongewapende zwarte mannen – Eric Garner en Michael Brown – door witte politieagenten. ‘*Black Lives Matter*’ weerklonk het daarna luid, zowel op straat als op sociale media. De beweging won aan nationale en internationale bekendheid en speelt sindsdien een prominente rol in de strijd tegen politiegeweld en racisme tegen zwarte mensen (BLM, z.d.; Carney, 2016; Ince et al., 2017).

Sociale media spelen al vanaf het begin een cruciale rol binnen BLM. Ze lieten de beweging toe om te groeien, onder meer door effectieve en efficiënte verspreiding van informatie, collectieve identiteitsvorming en mobilisatie van activisten wereldwijd (Michaels, 2020; Ray, Brown, Fraistat, & Summers, 2017). Sociale media blijken bovendien de voornaamste informatiebron voor jongeren om te leren over BLM en raciale ongelijkheden in het algemeen (Cox, 2017; Mundt et al., 2018). De missie van BLM is erg breed en gaat veel verder dan het aanklagen en bestrijden van politiegeweld. De beweging vecht tegen witte suprematie, institutioneel racisme en het gebrek aan mogelijkheden voor zwarte mensen. Volgens hun officiële website is BLM een collectief dat gelooft in de kracht van een inclusieve en brede beweging die zich inzet voor het verbeteren van alle zwarte levens (BLM, z.d.). Intersectionaliteit speelt een centrale rol binnen BLM. Vrouwen, queer, mindervalide en andere soms vergeten groepen in de zwarte gemeenschap vormen het hart van de beweging (Dixson, 2018).

De beweging wordt echter niet door iedereen even hartelijk onthaald. Een van de bekendste counter-narratieven is *#AllLivesMatter*. Die hashtag is gegrond in universalisme en stelt dat alle levens gelijkwaardig zijn. Hoewel dat een mooie boodschap mag lijken, ontkent ze het leed en de specifieke moeilijkheden van zwarte mensen. *#AllLivesMatter* promoot een kleurenblinde ideologie en ondersteunt zo witte suprematie terwijl het institutioneel racisme ontkent (Carney, 2016). Professor in de kritische rassentheorie Goldberg stelt dat de boodschap *All Lives Matter* als reactie

---

<sup>4</sup> Alicia Garza, Patrisse Cullors en Opal Tometi

op *Black Lives Matter* raciale ongelijkheden verwerpt, negeert, en zelfs ontkent. Alle levens kunnen er niet toe doen vooraleer ook zwarte levens ertoe doen (Goldberg, 2015).

### 2.3.2 BLM in 2020

2020 was in vele opzichten een bijzonder jaar. Terwijl COVID-19 de wereld in zijn greep hield, kwam op 25 mei in de Verenigde Staten de zwarte Amerikaan George Floyd om het leven. De witte politieagent Derek Chauvin zette zijn knie bijna negen minuten op de nek van Floyd tot hij bewusteloos was. Later die dag werd hij doodverklaard. De 17-jarige Darnella Frazier kon Floyds doodstrijd filmen, '*I can't breathe*' hoor je hem meermaals zeggen. Het filmpje verspreidde zich razendsnel via sociale media. Daarop volgde wereldwijde verontwaardiging en een golf aan protesten onder de vlag van BLM (Cole, 2020; Muwakkil, 2020). De dood van Floyd veroorzaakte veel ophef en wordt wel eens gezien als een kantelpunt: zo deden talloze bedrijven en *celebrities* uitspraken over inclusie en diversiteit – de ene al meer performatief dan de andere – waren boeken als *White Fragility* en *How to be an anti-racist* plots bestsellers en werden in verschillende landen discussies rond kolonialisme gevoerd (Cole, 2020; Cornelius, 2020).

Floyd was niet het enige dodelijke slachtoffer van anti-zwart racisme in 2020. Andere bekende slachtoffers zijn Ahmaud Arbery en Breonna Taylor, die respectievelijk op 23 februari en 13 maart het leven lieten. Hun overlijdens veroorzaakten mee de verhoogde aandacht rond BLM in 2020 (Ruggs & Avery, 2020). Arbery was aan het joggen wanneer hij in de rug werd geschoten, nadat hij achtervolgd werd door drie witte buurtbewoners, waaronder een vader en een zoon (Fausset, 2021). Taylor was aan het slapen wanneer politieagenten haar appartement binnendrongen op vermoeden van drugsbezit. Haar partner zag de officieren verkeerdelijk aan voor inbrekers en schoot uit zelfverdediging, de officieren schoten terug en raakten daarbij de slapende Taylor. Na Taylors dood ging de slagzin '*Arrest the cops who killed Breonna Taylor*' viraal op sociale media. Zo circuleerden er humoristische memes die opriepen tot gerechtigheid voor Taylor (Romano, 2020). De agenten betrokken bij haar dood werden uiteindelijk niet vervolgd (Oppel Jr., Taylor, & Bogel-Burroughs, 2021). Ex-agent Derek Chauvin is ondertussen veroordeeld tot 22,5 jaar cel voor de moord op Floyd. Het verdict wordt gezien als een mijlpaal voor Amerikaanse justitie en gerechtigheid voor slachtoffers van politiegeweld, het gebeurt immers zelden dat politieagenten effectief veroordeeld worden voor hun daden (Laughland, 2021).

Ook in België ging de ophef rond Floyd en BLM niet onopgemerkt voorbij. Racisme wordt vaak gezien als een Amerikaans probleem, maar ook in België is er structureel racisme en politiegeweld. De antiracisembeweging wist de aandacht te vestigen op de problemen hier. Racisme in België is onlosmakelijk verbonden met het koloniaal verleden in Congo. In de weken die volgden na Floyds dood werden standbeelden van Leopold II beklad en weggehaald. Koning Filip uitte als eerste koning ooit zijn 'diepste spijt' voor de wandaden in Congo. Vervolgens werd de bijzondere Kamercommissie Congo/Koloniaal Verleden opgericht. Daarnaast werd in Brussel op 7 juni 2020 een historisch protest georganiseerd tegen racisme en politiegeweld waarbij, ondanks de coronacrisis, meer dan 10.000 mensen aanwezig waren (Goddeeris, 2020).



### 3 Onderzoekopzet en onderzoeksvragen

De heropleving van de BLM-beweging na de dood van George Floyd in mei 2020 en het veelvuldig gebruik van Instagram als platform voor online activisme, vormen de invalshoek voor dit masterproefonderzoek. De BLM-beweging is al regelmatig onderzocht in de context van online activisme (o.a. Brown et al., 2017; Carney, 2016; Ince et al., 2017; Mundt et al., 2018; Ray et al., 2017). Dit onderzoek is uniek en draagt bij aan de literatuur omwille van drie redenen: de focus op Instagram, de kwalitatieve insteek waarbij de ervaringen van jonge online activisten centraal staan en de Belgische context.

Ten eerste legt dit onderzoek zich toe op het sociaal platform Instagram. Twitter en Facebook zijn al vrij uitvoerig beschreven in de context van online activisme en BLM. Instagram bleef tot nog toe onderbelicht, nochtans is het een populair medium voor online activisme bij jongeren. Ten tweede is voorgaand onderzoek hierover veelal kwantitatief of enkel via inhoudsanalyses. Zelden wordt er naar jonge (online) activisten zelf geluisterd. Dit onderzoek wil via kwalitatieve methodes een diepgaand beeld scheppen van online activisme rond BLM en de ervaringen van jongeren die hier actief mee bezig zijn. Ten derde speelt quasi al het bestaand academisch onderzoek zich af in een Amerikaanse context. BLM is een protestbeweging met wereldwijde repercussies en ook niet-Amerikaanse perspectieven zijn hierbij belangrijk. België, als land met een koloniaal verleden, vormt een interessante case om die hedendaagse protestbeweging te bestuderen.

Vertrekkend vanuit het kader van institutioneel racisme en ideeën uit de kritische rassentheorie, wil dit kwalitatief onderzoek via een inhoudsanalyse en diepte-interviews bestuderen hoe online activisme op Instagram is verlopen naar aanleiding van Floyds dood, hoe Belgische jongeren die hier actief mee bezig zijn die periode hebben ervaren en wat hun motivaties zijn voor online activisme. Het onderzoek is verlopen via een iteratief proces: literatuurstudie, dataverzameling en data-analyse wisselden elkaar voortdurend af. Er werd met een zo open mogelijke blik in het onderzoeksveld gestapt aan de hand van volgende drie onderzoeksvragen:

OV1: Hoe manifesteerde online activisme zich op Instagram naar aanleiding van de dood van George Floyd?

OV2: Hoe hebben jonge online activisten de periode na de dood van George Floyd ervaren?

OV3: Waarom doen jongeren aan online activisme?

OV3a: Hoe vertaalde dit zich tijdens de periode na de dood van George Floyd?

OV3b: Waarom gebruiken ze hiervoor Instagram?

## 4 Methode

### 4.1 Kwalitatieve benadering

Kwalitatieve methoden zijn bijzonder geschikt voor verkennend onderzoek (Roose & Meuleman, 2017). Om uitgebreide en diepgaande informatie te verzamelen, maakt deze masterproef daarom gebruik van een kwalitatief opzet. De onderzoeksfase bestaat uit twee delen: een kwalitatieve inhoudsanalyse van Instagram-berichten (OV1) en semigestructureerde diepte-interviews (OV2 en OV3). De eerste fase, het bestuderen en beschrijven van Instagram-berichten, was vooral exploratief ter voorbereiding en ter ondersteuning van de diepte-interviews.

#### 4.1.1 Kwalitatieve inhoudsanalyse Instagram-berichten

De dataverzameling voor dit masterproefonderzoek is gestart eind mei 2020, toen er na Floyds dood breed (online) protest ontstond. In het kader van potentieel onderzoek sloeg ik alle berichten die ik op Instagram tegenkwam over de thematiek op in mijn Instagram-archief, dit voor een periode van twee maanden na Floyds overlijden (25 mei - 25 juli 2020). Die periode werd gekozen als intense case (Patton, 1990). De meeste berichten kwamen bij mij terecht via de verhalen van accounts die ik volg en zijn verschenen op publieke Instagram-pagina's, zowel van individuen, bedrijven als sociaal activistische pagina's, zoals *impact*, *theconsciouskid* en *so.informed*. Doordat berichten breed gedeeld werden, was de oorspronkelijke bron vaak moeilijk te traceren, hier werd dus geen rekening mee gehouden tijdens de analyse en de voorbeeldberichten worden dan ook zonder bron weergegeven. In totaal werden 194 berichten geanalyseerd zonder dat er op voorhand categorieën vaststonden. Er is getracht de berichten zo neutraal mogelijk te categoriseren en beschrijven.

#### 4.1.2 Kwalitatief diepte-interview

Voor de diepte-interviews werden jongeren bevraagd die actief aan online activisme via Instagram doen, in het bijzonder rond BLM, omdat zij rijke informatie te bieden hebben over het onderzoeksonderwerp. Er was dus sprake van een doelgerichte criteriumsteekproef (Patton, 1990). Dit onderzoek ziet online activisme als het regelmatig delen van berichten over sociale en politieke kwesties op Instagram<sup>5</sup>. Om respondenten te rekruteren werd vertrokken vanuit het eigen netwerk en via de sneeuwbal methode konden voldoende respondenten gevonden worden (Roose & Meuleman, 2017). Respondenten werden gecontacteerd via een privébericht op Instagram. In totaal zijn negen jongeren geïnterviewd tussen 20 en 25 jaar, waarvan zeven meisjes en twee jongens en waarvan vier witte jongeren, twee zwarte jongeren en drie *mixed-race* jongeren. De interviews zijn afgenomen tussen eind mei 2021 en begin juli 2021 en duurden tussen 1u45min en 2u55min, gemiddeld duurde een interview 2u28min. Vier interviews vonden online plaats via Zoom en vijf interviews in het echt, mits de nodige afstand en voorzorgsmaatregelen wegens COVID-19. De respondenten vulden op voorhand via Qualtrics een korte vragenlijst in die peilde naar enkele persoonsgegevens, zoals gender, leeftijd, volgersaantal en etniciteit. Die gegevens zijn terug te vinden in onderstaande tabel en speelden een belangrijke rol in de interpretatie van de data.

---

<sup>5</sup> Volgens die invulling van de term online activisme vallen alle geïnterviewde respondenten te classificeren als online activisten. Het is belangrijk hierbij op te merken dat niet alle respondenten zichzelf het label (online) activist toeschrijven, omdat ze een ander idee hebben van wat het betekent om een (online) activist te zijn. Zo zien sommige respondenten activisme als iets heel doelgericht, hetgeen meestal niet het geval is bij activisme via Instagram. Anderen zien dan weer elke vorm van opkomen voor de medemens als een vorm van activisme.

**Tabel 1: Overzicht respondenten**

Pseudoniem*	Gender	Leeftijd	Etniciteit**	Huidskleur**	Nationaliteit	Bezigheid	Instagramvolgers***
Aurélie (O)	V	21	Belg met Rwandese roots	Zwart	Belg	Student politieke wetenschappen	1162
Ilsa (O)	V	22	Belg met Nigeriaanse roots	Lightskin	Belg & Nigeriaans	Student toegepaste taalkunde	836
Stefanie	V	24	Witte Belg	Wit	Belg	Student sociaal-cultureel werk	397
Philippe	M	25	Metisse: Belg met roots in Guinée	Bruin	Belg	Script supervisor	278
Laura	V	22	Ik ben een trotse Unie-burger (...) <sup>6</sup>	Wit	Belg & Zuid-Afrikaans	Student rechten	3224
Adriaan	M	22	Belgisch	Wit	Belg	Student leerkracht Nederlands/LO	891
Abigaëlle (O)	V	23	Belg met Congolese roots	Donkerbruin	Belg	Student politieke wetenschappen	3017
Emma (O)	V	22	Wit/ Europees	Wit	Belg	Student sociaal werk	736
Marieposa	V	20	Gemixt: Belgisch, Angolees, Congolees	Bruin/zwart	Belg	Student criminologie	354

(O): interview vond online plaats via Zoom

\* Om de anonimiteit te garanderen worden pseudoniemen gebruikt die de respondenten zelf hebben gekozen

\*\*Zoals beschreven door de respondenten zelf

\*\*\*Op het moment van het interview

<sup>6</sup> Laura's volledige omschrijving van haar etniciteit: Ik ben een trotse Unie-burger met veel westerse waarden en normen. Mijn culturele achtergrond is ook sterk beïnvloed door mijn Zuid-Afrikaanse familie waar geloof een sterkere rol speelt. Zowel in Europa als in Zuid-Afrika is diversiteit alom aanwezig. Ik vind dit zeer boeiend en vind het moeilijk mijn etniciteit algemeen te beschrijven. Verschillende zaken spelen hierbij een rol voor mij.

De interviews waren semigestructureerd. Er werd gebruik gemaakt van een vooraf opgestelde gespreksgids, maar de gesprekken werden zo open mogelijk gelaten om respondenten de kans te geven vrijuit te vertellen en ook nieuwe thema's aan te halen. Deze onderzoeksmethode laat toe om diepgaand door te vragen en achterliggende motivaties en gevoelens bloot te leggen (Roose & Meuleman, 2014). De gespreksgids werd mee opgesteld aan de hand van de belangrijkste thema's uit de verkennende inhoudsanalyse. De voornaamste topics in het interview waren Instagram-gebruik, racisme, BLM, George Floyd en online activisme. Ook werden enkele berichten besproken vanuit de inhoudsanalyse<sup>7</sup> en werd samen het profiel van de respondent bekeken. Dataverzameling en data-analyse wisselden elkaar voortdurend af, zo kon de gespreksgids regelmatig bijgewerkt worden op basis van inzichten uit eerdere interviews, hetgeen het onderzoeksproces enorm verrijkte. De uiteindelijke gespreksgids bevindt zich in [appendix A](#).

Dit onderzoeksproject is goedgekeurd door de Sociaal-Maatschappelijke Ethisch Commissie (SMEC) van de KU Leuven (G-2020-2845-R2(MAR)). Omwille van de gevoeligheid van het thema werd bijzondere aandacht besteed aan ethisch te werk gaan. Zo kregen de respondenten op voorhand een geïnformeerde toestemming (zie [appendix C](#)) toegestuurd die nogmaals werd overlopen vlak voor het interview. Ook mocht de respondent altijd aangeven wanneer die zich onwennig voelde, was antwoorden nooit verplicht en kon het interview op elk moment stopgezet worden zonder hiervoor een reden te geven. Na het interview volgde een uitgebreide debriefing.

Na de interviews maakte ik me vertrouwd met de data door verschillende iteraties: transcriberen, meermaals doorlezen, interessante passages aanduiden, memo's toevoegen en coderen en hercoderen in het softwareprogramma NVivo. Het codeerproces was gebaseerd op *Grounded Theory*, meer bepaald de constructivistische benadering ervan zoals beschreven door Charmaz (Charmaz, 2006; Savin-Baden & Major, 2013). Die benadering zet de ervaringen van de respondenten centraal en stelt dat data worden gecreëerd in interactie tussen onderzoeker en respondent. Als onderzoeker heb ik getracht mij zoveel mogelijk in te leven in de data en de ervaringen van de respondenten zo getrouw mogelijk weer te geven in de resultatensectie. Hierbij worden quotes weergegeven ter illustratie. Het coderen gebeurde via een constant vergelijkende methode waarbij de verschillende interviews en gevonden categorieën voortdurend met elkaar vergeleken werden om tot interessante inzichten te komen. Dit gebeurde in verschillende stappen. In de eerste fase werden open codes of beschrijvende labels toegekend aan stukken tekst. Vervolgens werden verbanden gezocht tussen die verschillende codes en konden sleutelbegrippen in de data geïdentificeerd worden, de axiale codes. Tot slot werd overgegaan tot selectief coderen en de eigenlijke theorievorming. Hieronder bevindt zich een voorbeeld van die manier van werken:

Selectief	Axiaal	Open
Bewustwording creëren	1. In functie van volgers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensen dingen bijleren</li> <li>• Weten wat hun volgers interesseert</li> <li>• Reacties van volgers</li> </ul>
	2. Informatie als opstap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aantrekkelijke <i>posts</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Belang visuele</li> <li>○ Niet te veel tekst</li> <li>○ Humor</li> </ul> </li> <li>• Informatie gewoon aanbieden <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zelf verantwoordelijk</li> <li>○ Niet aanvallend zijn</li> <li>○ Zaadje planten</li> </ul> </li> </ul>

<sup>7</sup> Tijdens het diepte-interview werden elf berichten besproken – minstens één uit elke (sub)categorie – waarvan werd verwacht dat respondenten ze zouden herkennen of dat ze reactie zouden uitlokken. Voor een overzicht van welke berichten zijn behandeld tijdens de interviews zie [appendix B](#). Onderaan [appendix A](#) wordt de oorsprong van de getoonde berichten meegegeven.

Dit onderzoek springt ethisch om met de opslag van gegevens. De audio-opnames zullen worden verwijderd nadat het onderzoek is afgerond. De transcripten en het NVivo-bestand kunnen worden opgevraagd via promotor Hanne Vandenberghe (hanne.vandenberghe@kuleuven.be). De gepseudonimiseerde transcripten en ondertekende geïnformeerde toestemmingen zullen enkel door de promotor tien jaar lang op een beveiligde database worden bewaard. Dit is in overeenstemming met het datamanagementbeleid van de KU Leuven en de GDPR-richtlijn. Alle gegevens worden steeds op een beveiligde database van de KU Leuven bewaard.

## 4.2 Zelfreflectie

“It's a privilege to learn about racism instead of experiencing it your whole life”

— Ahmed Ali (2020)

Naar analogie met Savin-Baden en Major (2013) vind ik het als onderzoeker belangrijk om stil te staan bij mijn persoonlijke visies en de invloed daarvan op het onderzoek. Ik ben een witte, heteroseksuele, cisgender vrouw van 22 jaar die zichzelf eerder links op het politieke spectrum plaatst. Thema's van sociale ongelijkheid liggen me nauw aan het hart. Ik ben elke keer verbaasd om te ontdekken hoeveel onrecht er in de wereld is en probeer hier iets aan te doen voor zover ik kan: doneren, bijscholen, delen op sociale media, etc. Ik ben geen volleerd antiracist – ik zou zelfs zeggen dat ik nog vrij aan het begin van mijn antiracistische reis sta – noch een uitgesproken (Instagram) activist. Ondanks het feit dat ik al regelmatig deel heb uitgemaakt van interculturele groepen<sup>8</sup> en zo in aanraking ben gekomen met de thematiek, was de studie van antiracisme tot een jaar geleden grotendeels nieuw voor mij. Als wit persoon had ik nooit eerder geleerd om mezelf in termen van ras te beschouwen of te benoemen, net als de meesten van mijn witte *peers* (DiAngelo, 2012). Mijn huidskleur en hierbij horend wit privilege hebben mij lang blind gemaakt voor de complexe dynamieken van (structureel) racisme, de onderdrukking waarmee mensen van kleur te maken krijgen en de dominantie van witte mensen. De periode die volgde op Floyds dood was voor mij – en ik geloof voor vele witte mensen met mij – een soort van wake-upcall.

Doorheen het onderzoek heb ik mijn witheid met mij meegenomen en ben ik hier bewust mee omgegaan. Ik heb op geen enkel moment geprobeerd om raciaal neutraal te zijn – zoiets bestaat immers niet. Het feit dat ik me bewust ben van mijn witheid vrijwaart me uiteraard niet van de blinde vlekken die het met zich meebrengt, zo heb ikzelf nooit racisme ervaren en kan ik me ook niet inleven in hoe dat voelt. De aandachtspunten in dit onderzoek zouden wellicht anders zijn als het werd uitgevoerd door een zwarte student. Ik wil als wit persoon met dit onderzoek ook absoluut geen plaats opnemen die niet de mijne is en pleit voor meer diverse onderzoeksteams – zeker bij dit soort thema's. Ik heb me in mijn proces laten informeren en inspireren door zwarte auteurs en *educators*, zoals Dalilla Hermans, Ijeoma Oluo, Reni Eddo-Lodge, Gloria Wekker en Layla F. Saad. Ik heb hun stemmen en ideeën zoveel mogelijk meegenomen tijdens mijn masterproefproces en rekening gehouden met hun visies bij het opstellen van de gespreksgids en aangaan van de gesprekken over racisme.

De respondenten en hun welzijn stonden gedurende het hele onderzoek centraal. Ik heb er bewust voor gekozen om respondenten met verschillende etniciteiten te bevragen om zo een breder beeld

---

<sup>8</sup> In 2018 reisde ik vijf maanden lang met de internationale non-profit organisatie Up with People in een groep van 100 jongeren met heel wat verschillende nationaliteiten, etniciteiten en culture achtergronden. Die ervaring heeft mij heel veel geleerd over wat het is om met verschillende soorten mensen en culturen om te gaan en heeft mij mede gevormd tot de persoon die ik vandaag ben.

te krijgen van het fenomeen Instagram activisme en BLM. Ik heb lang nagedacht of het überhaupt wel aan mij was om zwarte mensen te ondervragen over dit onderwerp. Het is bijzonder pijnlijk om die trauma's steeds weer te moeten bovenhalen, zeker tegenover een wit persoon die onmogelijk de complexiteit van al die gevoelens kan vatten. Ik heb daarom geprobeerd om mezelf en mijn eigen gevoelens zoveel mogelijk naar de achtergrond te schuiven tijdens de gesprekken en te luisteren zonder een oordeel te vellen en zonder te doen alsof ik alles begrijp. Ik vond het ook belangrijk voldoende tijd te besteden aan het voorgesprek en de debriefing. Ik maakte mijn eigen positie en achtergrond duidelijk aan het begin van de gesprekken, zodat de respondenten wisten tegen wie ze spraken en een vertrouwensband kon worden gecreëerd. Na het interview nam ik de tijd om na te bespreken met de respondenten. Hierbij vroeg ik onder meer wat ze van het interview vonden en hoe het beter kon. Die feedback nam ik mee naar de volgende interviews en zo ben ik als interviewer enorm kunnen groeien doorheen het proces. Ik ben enorm dankbaar voor de respondenten die de moed hebben gehad hierover te praten en mij een inkijk hebben gegund in hun ervaringen.

Ook tijdens het verwerken en analyseren van de data ben ik zo bewust mogelijk omgegaan met mijn eigen positie en *biases*. Ik heb getracht steeds zo dicht mogelijk bij de data te blijven, zonder hierbij af te zien van mijn taak als onderzoeker om afdoende te interpreteren. Er vond ook een *member check* (Savin-Baden & Major, 2013) plaats: een van de respondenten (Aurélie) las de masterproef volledig door en wist me nog enkele interessante tips te geven in verband met mijn interpretatie van de data en woordkeuzes.

## 5 Resultaten inhoudsanalyse

Om de eerste onderzoeksvraag ‘Hoe manifesteerde online activisme zich op Instagram naar aanleiding van de dood van George Floyd?’ te beantwoorden, is een kwalitatieve inhoudsanalyse uitgevoerd.

Eerst wordt kort ingegaan op de visuele aspecten van de geanalyseerde berichten. De meeste berichten bevatten meer tekst dan beeld, illustraties worden meer gebruikt dan echte foto's en *infographics* komen veel voor. De *infographics* bestaan meestal uit verschillende slides: een titelslide en in de volgende slides bondige uitleg over een bepaald fenomeen. De *infographics* zijn esthetisch mooi uitgewerkt en meestal wordt er geopteerd voor eerder zachte kleuren en centrale tekst in een duidelijk helder lettertype. Naast *infographics* zijn er berichten die gebruik maken van humor, bijvoorbeeld memes, en circuleren er *tweets* en quotes op het platform.

Op basis van de 194 geanalyseerde Instagram-berichten zijn vijf hoofdcategorieën opgesteld, namelijk educatie, politie, intersectionaliteit, actualiteit en oproep tot actie. De eerste vier categorieën bevatten vooral informatie, ze zetten bijvoorbeeld in op bewustwording over racisme, witte privileges, politiegeweld of actuele gebeurtenissen in het debat. In de vijfde categorie zitten berichten met een duidelijke oproep om iets te doen, er worden bronnen en tips gegeven, hetzij om kennis bij te schaven over raciale ongelijkheden, hetzij om actief racisme tegen te gaan. Vele berichten bevatten zowel informatie als een oproep tot actie, maar ondanks die overlap, konden alle berichten duidelijk in een categorie worden geplaatst.

In onderstaande tabel staat een overzicht van de gevonden categorieën, subcategorieën en enkele voorbeelden van Instagram-berichten. Een bericht op Instagram kan tot tien verschillende beelden bevatten, de tabel toont enkel het eerste beeld ter illustratie.

Tabel 2: Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Categorieën en subcategorieën	Voorbeelden van Instagram-berichten
<p><b>1. Educatie</b></p> <p><b>1.1 Informatie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uitleg <i>Black Lives Matter</i></li> <li>- Wat is racisme?</li> <li>- 'Foute' versus correcte woordenschat</li> <li>- Racisme herkennen</li> <li>- Racisme is geen opinie</li> </ul>	
<p><b>1.2 Gericht aan witte mensen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Witte suprematie</li> <li>- Wit privilege</li> <li>- Hoe een <i>ally</i> zijn?</li> </ul>	
<p><b>1.3 Geen hype</b></p>	
<p><b>2. Politie</b></p> <p><b>2.1 Politie systeem</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Defund the police</i></li> <li>- ACAB</li> </ul>	



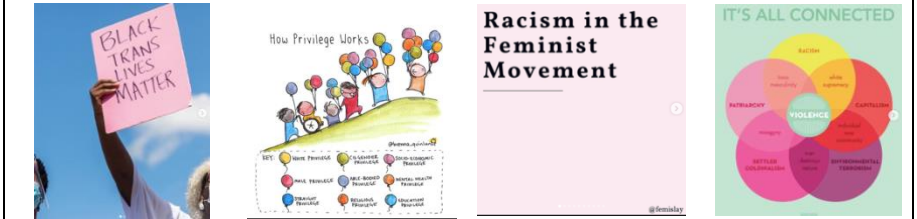
## 2.2 Slachtoffers politiegeweld

- Memes
- Arrestaties
- George Floyd, Breonna Taylor, Elijah McClain, Trayvon Martin...



## 3. Intersectionaliteit

- Feminisme
- LGBTQIA+
- Klimaat



## 4. Actualiteit

- #blackouttuesday
- Beelden uit protesten
- Nieuwsberichten
- Dekolonisatie
- Wat de protesten bereiken
- Link corona



## 5. Oproep tot actie

- Educatieve bronnen: films, series, boeken, podcast
- Erover praten
- Petities tekenen
- Bellen, mailen
- Doneren
- Stemmen
- Black businesses steunen



De eerste categorie, educatieve berichten, is onderverdeeld in drie subcategorieën. Ten eerste informatieve berichten die kort dingen uitleggen of aankaarten, bijvoorbeeld wat racisme is, hoe racisme herkennen, gepaste en minder gepaste woordenschat en hoe antiracistisch zijn. Sommige berichten duiden de betekenis van *Black Lives Matter*, vaak aan de hand van metaforen, en verklaren waarom de counterslogan *All Lives Matter* niet gepast is. Verder zijn er berichten in de subcategorie die erop wijzen dat racisme geen opinie is, maar dat het gaat om essentiële mensenrechten van een hele bevolkingsgroep. Ten tweede zijn er educatieve berichten specifiek gericht aan witte mensen, onder meer om hen bewust te maken van hun privileges, het systeem van witte suprematie en hoe ze een *ally* kunnen zijn. De derde subcategorie bevat berichten die benadrukken dat racisme geen hype is. Die berichten circuleerden vanaf enkele weken na Floyds dood, wanneer de grootste protestgolf was gaan liggen en minder racisme-gerelateerde content werd gedeeld op sociale media.

De tweede categorie bestaat uit berichten die verwijzen naar het politiesysteem of slachtoffers van politiegeweld. Ze duiden uitspraken als *Defund the Police of All Cops Are Bastards* (ACAB) en leggen uit dat de politiemacht, voornamelijk in de Verenigde Staten, opgebouwd is vanuit een racistische structuur en dat een grondige wijziging nodig is om het systeem eerlijker te maken. Slachtoffers van politiegeweld worden op verschillende manieren herdacht en geëerd op Instagram: hun foto wordt gedeeld, hun verhalen worden verteld met illustraties en er wordt om gerechtigheid gevraagd. De slagzin *'Arrest the cops who killed Breonna Taylor'* is terug te vinden in verschillende soorten *posts*, waaronder ook memes en humoristische *posts*.

In een derde categorie zitten Instagram-berichten die intersectionaliteit aankaarten. Volgens die berichten kan racisme niet gezien worden los van andere problemen en bronnen van ongelijkheid. Zo wordt racisme in verband gebracht met seksisme, homo- en transfobie en de mileuproblematiek. Verder maken berichten duidelijk dat BLM alle zwarte levens omvat en dat alle zwarte levens ertoe doen. Zo zijn er berichten die specifiek focussen op zwarte vrouwen en aankaarten dat racisme en feminisme nauw aan elkaar verwant zijn. De slogan *'Black Trans Lives Matter'* komt specifiek op voor zwarte trans personen.

De Instagram-berichten in de vierde categorie verwijzen naar actuele gebeurtenissen die plaatsvonden in die periode. Zo was er *#blackouttuesday* op 2 juni 2020 en werden miljoenen zwarte vierkantjes gedeeld op Instagram. Andere berichten tonen beelden van protesten die gaande waren en rapporteren over wat de protesten teweegbrachten. De coronapandemie was op dat moment in volle gang en ook daar wordt regelmatig naar verwezen. In vele westerse landen werden discussies gevoerd over dekolonisatie, zo kwam in België Leopold II in opspraak en beelden van hem werden beklad en weggehaald, ook dat fenomeen wordt aangehaald in Instagram-berichten.

Een vijfde en laatste categorie omvat Instagram-berichten die rechtstreeks oproepen tot een vorm van actie. Veel aandacht gaat naar kennis verwerven en verschillende educatieve bronnen worden aangeraden, zoals films (*I am not your negro*, *13<sup>th</sup> series* (*Dear white people*, *When they see us*), boeken (*White fragility*, *How to be an anti-racist*) en podcasts (*About race*, *Seeing white*). Concreter wordt er ook opgeroepen om petitie te tekenen, te mailen of te doneren. Verder geven de berichten aan dat het belangrijk is om over racisme te durven praten en erover te blijven praten. De Instagram-berichten roepen op om het gesprek aan te gaan, om te durven oncomfortabel zijn en om vrienden en familie erop te wijzen als ze racistische opmerkingen maken.

## 6 Resultaten diepte-interviews

Interpretatie van de diepte-interviews bracht interessante tendensen aan het licht over hoe de periode na Floyds dood beleefd werd en motivaties voor online activisme. Dit hoofdstuk presenteert de belangrijkste bevindingen in het licht van de onderzoeksvragen aan de hand van illustratieve quotes. Informatie over de respondenten bevindt zich in tabel 1 (zie [4.1.2](#)).

### 6.1 Ervaringen van een intense periode

Deze sectie biedt een antwoord op de tweede onderzoeksvraag en beschrijft hoe de bevroegde jongeren, die Instagram actief gebruiken voor online activisme en begaan zijn met de BLM-beweging, de periode na de dood van George Floyd hebben ervaren.

#### 6.1.1 *George Floyd: de start van een intense periode*

“Dat is eigenlijk echt alsof het gisteren was. Ik weet nog waar ik zat aan tafel toen ik dat filmpje voor het eerst zag” (Ilsa). Een jaar na datum herinneren respondenten zich het filmpje van Floyds dood nog levendig. Het markeerde het begin van wat ze beschrijven als een zware, maar ook leerrijke en hoopvolle tijd. Opvallend is dat alle respondenten in termen van een min of meer afgebakende periode spreken wanneer ze terugblikken op de gebeurtenissen en hun ervaringen in 2020, bijvoorbeeld: “tijdens die BLM-periode” (Emma), “tijdens de *Black Lives Matter*, toen het een trend was” (Abigaëlle), “tijdens BLM” (Philippe), “in zo de George Floyd enzo periode” (Marieposa). Dit betekent niet dat ze voor of na die periode niet met racisme bezig waren, maar toen was het gedurende een beperkte tijd enorm aanwezig.

De zogenaamde George Floyd periode was “een heel rare periode” (Stefanie) en “een heel ongelukkige periode” (Laura). Het ging om veel meer dan de dood van één man, “er kwamen toen heel veel verhalen op” (Stefanie) en het onderwerp kreeg overvloedige aandacht. Voornamelijk zwarte respondenten blijken die periode als emotioneel zwaar te hebben ervaren en de continue confrontaties met zwart leed lieten een diepe indruk na. Abigaëlle vertelt:

Zware periode, dat was echt een heel confronterende periode, want je zag, alle mensen praten vaak over George Floyd, maar eigenlijk zijn er heel veel slachtoffers gevallen die periode, zoals Breonna Taylor en een ganse lijst van mensen eigenlijk. Dus dat was elke dag dat je een nieuwe dode zag door politiegeweld.

Hun engagement rond BLM werd niet door iedereen even hartelijk onthaald, respondenten stuitte in die periode wel eens op onbegrip in hun omgeving. Zo vonden Laura’s ouders dat ze overdreef: “Dat was de eerste keer dat ik thuis ook ruzie had daarover en dat ik zo wel eens impliciet het verwijt naar mij gesmeten kreeg dat ik té activistisch was.” Marieposa en Philippe – allebei mixed-race – vertelden over moeilijke momenten met sommige van hun witte vrienden omdat zij niet konden inzien waarom dit thema zo belangrijk voor hen was, “op zo’n momenten besef je ook wel wie echt uw vrienden zijn”, aldus Marieposa.

Het bleek ook een leerrijke periode. Er werd massaal veel informatie gedeeld, op Instagram en daarbuiten, over de huidige gebeurtenissen en over (institutioneel) racisme in het algemeen. Die informatie werd gretig opgenomen en respondenten probeerden zoveel mogelijk op de hoogte te zijn: “Op die momenten wou ik echt een spons zijn en zoveel mogelijke informatie hebben”

(Philippe). Voornamelijk voor witte respondenten bleek al die informatie een eyeopener: “Het heeft mij echt ook wel bijgeleerd hoor, ik was ook niet met alles even op de hoogte om het zo te zeggen” (Laura). Adriaan vertelt:

Ik wist al wel dat dat nog steeds leefde, racisme, en sommige vrienden van mij vertelden daarover, maar ook niet zo dat dat elke dag in mijn hoofd opkwam. En in die periode, ik ga elke dag op Instagram, dus ik zag elke dag *posts* over institutioneel racisme en onderdrukking, dus dan zet u dat wel aan het denken.

Naast het emotionele en informatieve, blikken respondenten ook met een positief gevoel terug. Verbondenheid en solidariteit stonden centraal en de bevroegde jongeren vonden het mooi om te zien hoe verschillende mensen zich verenigden tegen één gemeenschappelijke vijand: racisme. Aurélie vertelt over de positieve dingen uit die periode: “Ik heb ook veel mooie dingen gezien, *allyships* van witte mensen. En aangenaam verrast geweest van mensen op Instagram waarvan ik dacht, die zouden daar nooit iets over zeggen, en daar toch iets over hebben gezegd.”

### 6.1.2 Kantelpunt door sociale media

“Dat was echt gewoon een kantelpunt” (Ilsa). De dood van George Floyd heeft veel teweeggebracht en alle respondenten beschrijven het als een kantelpunt. Dat kantelpunt is volgens hen “100% te danken aan sociale media” (Abigaëlle). De bevroegde jongeren zien sociale media dan ook als een enorm krachtige tool voor activisme. Laura vertelt: “Het is dankzij sociale media dat we die vormen van *injustice* hebben gezien en dat eigenlijk heel deze beweging is kunnen ontstaan.”

Zwarte respondenten benadrukken hierbij dat het voornamelijk een kantelpunt of wake-upcall is geweest voor de witte gemeenschap, omdat het volgens hen voor vele witte mensen de eerste keer was dat ze echt live racisme hebben gezien. Aurélie en Abigaëlle vertellen:

Dat was ook echt een moment voor mezelf, allee voor mensen van kleur, dat ze zo eens stil stonden van: ‘Wow, is dit het? Is dit het moment dat andere mensen ook gaan zien wat wij meemaken? Is dit het dan?’ (Aurélie)

Dat is echt een kantelmoment, je kunt het gewoon niet meer ontkennen. En dat is dan echt een wake-upcall voor mensen van ‘Oh mijn God, dit is echt serieus’. Het feit dat we heel snel informatie en beelden kregen, waardoor dat je gewoon niet anders kon dan op de hoogte zijn. Dat heeft er echt voor gezorgd dat een nieuwe, ja een beetje nieuwe manier van antiracisme, daarmee bezig zijn. (Abigaëlle)

Abigaëlle benoemt het als een nieuwe manier van antiracisme en stelt dat de BLM-periode een shift in denken heeft teweeggebracht: “Sinds de *Black Lives Matter*-periode is het duidelijk geworden dat mensen echt een kant moeten kiezen, dat het eigenlijk niet meer kan dat ge neutraal zijt.” De andere respondenten vullen haar hierin aan en stellen unaniem dat antiracistisch zijn actieve inzet vraagt. Adriaan en Laura verwijzen hierbij naar een bekende quote van Desmond Tutu<sup>9</sup> en zeggen dat zwijgen geen optie is: “Silence is choosing the side of the oppressor, dat is ook zo. Aja, being silent in times of injustice, dat is 100% zo vind ik” (Laura).

Emma maakt hierbij nog een belangrijke kanttekening: “Om dan te zeggen van ‘nu is het activisme begonnen’, dat is natuurlijk niet waar, maar het is ook wel een kantelpunt. Het is een kantelpunt maar in geen geval het begin van de protesten daarover.” Het is dus allesbehalve zo dat antiracisme

---

<sup>9</sup> De quote van Desmond Tutu waarnaar wordt verwezen: “If you are neutral in situations of injustice, you have chosen the side of the oppressor.” De quote circuleerde in die periode ook veelvuldig op Instagram.

iets nieuw is of dat George Floyd het begin van activisme kenmerkt. Integendeel, racisme is een eeuwenoud probleem en de antiracistische beweging is al lang bezig, maar met de opstanden toen werd het belang ervan duidelijk voor het grotere publiek, aldus Philippe:

Dat is bij elke protestgroep al geweest, denk ik, dat het al heel lang bestond en dan is het uiteindelijk tot een *boiling point* gekomen waarop dat mensen echt aanwezig, allee actief zijn beginnen roepen. En het is dan pas dat de meerderheid van de mensen het door zullen hebben van 'ah da's een probleem'.

### 6.1.3 Discussietopics naar aanleiding van BLM

Er is veel gebeurd in de periode na Floyds overlijden. Hieronder worden drie opvallende evenementen of discussietopics besproken, namelijk #blackouttuesday, het protest in Brussel en Leopold II, die de ervaringen van de respondenten mee hebben vormgegeven.

#### 6.1.3.1 #blackouttuesday

Dat de zwarte vierkantjes op Instagram niet door iedereen geapprecieerd werden, is geen geheim. Ook de bevraagde respondenten hielden er verschillende meningen op na. Hun ervaringen vallen onder te verdelen in drie visies: performatief, symbolisch en impact.

De eerste groep – drie zwarte vrouwelijke respondenten Aurélie, Ilsa en Marieposa – vond het een zeer jammerlijke trend en betreurt dat zoveel mensen een zwart vierkantje hebben geplaatst zonder verder actie te ondernemen, enkel voor de hype. Ze hebben liever dat je helemaal niets plaatst dan plots één keer een kadertje deelt en jezelf beter voordoet dan je eigenlijk bent. Ze uiten hun frustraties: “Ik kan mij daar echt aan ergeren, als ik gewoon weet van iemand, die *post* dit nu echt gewoon omdat dat ‘de hype’ is om iets te *posten*, die zit daar niks mee in” (Aurélie), “Maar ik zag ook gewoon heel snel mensen dat delen die geen antiracist zijn. En dat heeft voor mij die kracht direct weggenomen, *deleted*. Dan dacht ik gij *motherfucker*” (Ilsa), “Ik word echt boos van dit scherm. Zoveel mensen hebben dat gedeeld zonder andere dingen te doen, zonder echt te begrijpen waar het zelfs over ging. Dit was echt een trend” (Marieposa).

De tweede groep – Abigaëlle, Stefanie, Emma en Adriaan – neemt een middenpositie in. Ze zagen het als een sterk symbolisch signaal dat veel bewustwording heeft gecreëerd, maar betreuren dat het voor velen daarbij bleef en het maar een trend was. Ze vergeleken het met bedrijven die statements maken rond *pridemonth* in juni: “Dat is ook weer zo iets zoals nu de *gaypride*, dat elk bedrijf zo eventjes zijn profielfoto naar de regenboog doet en de dag erna weer wegdoet, dat is een beetje opportunistisch ook wel” (Adriaan). Abigaëlle benadrukt de kracht van *awareness*, maar kaart aan dat het belangrijk is hierbij de juiste intenties te houden en niet zomaar mee te gaan met hypes op sociale media:

Instagram was echt *black* die dag. (...) Je kon gewoon niet anders dan dat te zien en dat op te merken en daarover te praten. Als iedereen eenzelfde ding deelt, *then you know something is wrong*. (...) Maar sommige zwarte kaders daarvan wist ik van oké ja, ‘*you're just doing it for the hype*’. En dat is ook een beetje het gevaar met Instagram, dat het soms te veel voor de hype is en voor de *aesthetic* dan voor echt *awareness* te verspreiden

De derde groep – Laura en Philippe – zag het initiatief positiever en spreekt van een grote impact, net omdat het door zoveel mensen is gedeeld. Ze vonden het mooi om te zien en een zeer efficiënte manier van *awareness* creëren. Laura noemde het zelfs “de definitie van *awareness*, [want] je kon niet door Instagram scrollen zonder dat te zien.” Philippe vond het “heel luid” en “heel *viral*” en

“super nice dat dat zo efficiënt is gegaan (...) en dat er veel mensen zijn bereikt geweest daarmee.” Een zwart vierkantje delen is voor hen het *bare minimum*, maar het is beter dan niets.

### 6.1.3.2 Protest 7 juni 2020

Een al minstens even omstreden evenement was het protest in Brussel op 7 juni 2020, waar ook het merendeel van de respondenten<sup>10</sup> aanwezig was samen met 10.000 anderen. Het protest kreeg veel backlash achteraf van de zorgsector en politici. Alle respondenten waren het echter eens dat het protest nodig was en een groter belang betrof. Philippe legt het simpel uit: “Dat was niet het slimste misschien om te doen tijdens corona, maar ja, het was nog ‘stoemer’ om op iemand zijn nek te gaan staan.” Ze vonden het protest hoopvol, hartverwarmend en voelden verbondenheid: “Een moment van eenheid (...) Het feit dat er zoveel mensen zijn, zoveel verschillende mensen van allemaal kleuren en formaten. Iedereen tegen hetzelfde: racisme” (Marieposa).

Toen het protest ter sprake kwam, brachten vier respondenten dit, naast het gedoe met corona, ook spontaan in verband met de media-aandacht achteraf die volgens hen meer naar de rellen na het protest ging dan naar de boodschap en het vredevolle verloop van het protest zelf. Ze betreuren dit ten eerste en beschuldigen de media ervan enkel op het negatieve te focussen. Laura vertelt: “Na dat protest in Brussel, ik was daar, dat was super *peaceful* en nadien: wat? 100 mensen van de hoeveel?! En daar wordt op gefocust! Dan is het duidelijk wat dat gij als media eigenlijk wilt doen.”

Stefanie benadrukt dat op straat komen en protesteren nog steeds de beste manier is om verandering te brengen: “Ja, dit is de beste manier van activisme, vind ik, met iedereen op straat komen.” Philippe voegt hierbij toe dat het door sociale media is dat zoveel mensen zijn kunnen samenkomen: “Dat vind ik wel nice omdat dat zo in de straat komt. En dat dat ook geïnstalleerd is op Instagram en Facebook enzo, maar dat dat dan wel zo zich naar iets echt, iets groot omtovert.”

### 6.1.3.3 Leopold II

“Wat goed was aan *Black Lives Matter* is dat dat de aandacht heeft gebracht naar de koloniale standbeelden. En wat vroeger onmogelijk leek, is nu opeens keisnel gebeurd in keiveel steden” (Abigaëlle). De BLM-beweging kwam overgewaaid vanuit Amerika, maar deed België al gauw in eigen boezem kijken, waarbij Leopold II en het koloniaal verleden in Congo ter discussie kwamen: “Logischerwijs kwam Leopold II naar boven, want ja, die mens heeft heel veel slechte dingen gedaan in Congo. Dus dat is sowieso ook gevolg van wat er allemaal gedeeld werd op sociale media” (Adriaan). De respondenten zijn het unaniem eens dat de standbeelden zoals ze er nu staan of toen stonden geen plaats hebben in de publieke ruimte. Ze erkennen dat een standbeeld weghalen of een nieuwe invulling geven racisme niet plotsklaps uit de wereld gaat helpen, maar het is een belangrijke symbolische stap:

Dit [standbeeld van Leopold II] is een perfect voorbeeld van waar dat racisme bij ons nog zit en hoe dat dat geworteld zit en waar het allemaal van komt en is begonnen... Voor veel mensen was dat een evidentie dat die man echt fout was, maar voor veel mensen is dat nog altijd van ‘Maar dat is de koning geweest en dat is een traditie en blabla... En wat gaat dat uithalen, als we die standbeelden weghalen?’ Waar bepaalde mensen deels wel gelijk in hebben, want als die standbeelden weg zijn en de samenleving nog altijd racistisch is, tja. Maar het is een symbolische stap die ons verder kan zetten, een eerste stap naar grootsere dingen. (Aurélie)

---

<sup>10</sup> Ilsa, Stefanie, Laura, Philippe en Marieposa waren aanwezig op het protest in Brussel, Adriaan woonde diezelfde dag het BLM-protest in Antwerpen bij. Aurélie, Abigaëlle en Emma waren niet aanwezig, omwille van angst voor corona en drukte met examens, maar steunen het protest volledig.

Naast het dekoloniseren van de publieke ruimte, wordt ook het belang van onderwijs aangehaald en het correct en voldoende aan bod laten komen van de koloniale geschiedenis. Respondenten getuigen op school enkel een korte, verbloemde versie te hebben geleerd: “dat wordt zo dromerig uitgelegd van Congo was een kolonie van België en we hielpen elkaar, *kumbaya*” (Philippe), “Dat was een immens kort hoofdstuk, maar wat ik heb geleerd was dat Congo de ‘achtertuin’ was van België” (Laura). Het is dus duidelijk voor de respondenten “dat het curriculum nog eens moet aangepast worden” (Adriaan). Van jongs af aan leren over kolonialisme en verschillende culturen, zou bijdragen tot een beter begrip en verdraagzaamheid:

Een belangrijk middel tegen racisme is verdraagzaamheid en betere communicatie tussen verschillende culturen en afkomsten. En ik denk dat dat belangrijk is om daar vroeg mee te beginnen bij kleine kinderen. Dus ja, wat is de plek waar kinderen het meeste leren? Dat is op school. Dus als je op school al van kleins af aan begint op een kleinschalige, makkelijke manier te communiceren over verschillende culturen, verschillende huidskleuren, over het kolonialisme ook in België, dat kan ervoor zorgen dat kinderen daar sneller door geprikkeld worden en sneller mee in aanraking komen, sneller over begrijpen. En dat zorgt er dan voor dat ze niet die slechte gedachten en haat over krijgen. (Abigaëlle)

#### 6.1.4 Was BLM een hype?

De respondenten zijn allemaal actieve Instagram-gebruikers en hebben die periode ook als een zeer levendige Instagram-periode ervaren, zowel op vlak van informatie opnemen als zelf delen: “Ik denk dat 80% ofzo van de *stories* van mijn vrienden daarover ging” (Adriaan), “Tijdens die periode werd er massaal gedeeld rond *Black Lives Matter*. En ik deed dat natuurlijk ook, want voor mij was dat zoiets van, ik moet dit doen, ik ben een zwarte persoon en dit is mijn roeping” (Abigaëlle). Er was dus tijdelijk een verhoogde aandacht voor de problematiek van racisme op dat moment, daarom worden ook termen gebruikt als ‘trend’ en ‘hype’:

Het [BLM] is sowieso een trend geweest, wat echt niet oké is, want het gaat over mensenlevens. Maar dat is ook logisch, want zo gaat het ook gewoon. Allee, dat is met elke maatschappelijke problematiek dat er zo efkes een hype is en daarna gaat dat weg. (Stefanie)

Hoewel de meeste respondenten het zelf een hype noemen, benadrukken ze dat BLM en andere sociale problematieken in feite geen hypes zijn of dat niet zouden mogen zijn, maar dat (sociale) media nu eenmaal zo werken. Het hype-gegeven blijkt dus zeer dubbel: langs de ene kant vinden ze racisme een probleem dat altijd aandacht verdient, maar langs de andere kant erkennen ze dat er heel veel maatschappelijke problematieken zijn die aandacht vereisen, dat het onmogelijk is om over alles tegelijk te delen en dat het eigen is aan (sociale) media om maar gedurende beperkte tijd aandacht te geven aan een bepaald thema. Socialemedia-aandacht voor sociale thema’s gaat onvermijdelijk in golven, zoals Adriaan het benoemt, en de respondenten gaan in die golven mee:

En ik voel ook wel, op Instagram, dat is altijd met golven, dus je hebt dan iets dat gebeurt, daar komt heel veel aandacht naartoe en heel veel *stories* en dan ben ik daarmee bezig en dan ebt dat weer weg en dan komt weer een nieuwe en dan ga ik daar ook weer mee mee. (Adriaan)

Dat is ook wel een beetje de natuur van Instagram-activisme. Het moet allemaal snel gaan en de problemen komen en gaan. Aja nee, de problemen komen en gaan niet, de problemen blijven, maar de *posts* komen en gaan. (...) Dat is gewoon hoe het gaat. Wat die meest actieve week was van *Black Lives Matter* kan je nooit een heel jaar lang volhouden, dat kan gewoon niet. (Emma)

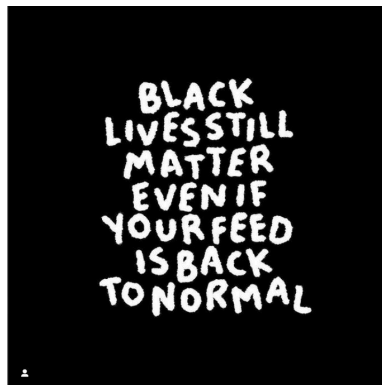
Alle respondenten verklaren vooral berichten te delen die ze toevallig tegenkomen op Instagram. Dat maakt dat wanneer er veel informatie over een bepaald thema circuleert, ze veel met dat thema bezig zijn. Ze gaan mee in de heersende golf, waardoor die golf wordt versterkt. Hun activisme via

Instagram is dus niet zozeer doelgericht, Abigaëlle verduidelijkt: “Ik denk daar niet bij na van vandaag moet ik over dit spreken of over dat spreken. Dat is echt gewoon puur wat ik tegenkom, waarvan ik denk dat is interessant, dat deel ik.” Afhankelijk van wat ze tegenkomen, zijn de jongeren dus meer of minder bezig met online activisme: “Het is ook wel heel sporadisch, als er niks passeert op mijn *feed*, dan deel ik ook niets. Maar dat kan zijn dat er keiveel passeert en dan deel ik veel” (Philippe).

Ondanks die onvermijdelijke golven, is het wel belangrijk dat mensen beseffen dat racisme altijd een probleem is, benadrukken vooral Aurélie, Marieposa en Abigaëlle – drie zwarte vrouwelijke respondenten. Aurélie vertelt: “Dat vind ik soms jammer, want dat is ook precies alsof dat onderwerp enkel op dat moment boeit, maar dat is niet waar, dat boeit heel het jaar door.” Marieposa vult aan dat media ook over racisme zouden moeten berichten zonder dat er kritieke incidenten gebeuren: “Je moet niet alleen dan er aandacht aan schenken, dat heeft echt altijd aandacht nodig, want het is nog steeds een ding dat altijd gebeurt.”

Vanaf enkele weken na Floyds dood verschenen talloze berichten op Instagram met boodschappen als ‘*Black Lives Still Matter*’ of ‘*it’s not a moment, it’s a movement*’ om duidelijk te maken dat BLM geen hype is. Abigaëlle vertelt naar aanleiding van afbeelding 1:

Ik heb vaak gezegd de trend van *Black Lives Matter*, omdat het een periode echt een trend was. En dan is dat stilgevallen. (...) Maar inderdaad, het is niet omdat er niet meer massaal wordt gedeeld dat de strijd gedaan is, totaal niet. Af en toe *post* ik wel reminders van ‘*ah Black Lives still Matter by the way*’, omdat ja, mensen moeten niet denken dat de strijd gedaan is, dat dit gewoon efkes een hype was. Maar dat het nog steeds dagelijks iets is waar we mee bezig zijn en dat het wel goed is dat je niet vergeet dat je nog steeds een *ally* kunt zijn en moet zijn, ondanks dat er niet meer veel over wordt *gepost*.



Afbeelding 1: Black Lives Still Matter

## 6.2 Motivaties voor online activisme

De derde onderzoeksvraag peilt naar de redenen waarom jongeren aan online activisme doen. Uit de interviews kwamen drie samenhangende motivaties naar voren die een kader vormen om motivaties van jongeren voor online activisme te begrijpen. In de eerste plaats wordt de keuze voor online activisme gemotiveerd door de nood om verandering teweeg te brengen inzake racisme en andere sociale problematieken. De jongeren zitten in met ongelijkheid en willen streven naar een betere wereld. Ten tweede voeren ze online actie omdat sociale media een platform bieden waarop veel mensen te bereiken zijn en veel informatie circuleert. Ten derde willen ze via hun platform anderen bewustmaken over de problematieken. Ze denken hierbij na wat hun volgers interesseert



en benadrukken dat informatie slechts een opstap is voor verdere actie. Het creëren van sociale verandering vormt dus de ultieme drijfveer voor online activisme en de tweede en derde motivatie geven de middelen aan waarmee jongeren die verandering willen bekomen.

OV3a over hoe die motivaties tot uiting kwamen tijdens de heropleving van BLM in 2020, wordt aangehaald bij elke motivatie. OV3b over waarom de respondenten Instagram verkiezen voor online activisme, wordt besproken in [6.3](#).

### 6.2.1 Tijd voor verandering

“Iedereen moet dezelfde rechten hebben als een witte cisgender man in deze maatschappij. En totdat we daar zijn, ga ik niet stoppen en gaan andere mensen ook niet stoppen”, luidt de boodschap van Marieposa. In de eerste plaats doen de bevroegde jongeren aan online activisme omdat ze inzitten met ongelijkheid, al dan niet omdat ze er zelf mee te maken krijgen, en omdat ze verandering willen zien. Ze delen zaken op Instagram die ze echt belangrijk vinden en waar ze achter staan: “Op het vlak van mijn activisme, ik deel alles wat mij echt iets doet” (Laura).

“Ik bedoel het is eigenlijk van alle tijden, dat zo de jonge mensen op straat komen”, verklaart Emma. Toch hebben respondenten het gevoel dat de huidige generatie jongeren echt dingen kan én moet veranderen: “Er is zoveel fout in de wereld en ik merk dat onze generatie dat inziet, maar ook gewoon de generatie is die dat moet veranderen” (Ilsa). Ze zien de problemen in en spreken zich erover uit, van racisme tot bijvoorbeeld klimaatopwarming en vrouwenrechten. Laura en Emma drukken hun trots uit voor hun generatie: “Ik ben enorm blij om te zien hoe, maar op elk vlak, mensen gewoon hun mond open doen”, “Altijd als ik jonge mensen zie activistisch zijn, al is het maar die jongens die in korte rokjes naar school waren gegaan, dan ben ik van ‘Oh fantastisch!’”

Om verandering te brengen op vlak van racisme, impliceren de interviews dat het belangrijk is om actief antiracistisch te zijn en je uit te spreken tegen racisme. Dat kan volgens de bevroegde respondenten onder meer door berichten te delen en bewustwording te verspreiden op sociale media. Witte jongeren doen dat vanuit een andere positie dan zwarte jongeren: “Er is natuurlijk een verschil vanuit welk standpunt dat die dat doet, dus ofwel zijt ge deel van de groep waarover dat protest gaat, ofwel zijt ge een bondgenoot” (Aurélië). Adriaan, Stefanie en Emma – witte respondenten – benadrukken dat hun taak als *ally* vooral is om te zorgen dat de boodschap van zwarte mensen gehoord wordt:

Ik denk dat wij een soort van bondgenoot kunnen zijn, samen met mensen met een andere huidskleur, tegenover de witte volwassenen of witte leeftijdsgenoten die dat niet inzien. Ik denk dat dat wij een soort versterking kunnen zijn. (...) Het is sowieso, denk ik, aan mensen die die problemen ondervinden om de dialoog te starten, maar wij kunnen wel helpen dat het gehoord wordt, dat er meer aandacht voor is of dat het wijder verspreid wordt (Adriaan)

Het versterken van andermans stemmen wordt door de respondenten ook wel *amplifying voices* genoemd. Al is er dus een verschil in standpunt, het uiteindelijke streefdoel is gelijkheid, Ilsa legt uit:

Strijden voor antiracisme als een gekleurd persoon is gewoon ook uit persoonlijke redenen. (...) Maar uiteindelijk streef je naar één doel, en dat is, tegen racisme zijn sowieso, maar om het beter te maken voor de medemens. En dat mag niet vergeten worden, dat je echt één doel hebt. Alleen dat is gewoon hetzelfde doel, dat is gewoon dat iedereen gelijk behandeld wordt, maar de motivatie is voor veel gekleurde mensen gewoon anders dan voor witte personen.

## 6.2.2 Gebruiksgemak platform: bereik en informatie

De drang om sociale verandering te bewerkstelligen, motiveert jongeren om zich uit te spreken en verder te informeren. De tweede motivatie voor online activisme ligt dan ook in het gebruiksgemak van sociale media – in het bijzonder Instagram – om veel mensen te bereiken en informatie te verkrijgen. “Dat is ook gewoon de makkelijkste manier om mensen te bereiken over heel de wereld. Ik bedoel dat is iets wat wij vijftien, twintig jaar geleden totaal niet hadden”, aldus Marieposa.

Zo goed als iedereen kan sociale media gebruiken en er hun mening uiten. Het is een heel laagdrempelige manier om verhalen te vertellen, aldus Stefanie: “Wat ik heel mooi vind aan Twitter en Instagram is het feit dat mensen letterlijk gewoon hun gsm moeten opendoen en die gewoon hun verhaal kunnen vertellen.” Doordat veel mensen er zich uitspreken en de structuur van sociale media toelaat boodschappen breed te delen, kan informatie zich snel verspreiden over heel de wereld. Tijdens de BLM-periode was dit heel duidelijk volgens de respondenten, nieuws en updates over racisme en politiegeweld konden bijna live gevolgd worden via Instagram:

Instagram heeft, tijdens die periode vorig jaar bijvoorbeeld ook, ervoor gezorgd dat wij eigenlijk heel snel informatie vinden over de andere kant van de wereld. Dus wanneer dat er iets gebeurde in verband met de zaak van George Floyd of andere mensen die vermoord werden door politiegeweld, dan wisten we dat *à la seconde* eigenlijk, dus Instagram zorgt ervoor dat we informatie heel snel kunnen weten en ook gewoon heel snel kunnen verspreiden. (Abigaëlle)

## 6.2.3 Bewustwording creëren

Online activisme staat voor de respondenten gelijk aan mensen informeren en dingen bijleren: “*Awareness* creëren, mensen *educaten* via uw platform” (Ilsa). De derde motivatie komt voort vanuit de idee dat verandering teweegbrengen en ongelijkheid bestrijden altijd begint met informatie: “Informatie is echt wel de basis om alles te kunnen veranderen, want zoveel dingen gebeuren uit onwetendheid. Zoveel haat en racisme is ook uit onwetendheid” (Marieposa).

Drie respondenten wijzen hierbij expliciet op het belang van enkel correcte informatie te verspreiden, wat volgens hen op sociale media niet altijd evident is. Ze vinden het belangrijk bewust te zijn van mogelijke misinformatie en hier actief op te letten: “Natuurlijk bij alles wat je online ziet moet je wel filteren van ‘Is dit betrouwbaar? Is dit niet betrouwbaar?’” (Ilsa).

### 6.2.3.1 In functie van volgers

De respondenten delen activistische content vooral in functie van hun volgers. Wanneer ze een interessant bericht zien of iets bijleren, delen ze dat op hun Instagram-verhaal in de hoop dat hun volgers ook bijleren. Aurélie drukt haar enthousiasme uit: “Als ik iets leer en ik vind dat keiboeiend, dan deel ik dat. Want dan heb ik zo het gevoel: ‘Wow hoe leuk zou het zijn als andere mensen dat ook weten?!’”. Ze geven hierbij aan hun volgers vrij goed te kennen en te weten wat hen interesseert en bezighoudt.

Interessante inhoud is één ding, maar berichten moeten ook effectief gelezen worden. “*Social media* zijn om te scrollen en je moet iets bondig zeggen dat je in drie seconden gelezen hebt, want anders gaan mensen daar gewoon over”, aldus Aurélie. Respondenten beseffen dat berichten de aandacht moeten trekken: “Dat is sowieso wel belangrijk, hoe dat eruitziet, of dat dat *appealing* is, want dat blijft wel sociale media en dat moet lokken natuurlijk” (Philippe). Een ideaal Instagram-bericht bevat niet te veel tekst en is “gewoon *to-the-point*” (Ilsa).

Een andere manier om aandacht te trekken is met humor. De humoristische berichten die circuleerden met de slagzin ‘*Arrest the cops who killed Breonna Taylor*’ vonden de respondenten een goede, luchtige manier om met het thema te interageren en *awareness* te verspreiden. Hun reacties op de horoscoop-*post* (afbeelding 2) waren dan ook unaniem lovend: “Een originele manier om *awareness* te verspreiden. Misschien ook een beetje een voorbeeld van iets dat meer *aesthetic* is, iets dat meer tof is om te delen” (Abigaëlle), “Zelfs voor zo'n zwaar onderwerp op een goede manier grappig gemaakt” (Emma). Ook memes die *awareness* verspreiden en sociale problematieken aankaarten (bijvoorbeeld afbeelding 3) vielen in de smaak en zijn volgens de respondenten een goede manier van activisme:

Ik vind memes wel goed om op een meer relativerende en lachende manier te kunnen spreken over thema's die soms heel zwaar kunnen zijn. Het kan een beetje een verandering zijn van zware geladen *posts* om eens een grappige meme ertussen te zien dat u nog steeds *educate* eigenlijk. (Abigaëlle)



Afbeelding 2 & 3: Your summer drink according to your horoscope & Meme systematic racism

Een kanttekening: humor is zeer delicaat bij zwaarwichtige thema's en vraagt voorzichtigheid: “Maar soms moet je wel oppassen met zo'n humor, vind ik toch” (Stefanie).

Respondenten hechten veel belang aan de reacties van hun volgers, zowel in privéberichten als in het echt. Ze zijn blij als ze merken dat hun volgers effectief bijleren en conversaties aangaan over het topic, want dat is uiteindelijk hun doel. Philippe en Ilsa vertellen:

Als ik die [mijn volgers] dan later tegenkom, dan wordt daar wel over gebabbeld soms. (...) En als dat het al is, het resultaat, dan vind ik dat wel de moeite om dat te blijven doen. Want soms dan vraagt ge u wel af van, ‘*what is the point ofzo?*’ (Philippe)

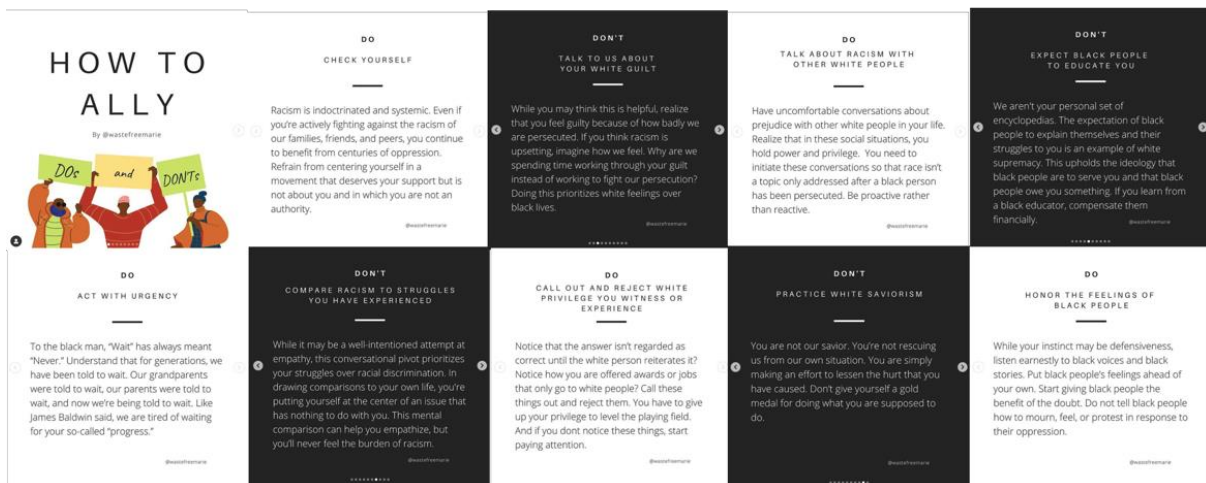
Dat is mijn achterliggende bedoeling van die dingen te delen, dat ik gewoon mensen kan aanzetten om te *educaten*. Ik heb al heel vaak mensen gehad die mij sturden of antwoorden op mijn stories van ‘ik heb dat nog nooit zo bekeken, *thanks for that*’. Dat geeft mij dan keiveel voldoening, want dat is gewoon exact hetgeen wat ik wil bereiken. (Ilsa)

Niet alle volgers reageerden even positief op de vele activistische *posts* tijdens BLM. Zo hebben de drie respondenten met het grootste bereik op Instagram, Aurélie, Abigaëlle en Laura, destijds een heel aantal volgers verloren. Ze vonden dat jammer, maar tegelijk een goede zaak dat die mensen hen niet langer volgden. Het ontmoedigde hen niet om door te zetten met hun activisme,

integendeel: “Ja, in die tijd verloor ik wel een paar volgers, maar dat is niet een reden waarvan ik ben van ‘oke nu moet ik ermee stoppen’, dat niet” (Abigaëlle).

Kortom, de jonge online activisten delen informatie met hun volgers en hechten hierbij vooral belang aan degenen waarvan ze weten dat die de informatie ter harte nemen en trekken zich niet veel aan van zij die er een andere mening op nahouden. Een goed voorbeeld van hoe dit tot uiting kwam tijdens de BLM-periode was de informatieve *post* over hoe een *ally* zijn (afbeelding 4). Abigaëlle, Aurélie, Ilsa en Marieposa – vier zwarte vrouwelijke respondenten – gaven aan dergelijk bericht gedeeld te hebben omdat ze toen heel vaak die vraag kregen en wisten dat hun (witte) volgers daarin geïnteresseerd waren:

Ik ken veel van mijn volgers en ik weet, ik heb al zo'n gesprekken gehad van: ‘maar hoe moet ik me eigenlijk gedragen als *ally*?’ En ik weet dat zij niet de enige zijn die met zo'n vraag zitten. En dan deel ik zoiets in de hoop van, andere mensen die dat misschien niet durven te vragen direct, om dan die mensen ook verder te helpen. (Aurélie)



Afbeelding 4: How to ally

### 6.2.3.2 Informatie als opstap

Informerer heeft geen nut als het daarbij blijft: “Het is niet leren om te leren (...), want we leren natuurlijk voor iets: om systemisch er iets aan te doen, om beter te stemmen, om beter te protesteren...” (Emma). Verandering brengen kan niet met sociale media alleen, stellen de respondenten unaniem. Ze getuigen hierbij dat hun eigen engagement verder gaat dan enkel Instagram. Zo lezen ze zich in over onderwerpen waarover ze delen, praten ze erover met vrienden en familie en gaan ze soms protesteren.

Informatie op sociale media kan op veel manieren aanzetten tot verdere actie, dat kan volgens respondenten al beginnen bij jezelf in vraag stellen en verder informeren. Eén bericht op Instagram kan gevolgen hebben tot ver daarbuiten. “Niemand beweert dat met Instagram alleen de wereld gaat veranderen”, stelt Emma, waarmee ze de relativiteit van sociale media onderstreept, maar tegelijkertijd de kracht ervan benadrukt omdat Instagram in vele gevallen wel net die opstap kan zijn die uiteindelijk leidt tot verandering. Aurélie vertelt:

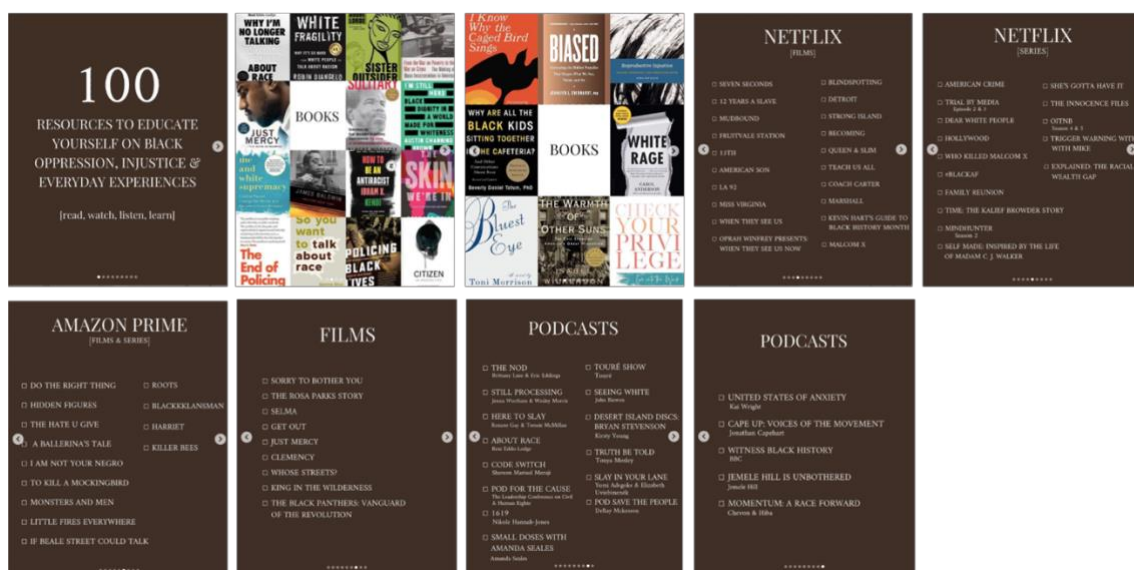
Het begint wel meestal op Instagram, Facebook of Twitter. Dat is wel vaak de eerste stap die mensen doet nadenken. En de mensen die dan echt daar verder iets mee willen doen, die gaan dan een boek

vastpakken of die gaan zich aansluiten bij een organisatie om concreet iets te kunnen doen. (...) Ik zeg niet dat we nu allemaal massaal gaan moeten betogen of in een organisatie moeten stappen, maar gewoon uzelf, even een zelfreflectie doen van wat ik hier *post* betekent wel meer dan gewoon Instagram. Want mensen denken vaak dat Instagram gewoon een virtuele wereld is en de echte wereld iets anders is. Maar er is een connectie. Er is sowieso een connectie tussen die twee en die moet je vaak wel doorhebben.

Het is dus belangrijk dat wat op Instagram gebeurt zich ook doortrekt buiten de virtuele muren. De bevraagde respondenten bieden de informatie graag aan, maar benadrukken wel dat het mensen hun eigen verantwoordelijkheid is om er effectief iets mee te doen. Adriaan gebruikt hiervoor een treffende metafoer en stelt dat informatie op Instagram een ‘zaadje’ is waarmee mensen actief aan de slag moeten om het te laten ontkiemen:

Ik informeer en ik zet aan tot actie. Ofsat mensen die stories dan bekijken, ofdat die dat ter harte nemen, dat is nog iets anders natuurlijk, maar dat is hun zaak. Je kunt mensen niet dwingen hun standpunt te veranderen, want zo werkt dat niet denk ik. Je kunt alleen maar dat zaadje planten of hun interesse prikkelen waardoor dat zij zelf op zoek gaan naar meer. (Adriaan)

Tijdens de BLM-periode circuleerden op Instagram lijstjes met informatieve bronnen over racisme en ongelijkheid (afbeelding 5). Dergelijke overzichtjes worden unaniem als zeer handig beschouwd en een goede manier om mensen aan te moedigen zich verder te informeren, ook buiten de context van Instagram. Verschillende respondenten geven aan hierdoor zelf ook boeken te hebben gelezen en films te hebben gezien: “Dan leer ik nog veel meer dan wat op Instagram staat, maar ik ben dat wel gaan lezen of gaan kijken door Instagram” (Emma).



Afbeelding 5: 100 resources to educate yourself

### 6.3 Instagram als platform voor activisme

Alle respondenten zijn zeer actieve Instagram-gebruikers die Instagram gebruiken voor verschillende doeleinden. Ze zien het platform als een ‘mengelmoes’ van zowel ontspanning als zwaardere content. Online activisme is dus niet de enige functie van Instagram voor hen, maar maakt wel een belangrijk deel uit van hun Instagram-gebruik. Vanuit de interviews kunnen vier

redenen worden onderscheiden waarom de respondenten specifiek Instagram gebruiken als platform voor online activisme: bereik, structuur, visualiteit en positiviteit.

Ten eerste kiezen de respondenten voor Instagram omdat ze daar veel bereik hebben: “Instagram heb ik sowieso de meeste volgers op, weet ik ook dat de meeste mensen het meest actief op zijn” (Laura), “Ik *post* meer op Instagram sowieso, omdat ik denk dat ik daar een groter bereik heb” (Adriaan). Het zijn niet alleen veel mensen die ze kunnen bereiken op Instagram, het zijn ook de juiste mensen: “daar zitten jongere mensen op” (Aurélie) en dat zijn net degenen die ze graag willen bereiken met hun informatie.

Ten tweede leent de structuur van het platform zich goed voor activisme. Om bewustwording te creëren is het belangrijk dat informatie breed gedeeld kan worden en de verhalenfunctie van Instagram blijkt hiervoor ideaal. “Als je iets deelt dan kunnen mensen daar ook zelf op klikken en erop reageren enzo” legt Abigaëlle uit, mensen kunnen vanuit iemands verhaal dus gaan kijken naar het oorspronkelijke bericht en dan eventueel beslissen hier zelf iets mee te doen en bijvoorbeeld ook delen. Zo verspreidt informatie zich zeer snel. Bovendien kan ook content van andere sociale media gedeeld worden, zo delen respondenten regelmatig *TikToks* of *tweets* op hun verhaal. Een nadeel is dat er niet echt een mogelijkheid is om links te delen, hetgeen op Twitter bijvoorbeeld wel gemakkelijk kan.

De derde reden om voor Instagram te kiezen is omwille van de visuele mogelijkheden. Het platform laat enkel toe om content in visuele vorm (foto of video) te delen, hetgeen mensen ertoe beweegt hun content visueel aantrekkelijk te maken: “Je moet het nog altijd uploaden als een foto, dus je kunt niet gewoon een tekst typen, behalve in de caption, je maakt dat dus wel mooi enzo, dat vind ik ook wel tof aan Instagram” (Emma). Een aantrekkelijk bericht zal sneller gelezen worden en meer blijven hangen dan een droge tekst: “Ik denk dat Instagram wel waarschijnlijk aantrekkelijker zal zijn vanwege de prentjes en de tekeningen, dan pure tekstblokken” (Philippe). Het visueel aantrekkelijk maken van activisme is dus een groot voordeel, omdat zo meer mensen de boodschappen effectief lezen. Enkele respondenten waarschuwen hierbij wel dat het doel en de inhoudelijke boodschap steeds centraal moeten staan:

Mensen kijken sneller naar iets dat kleur heeft en fel is dan naar iets zwart. Dus zo zorg je er wel voor dat je meer aandacht krijgt doordat je eigenlijk mensen aantrekt. Maar wat dat ik minder goed vind aan het grafische, is dat sommige mensen eigenlijk het een beetje meer als een *aesthetic* gebruiken dan echt voor het doel. Ja, dan zie je zo mensen die enkel foto's delen met zo mooie bloemetjes, want dat past beter in hun *vibe* (...). En je ziet ook, zaken die mooier zijn in kleur en grafieken enzo, die worden veel sneller gedeeld dan gewoon puur normale dingen. Dus soms vind ik het een beetje jammer dat mensen enkel zaken delen, puur voor die *aesthetic* dan echt voor de informatie te verspreiden. (Abigaëlle)

Tot slot ervaren de respondenten Instagram als een positief platform. Het is een veilig medium, waar ze omringd worden met vooral gelijkgezinden en weinig haatvolle reacties krijgen, hetgeen in schril contrast staat met andere sociale media als Facebook en Twitter: “Instagram is een veel positiever medium sowieso, want op Facebook is het zo gemakkelijk om bagger eronder te schrijven en Twitter net hetzelfde” (Aurélie).

## 7 Discussie

Dit kwalitatief verkennend onderzoek heeft online activisme via Instagram bestudeerd naar aanleiding van de intense periode na de dood van George Floyd eind mei 2020. Een inhoudsanalyse bracht de belangrijkste thema's van Instagram-berichten in kaart en via diepte-interviews werden de ervaringen van jongeren beschreven die actief berichten hierover delen op Instagram. Op basis van de diepte-interviews kon deze masterproef een breder kader opstellen voor motivaties van jongeren voor online activisme. Dat kader kan worden geverifieerd en eventueel uitgebreid in grootschaliger onderzoek.

Deze studie vertrok vanuit het perspectief van institutioneel racisme en ideeën uit de kritische rassentheorie, stellende dat racisme een structureel probleem is dat op alle vlakken van de maatschappij doorwerkt. Racisme zit zodanig ingebakken in het systeem dat er substantiële institutionele veranderingen nodig zijn om een gelijkere wereld te creëren (Jones, 2000). De respondenten sluiten zich integraal aan bij die visie en stellen dat racisme op structureel niveau moet worden aangepakt, beginnend met informatie en onderwijs. Ook op persoonlijk niveau vinden ze het belangrijk dat individuen het probleem erkennen en actief antiracistisch zijn. Sociale media kunnen hierin een belangrijke rol spelen.

Verder werden zo minimaal mogelijk theorieën of conceptuele kaders op voorhand ingebracht om de gesprekken niet te veel een bepaalde richting uit te sturen en een open blik te houden bij de interpretatie. Veel gevonden inzichten sluiten echter aan bij reeds bestaande theorieën en concepten. Hieronder worden de voornaamste bevindingen teruggekoppeld naar de literatuur.

### 7.1 Terugkoppeling naar de literatuur

De eerste onderzoeksvraag onderzocht hoe online activisme zich manifesteerde op Instagram naar aanleiding van de dood van George Floyd en de gevonden thema's vormden een leidraad voor de diepte-interviews. De geanalyseerde berichten bleken veelal over thema's te gaan die een belangrijke rol spelen in de strijd tegen racisme en binnen de BLM-beweging, zoals politiegeweld en intersectionaliteit. De berichten bevatten educatieve informatie of roepen mensen op zich te verder informeren of andere acties te ondernemen tegen racisme. Ze moedigen dus antiracisme en *allyship* aan, waarbij zelfeducatie en actief actie ondernemen centraal staan (o.a. Kendi, 2019; Oluo, 2019). Ook verschenen er veel berichten gelinkt aan actuele gebeurtenissen, zoals bijvoorbeeld foto's en video's van protesten die gaande waren. Hierdoor konden mensen wereldwijd zien wat er aan de hand was, wat ervoor gezorgd heeft dat activisten zich op gedecentraliseerde manier konden verenigen en organiseren, met andere woorden, het protest kon groeien door *connective action* (Bennett & Segerberg, 2012).

Naast de inhoudelijke boodschap was er tijdens de analyse aandacht voor visuele elementen. Alle geanalyseerde berichten zijn terug te brengen tot de verschillende types visuele content zoals beschreven in het onderzoek van Cornet et al. (2017). Het is duidelijk dat de makers en verspreiders van de berichten zich bewust zijn van de *attention economy* (Simon, 1969). De berichten proberen de aandacht van Instagram-gebruikers te trekken aan de hand van onder meer duidelijke tekst, kleurrijke thema's, tekeningen en humor. Ook de respondenten benadrukken het belang van die visuele aantrekkelijkheid en zeggen dat ze hier bewust mee bezig zijn. In het bijzonder humoristische berichten, bijvoorbeeld memes, en duidelijke *infographics* vallen in de smaak bij de respondenten

en weten volgens hen de boodschap het best te verspreiden. De Instagram *infographics* volgen veelal het visuele voorbeeld van Du Bois: de tekst is centraal geplaatst in een duidelijk lettertype op een effen achtergrond en enkel de belangrijkste informatie is neergeschreven (Kay, 2020).

De tweede onderzoeksvraag was een retrospectieve onderzoeksvraag en onderzocht hoe de jonge activisten de periode na Floyds dood hebben ervaren. Het bleek een zeer levendige en intense periode te zijn geweest met frustraties en verdriet, maar ook mooie en hoopvolle momenten. Net als vele activisten en academici (o.a. Cole, 2020; Cornelius, 2020), zien alle respondenten Floyds dood als een kantelpunt voor de antiracisembeweging. Dat kantelpunt is er volgens hen enkel en alleen kunnen komen door sociale media. Een van de respondenten noemt het zelfs het begin van een “nieuwe manier van antiracisme”. De respondenten stellen unaniem dat antiracisme actieve inzet vereist en sluiten zich hiermee aan bij antiracistische denkers als Kendi, Oluo en Saad.

De verdeeldheid onder de respondenten over het initiatief *#blackouttuesday* is interessant in het licht van de bestaande literatuur en het maatschappelijke debat rond online activisme. De actie ging allerm minst onopgemerkt voorbij en alle respondenten getuigen van een volledig zwarte dag op Instagram. Het zwarte vierkantje van *#blackouttuesday* wordt wel eens bestempeld als een schoolvoorbeeld van *performative activism*, waarbij activisme meer gaat om het opkrikken van de eigen sociale status dan om het effectief begaan zijn met de sociale kwestie (Kalina, 2020). Drie respondenten sluiten zich bij die visie aan en vonden het een zeer kwalijke en performatieve trend. Twee andere respondenten gaan hier tegenin en zagen de vele zwarte vierkantjes als een mooi en krachtig signaal. De resterende respondenten nemen een tussenpositie in.

De heropleving van BLM in 2020 wist voor een bepaalde tijd massale (sociale)media-aandacht te genereren. Ook het online activisme van de respondenten ging mee met die golf en ze deelden die periode opvallend meer over BLM. Wat dit onderzoek omschrijft als golven op sociale media ligt in lijn met wat in de literatuur mediahype – of beter sociaalmediahype – wordt genoemd. Er is sprake van een mediahype wanneer er een plotse stijging plaatsvindt in media-aandacht over een bepaald thema naar aanleiding van een bepaalde gebeurtenis, die aandacht relatief lange tijd blijft en daarna geleidelijk uitdooft (Pang, 2013; Vasterman, 2005). De heropleving van BLM in 2020 is volgens de respondenten bij uitstek een voorbeeld van zo’n golf of mediahype, al benadrukken ze hierbij dat BLM meer is dan golf of hype. Het is een continue strijd voor zwarte levens. Respondenten vinden het belangrijk ook een constante *awareness* te behouden. BLM is nu eenmaal een “*movement*” en geen “*moment*” (BLM, z.d.).

De derde onderzoeksvraag onderzocht waarom jongeren aan online activisme doen. Ook werd beschreven hoe dit tot uiting kwam in de context van BLM en waarom de respondenten Instagram verkiezen als platform voor online activisme. De interviews brachten drie samenhangende motivaties aan het licht die als algemeen kader kunnen worden aangenomen om motivaties voor online activisme te begrijpen. De eerste motivatie vormt hierbij de ultieme drijfveer en de tweede en derde motivatie beschrijven meer de middelen om daartoe te komen.

In de eerste plaats doen jongeren aan online activisme omdat ze verandering willen. Jonge mensen hebben altijd al aan de frontlijn gestaan van sociale verandering (Earl et al., 2017; Honwana, 2019), maar toch hebben de bevroegde respondenten het gevoel dat hun generatie deze keer echt dingen kan en moet veranderen. Op vlak van racisme stellen de respondenten dat het belangrijk is om actief antiracistisch te zijn. Witte jongeren hebben hierin een belangrijk rol te spelen als bondgenoot (o.a. Kendi, 2019; Oluo, 2019; Saad, 2020) en de witte respondenten benadrukken inderdaad dat hun



taak vooral is om ervoor te zorgen dat zwarte stemmen gehoord en versterkt worden, het zogenaamde *amplifying voices*.

De tweede beweegreden voor online activisme is omdat sociale media een platform bieden waarop mensen te bereiken zijn en informatie is terug te vinden. Dit valt te interpreteren binnen de klassieke theorie van de publieke sfeer van Habermas (1962). Net als Habermas erkennen de respondenten het belang van een plaats waar informatie en verhalen gedeeld kunnen worden zonder tussenkomst van *gatekeepers*. Sociale media maken dat mogelijk (Carney, 2016; Dahlgren, 2005). Respondenten stellen dat enkel en alleen doordat verhalen en informatie zich zo snel konden verspreiden via sociale media de BLM-beweging zo snel is kunnen groeien. Dit ligt ook in lijn met *connective action* zoals beschreven door Bennett en Segerberg (2012).

Ten derde willen de respondenten via online activisme bewustwording creëren over sociale thema's bij hun volgers. Informatie en educatie zijn het begin van sociale verandering volgens hen. Ze vinden het dan ook belangrijk hun volgers correct te informeren, vermits sociale media vaak de voornaamste infobron zijn voor jongeren om te leren over sociale thema's als racisme (Cox, 2017; Mundt et al., 2018). Ze houden rekening met de aantrekkelijkheid van de berichten die ze delen, omdat ze zich bewust zijn van scrollgedrag op sociale media en de *attention economy* (Simon, 1969). Ze erkennen dat informeren om te informeren weinig zin heeft en net als onder andere Mundt et al. (2018) zijn ze het erover eens dat activisme verder moet gaan dan enkel de virtuele wereld. Ze getuigen dat dit bij henzelf het geval is en dat ze ook bij hun volgers merken dat online activisme aanmoedigt tot offline acties, zoals boeken lezen, gesprekken voeren, zichzelf in vraag stellen, protesten bijwonen... Die bevindingen liggen in lijn met tal van onderzoeken die de positieve link tussen online en offline activisme aantonen (o.a. Castells, 2012; Grejdanus et al., 2020) en gaan in tegen sceptici die jonge online activisten wegzetten als *slacktivists* die genoeg nemen met een enkele muisklik (Morozov, 2009; Yu-Hao & Hsieh, 2013). De bevroegde respondenten zijn allerm minst passieve online activisten die niet buiten de virtuele wereld denken.

Tot slot onderzocht deze studie waarom de respondenten Instagram verkiezen als platform voor online activisme. Voorgaand onderzoek focuste vooral op Twitter en Facebook (o.a. Ince et al., 2017; Mundt et al., 2018). Nochtans is Instagram een populair medium voor online activisme bij jongeren. De respondenten uit dit onderzoek tonen dit aan en geven vier duidelijke redenen waarom Instagram een geschikt platform is voor activisme. Ten eerste kunnen op Instagram veel mensen bereikt worden, voornamelijk jongeren. Ten tweede leent de structuur van het platform zich goed voor online activisme doordat berichten gemakkelijk gedeeld kunnen worden op de verhalenfunctie. Ten derde creëren de visuele mogelijkheden veel opties voor activisme, al dient hierbij opgelet te worden dat esthetiek niet belangrijker wordt dan inhoud. Ten vierde wordt Instagram gezien als een positief medium en zijn er minder haatvolle commentaren dan op bijvoorbeeld Twitter.

## **7.2 Sterktes en beperkingen van het onderzoek**

Dit verkennend onderzoek draagt op verschillende manieren bij aan de literatuur, onder meer door de recente heropleving van de BLM-beweging te bestuderen vanuit een Belgische context, Instagram te onderzoeken als platform voor activisme en te luisteren naar de ervaringen van jonge online activisten. Er is bijzondere aandacht besteed aan ethisch te werk gaan en het onderzoek is goedgekeurd door de SMEC. De studie is echter niet vrij van beperkingen. In deze sectie wordt kort

ingegaan op enkele sterktes en beperkingen in verband met de steekproef, de gebruikte methodes en de positie van de onderzoeker.

Om de kwalitatieve inhoudsanalyse uit te voeren, maakte dit onderzoek gebruik van een steekproef bestaande uit berichten uit het eigen Instagram-archief. Niet elk Instagram-bericht over racisme had evenveel kans om geselecteerd te worden en de geanalyseerde berichten bieden bijgevolg geen representatief overzicht van alle content die hierover circuleerde op dat moment. Het doel van een kwalitatieve inhoudsanalyse is echter niet zozeer representativiteit, dan wel een uitgebreide beschrijving van een bepaalde case. Bovendien werden de berichten die getoond werden tijdens de diepte-interviews herkend door de respondenten, wat blijkt geeft dat de inhoudsanalyse grondig is uitgevoerd en relevante berichten omvatte.

De diepte-interviews maakten gebruik van een criteriumsteekproef. Er werden jongeren bevestigd die actief content delen over BLM en andere sociale problematieken op Instagram. Het doel was om een diepgaand beeld te schetsen van de ervaringen van die bevestigde jongeren en niet om te generaliseren naar de gehele populatie van jonge online activisten. Niettemin had de uiteindelijke steekproef enkele beperkingen die mogelijks van invloed waren op de resultaten. Zo was er beperkte variatie op vlak van gender en waren er slechts twee mannelijke respondenten. Dit hoeft echter geen probleem te zijn. Er zitten iets meer vrouwen dan mannen op Instagram (Statista, 2021) en uit de subjectieve ervaring van de respondenten bleek bovendien dat ze vooral vrouwelijke online activisten kenden. De rol van gender in online activisme dient verder onderzocht te worden in grootschalig onderzoek. De grootste beperking binnen de steekproef was wellicht het feit dat, op één respondent na, uitsluitend studenten zijn bevestigd. Studenten en hoogopgeleiden leven vaak in een homogene bubbel, hetgeen hun denkbeelden sterk beïnvloed (Peterson, 2001). Dit maakt dat het fenomeen vrij eenzijdig is belicht. Vervolgonderzoek zou ook jongeren uit andere milieus en opleidingsniveaus kunnen integreren om zo andere visies te exploreren.

De gehanteerde methode van diepte-interviews laat toe om rijke en diepgaande data te verzamelen. De methode berust echter op zelfrapportage wat onmiskenbaar beperkingen met zich meebrengt, zoals sociale wenselijkheid en *memory recall bias*. Sociale wenselijkheidsbias doet zich voor wanneer respondenten hun antwoorden afstemmen in de richting van wat als maatschappelijk goed of moreel wordt beschouwd (Roose & Meuleman, 2014). De interviews betroffen een gevoelig onderwerp, waardoor respondenten mogelijk meer geneigd waren sociaal wenselijke antwoorden te geven – al dan niet bewust. Hierdoor bestaat de kans dat, naast de drie manifeste motivaties omschreven in de resultatensectie, meer ‘egoïstische’ of statusgerichte motivaties voor online activisme – zoals erbij willen horen, een goed beeld van zichzelf ophangen, etc. – ook een rol spelen bij de respondenten, maar niet aan bod zijn gekomen tijdens de interviews. Om sociale wenselijkheid zoveel mogelijk te reduceren werd voldoende aandacht besteed aan het voorgesprek, de geïnformeerde toestemming en de vertrouwelijkheid van het onderzoek (Savin-Baden & Major, 2013). Een andere beperking van diepte-interviews en bedreiging voor de interne validiteit is *memory recall bias* (Hassan, 2005). Veel vragen waren retrospectief en peilden naar ervaringen van een jaar eerder, wat maakt dat respondenten zich mogelijks niet alles meer even scherp konden herinneren en hun herinneringen en gevoelens niet altijd even accuraat konden beschrijven. Daarnaast werden vier van de negen interviews online afgenomen via Zoom, wat het gesprek mogelijk minder vlot maakte en lichaamstaal beperkte (Janghorban, Roudsari, & Taghipour, 2014). Sommige onderzoekers zien echter ook voordelen aan online interviews (Savin-Baden & Major, 2013) en door de respondenten zelf werd het niet als storend ervaren, mede omdat ze door de coronapandemie al zeer gewend waren aan online conversaties.

Als onderzoeker en interviewer heb ikzelf uiteraard ook een enorme invloed gehad op het gevoerde onderzoek. Als wit persoon kan ik mij onmogelijk helemaal inleven in het thema (anti-zwart) racisme. Daarom heb ik geprobeerd om mijn eigen positie ten aanzien van dit onderzoek zo correct en volledig mogelijk te expliciteren (zie [4.2](#)), zo kan de lezer zien vanuit welk standpunt ik dit onderzoek doe. Ik lichtte mijn positie ook toe aan de respondenten. De gespreksgids bestond uit open vragen en tijdens de interviews heb ik erop gelet om sturende vragen zoveel mogelijk te vermijden (Roose & Meuleman, 2014). Om bewust om te gaan met mijn *biases* tijdens het analyseren en interpreteren van de data, heb ik getracht steeds zo dicht mogelijk bij de woorden en uitspraken van de respondenten te blijven, zonder hierbij te verzaken aan mijn plicht als onderzoeker om te interpreteren en conclusies te trekken. Tot slot ben ik een masterstudente en geen ervaren onderzoeker, wat maakt dat dit masterproefonderzoek onvermijdelijk imperfecties bevat. Al ben ik er wel van overtuigd dat mijn leeftijd en informele kennis van Instagram en BLM in dit geval ook in mijn voordeel hebben gespeeld. Ik bevond me op hetzelfde niveau als de respondenten, waardoor ze vrijuit durfden te spreken en zich op hun gemak voelden.

## 7.3 Aanbevelingen

### 7.3.1 Vervolgonderzoek

Online activisme is een bijzonder interessant en relevant studiedomein anno 2021 waarin nog veel te ontdekken valt. Daarom wil deze studie kort enkele aanbevelingen doen voor eventueel vervolgonderzoek. In dit onderzoek kon vanuit diepte-interviews een breder algemeen kader worden blootgelegd voor motivaties voor online activisme. Dit vooropgesteld model kan verder onderzocht, geverifieerd en uitgebreid worden in verschillende contexten: rond andere thema's zoals LGBTQIA+-rechten, op andere sociale media zoals TikTok, bij andere doelgroepen zoals oudere mensen of tieners, en via andere methodes zoals surveys of focusgroepen.

De sociale beweging BLM en de groeiende antiracisembeweging verdienen meer aandacht in het onderzoeksveld, zeker vanuit het perspectief van geëngageerde jongeren. Deze studie raadt verder onderzoek aan om engagement hierrond apart te onderzoeken bij witte jongeren en zwarte jongeren, aangezien beide groepen zeer verschillende ervaringen hebben met betrekking tot dit thema. De studies met witte jongeren zouden onder meer kunnen focussen op wat het betekent een bondgenoot te zijn, hoe dit zich uit in concrete acties, in welke mate hun bondgenootschap performatief is en het proces van bewustwording van eigen privileges. Onderzoek met zwarte jongeren kan zich toespitsen op de redenen waarom ze zich actief inzetten voor hun *community*, of ze dit een keuze vinden, de tegenreacties die ze ervaren en de mentale gevolgen hiervan. Dit onderzoek dient best uitgevoerd te worden door een zwarte onderzoeker die hun ervaringen kan begrijpen en gepaste begeleiding kan bieden. Enkele van die zaken kwamen al gedeeltelijk aan bod in de diepte-interviews, maar vielen buiten het bestek van dit onderzoeksopzet en dienen apart onderzocht te worden. Niet-zwarte jongeren van kleur zouden nog een derde studiegroep kunnen vormen, vermits hun ervaringen met racisme en BLM nog anders liggen.

Een laatste aanbeveling is om te onderzoeken hoe verregaand activisme via Instagram is en of hier ook negatieve effecten aan verbonden zijn. In dit onderzoek zijn enkel medestanders van de BLM-beweging bevraagd, die bovendien aangaven zich voornamelijk in een bubbel van gelijkgezinden te bevinden, zeker op Instagram. Uitgebreid survey-onderzoek bij Instagram-gebruikers zou kunnen blootleggen hoe wijdverspreid activistische content is op het platform en of ook mensen buiten 'progressieve bubbels' hiermee in contact komen. Daarnaast dient onderzocht te worden of activistische berichten ook nefast kunnen zijn voor de beweging. Zo kan content op Instagram

zorgen voor meer polarisering of afkeer voor het thema. Sommige respondenten haalden die gevaren van online activisme al kort aan, zeker wanneer Instagram-berichten op een aanvallende of beschuldigende manier zijn opgesteld. De bespreking van die resultaten viel buiten het bestek van dit onderzoek, al zijn meer inzichten hierover cruciaal om de effecten van online activisme volledig te kunnen begrijpen.

### 7.3.2 Beleidsaanbevelingen

Deze studie leidt impliciet tot beleidsimplicaties binnen de domeinen onderwijs en media. Uit dit onderzoek blijken jongeren van oordeel dat informatie en bewustwording over sociale thema's – in dit geval racisme – enorm belangrijk zijn als opstap naar meer begrip en verdraagzaamheid. Respondenten menen dat betere educatie over culturele verschillen en het Belgisch koloniaal verleden hiervoor essentieel zijn. Ook media kunnen volgens hen bijdragen aan meer bewustwording bij burgers. Zoals aangegeven in de resultatensectie gaat media-aandacht voor sociale thema's vaak in golven. Het is echter belangrijk dat media ook aandacht besteden aan dergelijke thema's wanneer er geen vreselijke dingen gebeuren – of die niet in de aandacht komen. Een mogelijke oplossing die deze studie hiervoor voorstelt, is het uitzenden van reportages en duidingsprogramma's over sociale thema's heel het jaar rond. Daarnaast hebben (traditionele) media een belangrijke rol in hoe ze berichtgeven over protestbewegingen en protesten. Respondenten betreuren het feit dat na het volgens hen grotendeels vreedevolle protest in Brussel op 7 juni 2020 de media meer aandacht besteedden aan enkele relschoppers nadien dan aan de boodschap van het protest. Door die negatieve *framing* gaat de belangrijke inhoudelijke boodschap verloren en verkleint het draagvlak van protestbewegingen. Neutralere berichtgeving en focus op het perspectief van de actievoerders kunnen hier verandering in brengen.

## 8 Conclusie

Dit kwalitatief, verkennend onderzoek bood een diepgaand inzicht in activisme via Instagram tijdens de intense periode in 2020 na de dood van George Floyd. Hiervoor werd enerzijds een inhoudsanalyse uitgevoerd van Instagram-berichten en werden anderzijds diepte-interviews gehouden met Belgische jongeren die actief berichten delen over BLM op Instagram.

De kwalitatieve inhoudsanalyse tekende een beeld van hoe online activisme rond BLM zich manifesteerde op Instagram en bracht vijf categorieën van berichten aan het licht: educatieve berichten, berichten over politie(geweld), berichten die intersectionaliteit aankaarten, berichten over actuele gebeurtenissen en berichten die oproepen tot actie. Hierbij komen visueel aantrekkelijke *infographics* veelvuldig voor en wordt in berichten ook vaak gebruik gemaakt van humor.

De diepte-interviews legden bloot dat de respondenten de periode na Floyds dood zeer intens beleefden. Zijn dood wordt unaniem gezien als een kantelpunt voor de antiracismebeweging. Dat kantelpunt is volgens de respondenten integraal te danken aan sociale media door de snelle verspreiding van het filmpje van zijn doodsstrijd. Enkele belangrijke fenomenen die de ervaringen van de respondenten mee vormgaven: het initiatief *#blackouttuesday* dat met gemengde gevoelens werd onthaald, het protest in Brussel dat een gevoel van hoop gaf en de discussies over de standbeelden van Leopold II. Hoewel de periode van verhoogde aandacht voor het thema relatief kort was, benadrukken de respondenten met klem dat BLM geen hype was, maar dat (sociale)media-aandacht onvermijdelijk in golven gaat.

Ook formuleerde deze studie een algemeen kader om motivaties van jongeren voor online activisme te begrijpen. Uit de interviews kwamen drie samenhangende motivaties naar voren. Ten eerste bleken de bevraagde jongeren aan online activisme te doen omdat ze inzitten met ongelijkheid en verandering willen inzake racisme en andere sociale problematieken. Ten tweede voeren ze online actie omdat sociale media een platform bieden waarop veel mensen te bereiken zijn en veel informatie aanwezig is. Ten derde willen ze via hun platform hun volgers bewustmaken van sociale problematieken, wat een opstap kan zijn naar verdere actie. Het creëren van sociale verandering vormt dus de ultieme drijfveer voor online activisme en de tweede en derde motivatie geven aan hoe de jongeren die verandering willen bekomen. Dit vooropgesteld model kan worden geverifieerd en uitgebreid in (grootschaliger) vervolgonderzoek.

Tot slot beschreef deze masterproef waarom de bevraagde jongeren Instagram verkiezen als platform voor activisme. Instagram bleek het geprefereerde medium omdat ze daar een groot bereik hebben, zowel de structuur als visuele mogelijkheden van het platform zich goed lenen voor activisme en omdat ze het als een positief medium ervaren.

Kort samengevat beschreef dit onderzoek wat de intense BLM-periode heeft betekend voor activistische jongeren en wat hun drijfveren zijn voor online activisme. Het is duidelijk dat de huidige generatie jongeren gebruik maakt van de mogelijkheden van sociale media in hun strijd naar sociale gelijkheid en niet van plan is om snel op te geven, of zoals respondent Marieposa het zei: "Iedereen moet dezelfde rechten hebben als een witte cisgender man in deze maatschappij. En totdat we daar zijn, ga ik niet stoppen en gaan andere mensen ook niet stoppen."

## 9 Referentielijst

- Banks, T. L. (2000). Colorism: A darker shade of pale. *UCLA Law Review*, 47, 1705-1745. Geraadpleegd van <https://www.researchgate.net/>
- Bell, D. (1973). *Race, racism, and American law*. Boston, England: Little, Brown.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15, 739-768. doi:10.1080/1369118X.2012.670661
- BLM (z.d.). Black Lives Matter About. Geraadpleegd op 5 augustus 2021, van <https://blacklivesmatter.com/about/>
- BLM (z.d.). Black Lives Matter Herstory. Geraadpleegd op 9 augustus 2021, van <https://blacklivesmatter.com/herstory/>
- Brown, M., Ray, R., Summers, E., & Fraistat, N. (2017). #SayHerName: a case study of intersectional social media activism. *Ethnic and Racial Studies*, 40, 1831-1846. doi:10.1080/01419870.2017.1334934
- Carney, N. (2016). All Lives Matter, but so does race: Black Lives Matter and the evolving role of social media. *Humanities & Society*, 40, 180-199. doi:10.1177/0160597616643868
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge, England: Polity.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*. London, England: Sage.
- Chnge (2020, 12 juli). *Black Lives Still Matter* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CCi98VPAgTh/>
- Clark, M. D. (2019). White folks' work: digital allyship praxis in the #BlackLivesMatter movement. *Social Movement Studies*, 18, 519-534. doi:10.1080/14742837.2019.1603104
- Cole, G. (2020). White identity and Black Lives Matter: Amending and defending privilege in the wake of the 2020 uprising. Retrieved from [https://www.genevacole.com/uploads/1/2/1/9/121958989/cole\\_blm.pdf](https://www.genevacole.com/uploads/1/2/1/9/121958989/cole_blm.pdf)
- Cornelius, N. (2020). From slavery and colonialism to Black Lives Matter: New mood music or more fundamental change? *Equality, Diversion and Inclusion*. Advance online publication. doi:10.1108/EDI-07-2020-0199
- Cornet, V. P., Hall, N. K., Cafaro, F., & Brady, E. L. (2017). How image-based social media websites support social movements. *Proceedings of the 2017 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2473–2479) doi:10.1145/3027063.3053257
- Cox, J. (2017). The source of a movement: making the case for social media as an informational source using Black Lives Matter. *Ethnic and Racial Studies*, 40, 1847-1854. doi:10.1080/01419870.2017.1334935
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1, 139-167. Geraadpleegd van <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8>

- Crenshaw, K., Gotanda, N., Peller, G., & Thomas, K. (1995). *Critical Race Theory: The Key Writings That Formed the Movement*. New York: New Press.
- Curlicurls (2020, 10 juni). *Meme systematic racism* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBPbRDmpqde/>
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22, 147-162. doi:10.1080/10584600590933160
- Delgado, R., & Stefancic, J. (2001). *Critical race theory: An introduction*. New York: New York University Press.
- DiAngelo, R. (2012). *What does it mean to be white? Developing white racial literacy*. New York: Peter Lang.
- DiAngelo, R. (2018). *White Fragility: Why it's so hard for white people to talk about racism*. Boston: Beacon Press.
- Dixson, A. D. (2018). 'What's going on?': A critical race theory perspective on Black Lives Matter and activism in education. *Urban Education*, 53, 231-247. doi:10.1177/0042085917747115
- Du Bois, W.E.B. (1940). *Dusk of Dawn: An Essay Toward an Autobiography of a Race Concept*. New Brunswick: Transaction.
- Earl, J., Maher, T. V., & Elliott, T. (2017). Youth, activism and social movement. *Sociology Compass*, 11(4), e12456. doi:10.1111/soc4.12465
- Edwards, F., Lee, H., & Esposito, M. (2019). Risk of being killed by police use of force in the United States by age, race-ethnicity, and sex. *PNAS*, 116, 16793-16798. doi:10.1073/pnas.1821204116
- Fausset, R. (2021, 13 juli). What we know about the shooting death of Ahmaud Arbery. *The New York Times*. Geraadpleegd van <https://www.nytimes.com/article/ahmaud-arbery-shooting-georgia.html>
- Freelon, D., McIlwain, C., & Clark, M. (2018). Quantifying the power and consequences of social media protest. *New Media & Society*, 20, 990-1011. doi:10.1177/1461444816676646
- Gerhards, J., & Schäfer, M. S. (2010). Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany. *New Media & Society*, 12, 143-160. doi:10.1177/1461444809341444
- Goddeeris, I. (2020). *Black Lives Matter in Belgium (June-July 2020). A Catalyst in Postcolonial Memory?* Geraadpleegd van <https://www.rosalux.eu/en/article/1796.black-lives-matter-in-belgium-june-july-2020.html>
- Goldberg, D. T. (2015, 25 september). Why "Black Lives Matter" because all lives don't matter in America. *Huffpost*. Geraadpleegd van [https://www.huffpost.com/entry/why-black-lives-matter\\_b\\_8191424](https://www.huffpost.com/entry/why-black-lives-matter_b_8191424)
- Greijdanus, H., de Matos Fernandes C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: Relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49-54. doi:10.1016/j.copsyc.2020.03.003
- Groves Price, P. (z.d.). Critical race theory. *Oxford Research Encyclopedia of Education*. Geraadpleegd op 6 augustus 2020, van <https://oxfordre.com/education/view/10.1093/acrefore/9780190264093.001.0001/acrefore-9780190264093-e-1>

- Habermas, J. (1962). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Oxford, England: Polity Press.
- Hassan, E. (2005). Recall bias can be a threat to retrospective and prospective research designs. *The Internet Journal of Epidemiology*, 3(12), 1-7. Geraadpleegd via <https://ispub.com/>
- Honwana, A. (2019). Youth struggles: From the Arab Spring to Black Lives Matter & beyond. *African Studies Review*, 62, 8-21. doi:10.1017/asr.2018.144
- Hunter, M. (2007). The persistent problem of colorism: Skin tone, status and inequality. *Sociology Compass*, 1, 237-254. doi:10.1111/j.1751-9020.2007.00006.x
- Ince, J., Rojas, F., & Davis, C. A. (2017). The social media response to Black Lives Matter: How Twitter users interact with Black Lives Matter through hashtag use. *Ethnic and Racial Studies*, 40, 1814-1830. doi:10.1080/01419870.2017.1334931
- Janghorban, R., Roudsari, R. L., & Taghipour, A. (2014). Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, 9(1), 24152. doi:10.3402%2Fqhw.v9.24152
- Jones, C. P. (2000). Levels of racism: A theoretic framework and a gardener's tale. *American Journal of Public Health*, 90, 1212-1215. doi:10.2105%2Fajph.90.8.1212
- Kalina, P. (2020). Performative allyship. *Technium Social Sciences Journal*, 11, 478-481. doi:10.47577/tssj.v11i1.1518
- Kay, J. (2020, 31 oktober). The evolution of Instagram activism. *Hyperallergic*. Geraadpleegd van <https://hyperallergic.com/597846/the-evolution-of-instagram-activism/>
- Kendi, I. X. (2019). *How to Be an Antiracist*. New York: One World
- Kidd, D., & McIntosh, K. (2016). Social media and social movements. *Sociology Compass*, 10, 785-794. doi:10.1111/soc4.12399
- Kligler-Vilenchik, N., & Thorson, K. (2016). Good citizenship as a frame contest: Kony2012, memes, and critiques of the networked citizen. *New Media & Society*, 18, 1993-2011. doi:10.1177%2F1461444815575311
- Laughland, O. (2021, 25 juni). Derek Chauvin sentenced to 22.5 years in prison for murder of George Floyd. *The Guardian*. Geraadpleegd van <https://www.theguardian.com/us-news/2021/jun/25/derek-chauvin-george-floyd-murder-sentencing>
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin C. (2019). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Polity PR.
- Levy, N. (2020). Virtue signalling is virtuous. *Synthese*. doi:10.1007/s11229-020-02653-9
- M4BL (z.d.). Anti-Black Racism. In *Movement for Black Lives Glossary*. Geraadpleegd op 9 augustus 2020, van <http://web.archive.org/web/20200109004008/https://policy.m4bl.org/glossary/>
- Mariebeeck (2020, 2 juni). *How to ally* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CA8FJhhRt/>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 69, 813-824. Geraadpleegd van <http://www.jstor.org/stable/2747787>
- Michaels, N. (2020). Posting about BLM made it a movement pushing for real change. *Pop Culture Intersections*, 53. Geraadpleegd van [https://scholarcommons.scu.edu/engl\\_176/53/](https://scholarcommons.scu.edu/engl_176/53/)
- Morozov, E. (2009). The brave new world of slacktivism. *Foreign Policy Blogs*, 1-5. Geraadpleegd van <https://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/>



- Mundt M., Ross K., & Burnett C. M. (2018). Scaling social movements through social media: The case of Black Lives Matter. *Social Media + Society*, 4(4), 1-14. doi:10.1177/2056305118807911
- Muwakkil, S. (2020). This time feels different. *In these Times*, 44, 40-41. Geraadpleegd van <https://www-proquest-com.kuleuven.e-bronnen.be/magazines/this-time-feels-different/docview/2448461618/se-2?accountid=17215>
- National Academy of Sciences. (2014, 30 oktober). Young adults ages 18 to 26 should be viewed as separate subpopulation in policy, research. *ScienceDaily*. Geraadpleegd op 8 augustus 2021, van [www.sciencedaily.com/releases/2014/10/141030133526.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2014/10/141030133526.htm)
- Oluo I. (2019). [@IjeomaOluo]. (2019, 15 juli). *The beauty of anti-racism is that you don't have to pretend to be free of racism to be an anti-racist. Anti-racism is the commitment to fight racism wherever you find it, including in yourself. And it's the only way forward.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/IjeomaOluo/status/1150565193832943617>
- Oluo, I. (2019). *So you want to talk about race*. Seattle, WA: Seal Press.
- Oppel Jr., R. A., Taylor, D. B., & Bogel-Burroughs, N. (2021, 26 april). What to know about Breonna Taylor's death. *The New York Times*. Geraadpleegd van <https://www.nytimes.com/article/breonna-taylor-police.html>
- Pang, A. (2013). Social media hype in times of crises: Nature, characteristics and impact on organizations. *Asia Pacific Media Educator*, 23, 309-336. doi:10.1177/1326365X13517189
- Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Peterson, R. A. (2001). On the use of college students in social science research: Insights from a second-order meta-analysis. *Journal of Consumer Research*, 28, 450-461. doi:10.1086/323732
- Ray, R., Brown, M., Fraistat, N., & Summers, E. (2017). Ferguson and the death of Michael Brown on Twitter: #BlackLivesMatter, #TCOT, and the evolution of collective identities. *Ethnic and Racial Studies*, 40, 1797-1813. doi:10.1080/01419870.2017.1335422
- Romano, A. (2020, 10 augustus). "Arrest the cops who killed Breonna Taylor": The power and the peril of a catchphrase. *Vox*. Geraadpleegd van <https://www.vox.com/21327268/breonna-taylor-say-her-name-meme-hashtag>
- Roose, H., & Meuleman, B. (2014). *Methodologie van de sociale wetenschappen. Een inleiding*. Academia Press.
- Ruggs, E. N., & Avery, D. R. (2020). Organizations cannot afford to stay silent on racial injustice. *MIT Sloan Management Review*, 61(4), 1-3. Geraadpleegd van <https://www-proquest-com.kuleuven.e-bronnen.be/docview/2427313886/fulltext/56C14AD1E5D54C64PQ/1?accountid=17215>
- Saad, L. F. (2020). *Me and white supremacy: combat racism, change the world, and become a good ancestor*. Naperville, Illinois: Sourcebooks.
- Sarahmian (2020, 9 juni). *100 resources to educate yourself* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBM2RsNgiAz/>
- Savin-Baden, M., & Major, C. H. (2013). *Qualitative research: The essential guide to theory and practice*. London, England: Routledge.
- Simon, H. A. (1969). *The Sciences of the Artificial*. MIT Press.

- Statista (2021). Distribution of Instagram users worldwide as of July 2021, by age group. *Statista*. Geraadpleegd op 10 augustus 2021, van <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>
- Statista (2021). Distribution of Instagram users worldwide as of July 2021, by gender. *Statista*. Geraadpleegd op 10 augustus 2021, van <https://www.statista.com/statistics/802776/distribution-of-users-on-instagram-worldwide-gender/>
- The W.E.B. Du Bois Center at the University of Massachusetts (2018). *W. E. B. Du Bois's Data Portraits: Visualizing Black America*. New York: Princeton Architectural Press.
- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social media and the decision to participate in political protest: Observations from Tahrir Square. *Journal of communication*, 62, 363-379. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x
- Vasterman, P. L. M. (2005). Media-hype: Self-reinforcing news waves, journalistic standards and the construction of social problems. *European Journal of Communication*, 20, 508–530. doi:10.1177/0267323105058254
- Vredenburg, J., Kapitan, S., Spry, A., & Kemper, J. A. (2020). Brands taking a stand: Authentic brand activism or woke washing? *Journal of Public Policy & Marketing*, 39, 444–460. doi:10.1177/0743915620947359
- Wearemitu (2020, 24 juni). *Your summer drink according to your horoscope* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBy18jJGMP/>
- Yu-Hao, L., & Hsieh, G. (2013). Does slacktivism hurt activism? The effects of moral balancing and consistency in online activism. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '13)*, 811-820. doi:10.1145/2470654.2470770

## 10 Appendix

### 10.1 Appendix A: Gespreksgids

#### Introductie

- *Superhard bedankt om hier te zijn en voor je interesse in het onderwerp.*
- *Is het oké als ik dit gesprek opneem?*
- *We gaan het hebben over Instagram activisme en BLM. Ik begrijp dat dit geen gemakkelijk onderwerp is (zeer persoonlijk omdat mee in aanraking OF onwennig voor witte mensen).*
- *We gaan het eerst kort hebben over jouw Instagram-gebruik, dan over racisme in de samenleving, over de BLM-beweging, over George Floyd en over online activisme. Dan bespreken we enkele Instagram-berichten en tot slot bekijken we samen eventjes jouw Instagram-profiel. De volgorde van de onderwerpen staat niet heel vast, maar zo heb je al een idee wat je van dit gesprek mag verwachten. Uiteraard kunnen er ook nog andere thema's aan bod komen, naargelang waar het gesprek ons leidt.*
- *Je mag dit gesprek zien als een safe space. Alles is vertrouwelijk. Jouw ervaringen staan centraal en als er gevoelens of frustraties zijn, mag je die zeker uiten. Ik ga me vooral luisterend opstellen en jou laten vertellen. Je moet je nooit verplicht voelen om een vraag te beantwoorden en mag op elk moment stoppen of een pauze vragen als het even niet gaat. Ook na het interview mag je me altijd sturen, mocht je nog met een gewrongen gevoel of een vraag zitten.*
- *Ik bezorgde je al een geïnformeerde toestemming. (Ik heb die ook bij hier om te tekenen.) We zullen die nog eventjes kort overlopen. Heb je alles begrepen?*
- *Nog eens herhalen: het interview bestaat uit open vragen, er zijn geen juiste of foute antwoorden. Je kan steeds zelf kiezen wat en hoeveel je wilt vertellen.*
- *Nog vragen?*

#### Instagram algemeen

- Hoelang heb je al een profiel op Instagram?
- Zit je er vaak op?
- Wat voor berichten deel je meestal? Wat op je profiel, wat op je verhaal?
  - o Denk je hier lang over na?
- Wat voor accounts volg je allemaal? Vrienden, mensen die je kent, bekenden, activisten?

#### Racisme

- Wat betekent racisme voor jou?
- Op welke manieren ben je al met racisme in aanraking gekomen?
- Is racisme (tegen zwarte mensen) meer een probleem in de Verenigde Staten dan in België?
- Is er volgens jou minder racisme dan pakweg 20 jaar geleden of is het eerder constant gebleven of vermeerderd?
- Hoe kan je racisme het beste aanpakken volgens jou?
  - o (Onderwijs, staatstructuur, arbeidsmarkt, wetten...)
- Wat betekent 'antiracisme' voor jou?
  - o Wat betekent het om een *ally* te zijn?
- Praat je over racisme met andere mensen? Met je vrienden, familie, op school...? In welke context? Wanneer was de laatste keer? Wat voor gesprekken zijn dit?
- Neem je zelf acties om racisme tegen te gaan?
  - o Wat doe je als je het ziet?
- Welke rol kunnen jongeren spelen in de strijd tegen racisme?

- Speelt huidkleur een rol in actie voeren tegen racisme? Is dezelfde rol weggelegd voor jongeren met een witte en donkere huidskleur?
- Heb je rolmodellen? Zie je jezelf als een rolmodel?

### **Black Lives Matter**

- Wat betekent Black Lives Matter voor jou? Wat roept dat bij je op?
  - (Is dat in het kader van politiegeweld?)
- Wat denk je over de tegenreacties 'all lives matter'? Of 'blue lives matter'?
- Gebruik je zelf soms de #BlackLivesMatter?
  - Gebruik je soms andere hashtags in dit kader?
  - Volg je de #BlackLivesMatter? (Sta je langer stil bij berichten die #BlackLivesMatter bevatten?)

### **George Floyd**

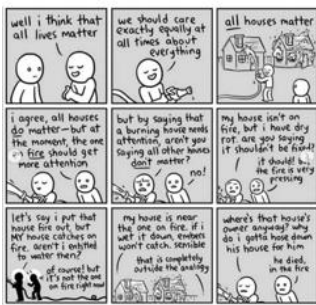
- Als ik je de naam zeg 'George Floyd', waar denk je dan aan?
- Hoe heb je die periode ervaren?
  - Boeiend? Choquerend? Leerrijk?
- Herinner je je die periode als een periode waarin er opmerkelijk meer werd gepost rond (anti-zwart) racisme op Instagram?
- Was je zelf heel actief op Instagram die periode? Zag je meer berichten hierover dan anders? Deelde je meer dan anders?
  - Zag je ook berichten waar je niet mee akkoord was? Wat deed je dan? (Iets van zeggen, persoon ontvolgen...)
- Herinner je je nog een aantal berichten die je toen gezien of gedeeld hebt? Welke?
- Was dit een kantelpunt (voor jou)?
  - Post je sindsdien meer berichten over de problematiek van racisme? Of gelijk gebleven? Wat dat eerder één moment rond de dood van George Floyd?
  - Heb je gevoel dat er meer over racisme en antiracisme wordt gepraat nu? Online of ook onder vrienden/familie?

### **Online activisme**

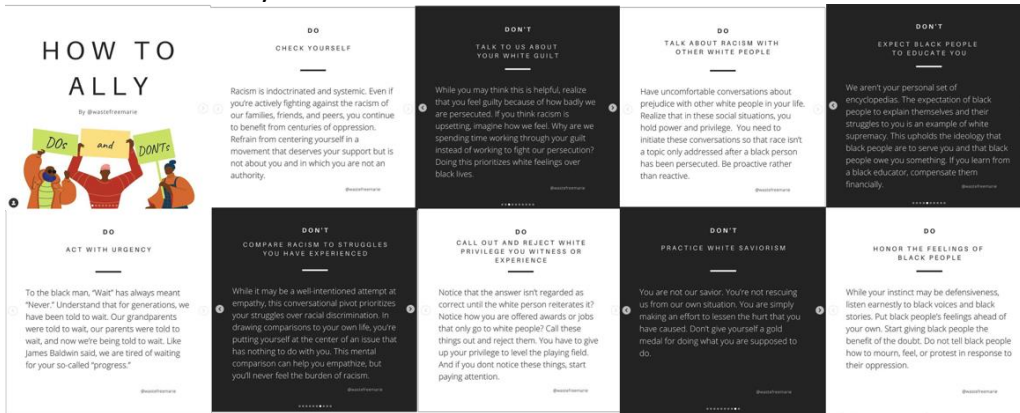
- Wat betekent online activisme voor jou? (Is louter een bericht delen al online activisme?)
- Zou je jezelf een (online) activist noemen?
- Wat hoop je hiermee dan te bereiken?
  - Kan online activisme iets veranderen volgens jou?
  - Voel je dat dit jouw taak is om te doen? Verantwoordelijkheid?
- Hoe beslis je om iets wel of niet te posten? (Visueel? Genoeg over weten?)
  - Hoe voel je je nadat je zo een bericht hebt gepost?
- Krijg je vaak reacties als je berichten deelt op je verhaal? (Eventueel polsen filterbubbel, enkel gelijkgezinden bereiken? Vruchtbare discussies?)
- Doe je ook aan live activisme? (Gaan online en live activisme hand in hand?)
  - Wat doe je dan bijvoorbeeld (meelopen in betoging, petitie ondertekenen...)?
- Kom je online ook op voor andere sociale thema's dan BLM en racisme?
- Kies je bewust voor Instagram voor dergelijke posts? Is dat volgens jou het meest geschikte medium? (In vergelijking met Twitter, Facebook, TikTok...?)
- Volg je bepaalde profielen die je echt inspireren?
- Zijn er soms momenten dat je bewust niet op Instagram gaat of niets post? (Breaks? Mentaal zwaar?)

## Bespreken Instagram-berichten

- Als volgende ga ik jou een paar berichten tonen die verschenen zijn in die periode na de dood van George Floyd. Bij elke post mag je gewoon zeggen wat je ziet, wat je ervan denkt en dan stel ik eventueel nog een paar vraagjes.
- Wat betekent deze post voor jou? Is deze post belangrijk?
- Ben je deze post al eens tegengekomen of een gelijkaardige?
- Herinner je je dat je deze post hebt gedeeld of een gelijkaardige? Waarom wel/niet?
  - o Herinner je je reacties op die post?
- Zou je deze post zelf delen? Op je verhaal of in een bericht?
  - o (Heb je hierbij aandacht voor de oorspronkelijke bron?)
- Hoe zie je dit bericht passen binnen BLM en de problematiek van racisme?
- Vind je deze post mooi?
  - o Let je hard op de esthetische waarde van posts?
- POST 1 – Black Lives Matter VS All Lives Matter



## POST 2 – How to ally



## POST 3 – Why we say there are no good cops



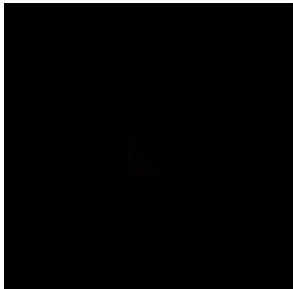
- POST 4 – Your summer drink according to your horoscope



- POST 5 – How privilege works



- POST 6 – #blackouttuesday



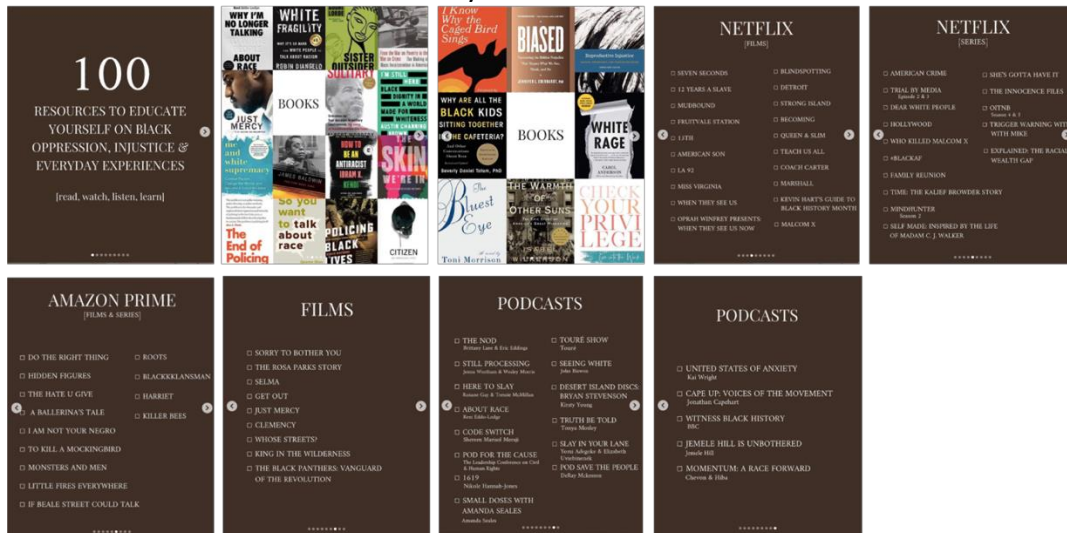
- POST 7 – Protest in Brussel 7 juni



- POST 8 – Standbeelden Leopold II



- POST 9 – 100 resources to educate yourself



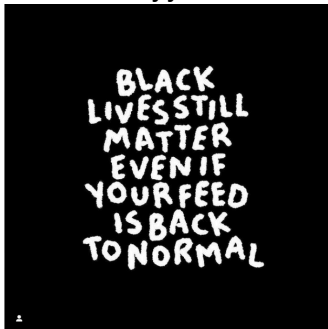
- POST 10 – Meme systematic racism

2019: "Keys?! Wallet?! Phone?!"  
 2020: "Keys?! Wallet?! Phone?!  
 Mask?! Spread awareness about  
 systematic racism?! Hand sanitizer?!"



- POST 11 – Black Lives Still Matter

- o Heb jij BLM ervaren als een hype?



- Wat is je favoriete post? Waarom?

- o Mocht je één post van al deze posts mogen delen op je Instagram, welke zou dat dan zijn? En waarom? (Verskil op dit moment VS periode George Floyd)
- o Aan welke post heb je zelf het meeste (gehad)?

**Profiel bekijken**

- Als je dat ziet zitten, zullen we nu even samen jouw Instagram-profiel bekijken. (Respondent spontaan laten vertellen...)
- Staan er nu berichten over racisme op je profiel? Kunnen we er samen eens naar kijken?
  - o Staan die berichten privé of openbaar?
  - o Deel je meestal in een bericht of op je story?

- Wanneer heb je voor het laatst gepost over racisme of Black Lives Matter?
- Twijfel je lang voor je iets post?
- Denk je dat jouw volgers dit leuk of leerrijk vinden of net vervelend?
  - o Maakt dat jou veel uit?
  - o Denk je hier hard over na, wat anderen denken?
- Herinner je nog enkele posts waar je veel reacties of veel likes op had? Positieve of negatieve?
  - o Motiveren die reacties jou dan om meer/minder te posten?
- Vind je dat je aan jouw profiel kan zien dat je veel bezig bent met deze thematiek?
  - o Wat denk je dat mensen denken als ze jouw profiel zien?
  - o Vind je het belangrijk dat mensen dat zien als ze op jouw profiel komen?

## Slot

- Zou je kunnen leven zonder Instagram?
- Is activisme een keuze?
- Wil je graag nog iets toevoegen?
- Heb je nog vragen voor mij?
- *Herhalen dat gegevens anoniem verwerkt zullen worden en contactgegevens.*
- *Bedanken, debriefing*

## Oorsprong Instagram-berichten

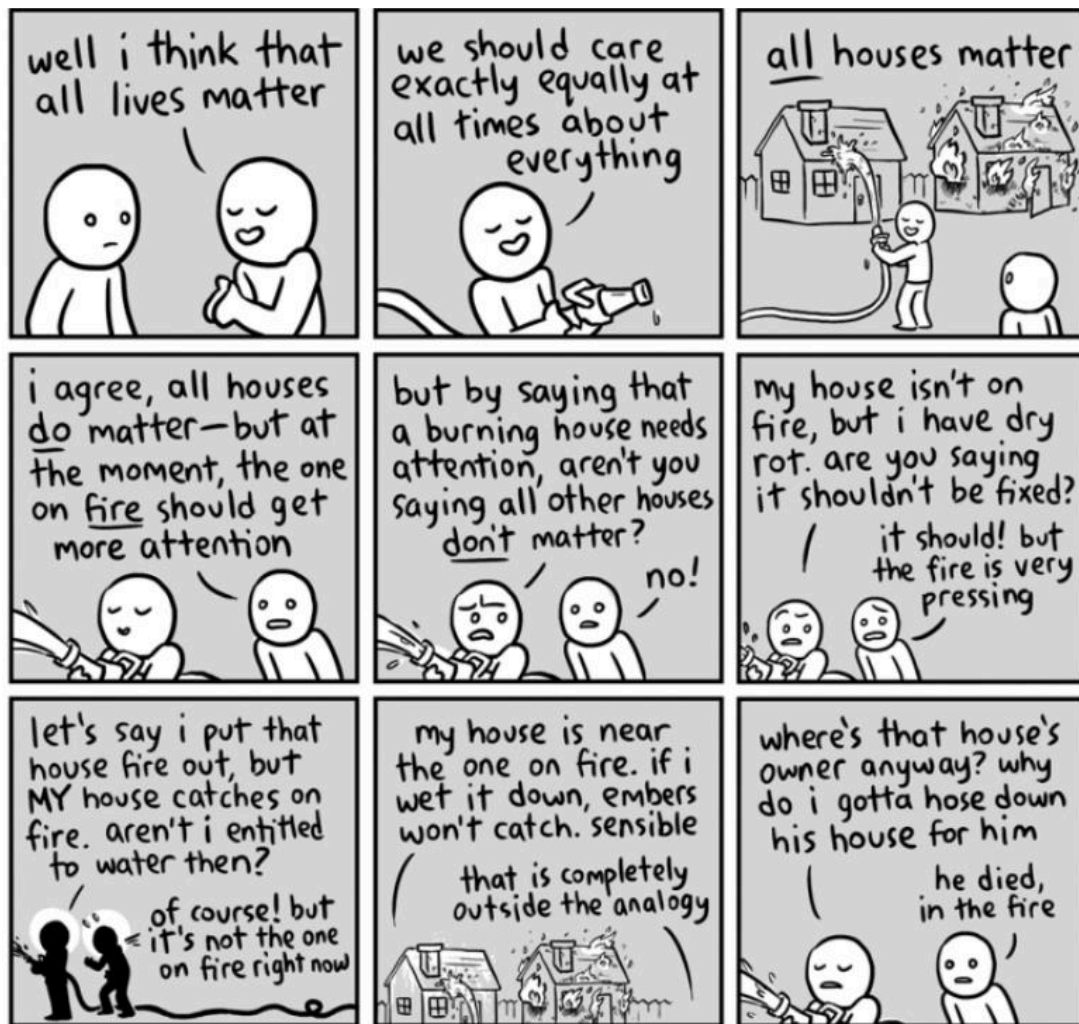
Zoals beschreven in de methodesectie is de oorspronkelijke bron van Instagram-berichten niet altijd te achterhalen. Bijvoorbeeld de cartoon over BLM en de meme over systemisch racisme werden breed gedeeld. Hieronder een overzicht van waar ik de getoonde Instagram-berichten vandaan heb.

- Allemaal\_van\_belang (2020, 17 juni). *Black Lives Matter VS All Lives Matter* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBjJoFQFXkR/>
- Brenna\_quinlan (2020, 12 juni). *How privilege works* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBUZfHsAZw3/>
- Chnge (2020, 12 juli). *Black Lives Still Matter* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CCi98VPAgTh/>
- Curlicurls (2020, 10 juni). *Meme systematic racism* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBPbRDmpqde/>
- Mariebeech (2020, 2 juni). *How to ally* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CA8FJhIhhRt/>
- Nws.nws.nws (2020, 11 juni). *Standbeelden Leopold II* [afbeelding]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/CBTP5\\_Vpapu/](https://www.instagram.com/p/CBTP5_Vpapu/)
- Sarahmian (2020, 9 juni). *100 resources to educate yourself* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBM2RsNgiAz/>
- Sebastien.nagy (2020, 7 juni). *Protest in Brussel 7 juni* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBI8aBFAB09/>
- Vrye (2020, 8 juni). *Why we say there are no good cops* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBL1RFXAe3D/>
- Wearemitu (2020, 24 juni). *Your summer drink according to your horoscope* [afbeelding]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBy18jIJGMP/>



## 10.2 Appendix B: Getoonde Instagram-berichten

### POST 1 – Black Lives Matter VS All Lives Matter



# HOW TO ALLY

By @weallemine



**DO**  
CHECK YOURSELF

Racism is indoctrinated and systemic. Even if you're actively fighting against the racism of our families, friends, and peers, you continue to benefit from centuries of oppression. Refrain from centering yourself in a movement that deserves your support but is not about you and in which you are not an authority.

**DO**  
ACT WITH URGENCY

To the black man, "Wait" has always meant "never." Understand that, for generations, we have been told to wait. Our grandparents were told to wait, our parents were told to wait, and now we're being told to wait. Like James Baldwin said, we are tired of waiting for your so-called "progress."

**DON'T**  
TALK TO US ABOUT YOUR WHITE GUILT

While you may think this is helpful, realize that you feel guilty because of how badly we are persecuted. If you think racism is upsetting, imagine how we feel. Why are we spending time working through your guilt instead of working to fight our persecutions? Doing this prioritizes white feelings over black lives.

**DON'T**  
COMPARE RACISM TO STRUGGLES YOU HAVE EXPERIENCED

While it may be a well-intentioned attempt at empathy, this conversational pivot prioritizes your struggles over racial discrimination. In drawing comparisons to your own life, you're putting yourself at the center of an issue that has nothing to do with you. This mental comparison can help you empathize, but you'll never feel the burden of racism.

**DO**  
CALL OUT AND REJECT WHITE PRIVILEGE YOU WITNESS OR EXPERIENCE

Notice that the answer isn't regarded as correct until the white person reiterates it? Notice how you are offered awards or jobs that only go to white people? Call these things out and reject them. You have to give up your privilege to level the playing field. And if you don't notice these things, start paying attention.

**DO**  
TALK ABOUT RACISM WITH OTHER WHITE PEOPLE

Have uncomfortable conversations about prejudice with other white people in your life. Realize that in these social situations, you hold power and privilege. You need to initiate these conversations so that race isn't a topic only addressed after a black person has been persecuted. Be proactive rather than reactive.

**DON'T**  
PRACTICE WHITE SAVIORISM

You are not our savior. You're not rescuing us from our own situation. You are simply making an effort to lessen the hurt that you have caused. Don't give yourself a gold medal for doing what you are supposed to do.

**DON'T**  
EXPECT BLACK PEOPLE TO EDUCATE YOU

We aren't your personal set of encyclopedias. The expectation of black people to explain themselves and their struggles to you is an example of white supremacy. This upholds the ideology that black people are to serve you and that black people owe you something. If you learn from a black educator, compensate them financially.

**DO**  
HONOR THE FEELINGS OF BLACK PEOPLE

While your instinct may be defensiveness, listen earnestly to black voices and black stories. Put black people's feelings ahead of your own. Start giving black people the benefit of the doubt. Do not tell black people how to mourn, feel, or protest in response to their oppression.

POST 3 – Why we say there are no good cops

# WHY WE SAY THERE ARE NO GOOD COPS

BUT WHAT ABOUT GAY COPS  
BUT WHAT ABOUT BLACK COPS  
BUT WHAT ABOUT WOMEN COPS

- 1. RACISM IS NOT AN INDIVIDUAL ACT.**  
RACISM = PREJUDICE + POWER. POLICING IS A VIOLENT, SEXIST, ANTI-BLACK INSTITUTION WITH IMPUNITY / SYSTEMIC POWER. MODERN POLICING LITERALLY ORIGINATED AS SLAVE PATROLS AND THEIR PRIMARY MANDATE IS TO PROTECT PROPERTY.
- 2. POLICE DO NOT KEEP US SAFE.**  
POLICE PROTECT NAZIS AND WHITE SUPREMACISTS. POLICE FREQUENTLY KILL BLACK / BROWN / QUEER PEOPLE. POLICE KILL MORE PEOPLE THAN MASS SHOOTINGS EACH YEAR. POLICE DO NOT STOP GENDER VIOLENCE, THEY CAUSE IT. SEXUAL ASSAULT IS THE 2ND MOST COMMON FORM OF POLICE BRUTALITY. TRANS PEOPLE ARE 3.7X MORE LIKELY TO EXPERIENCE POLICE VIOLENCE THAN CIS PEOPLE. LESS THAN 1% OF RAPES LEAD TO FELONY CONVICTIONS. POLICE ASSAULT THEIR PARTNERS AT 2-4X HIGHER RATES THAN DOMESTIC VIOLENCE IN THE GENERAL POPULATION. POLICE HAVE NOT KEPT SCHOOLS SAFER, INSTEAD THE SCHOOL-TO-PRISON PIPELINE TARGETS BLACK AND BROWN YOUTH.
- 3. WHAT DOES IT MEAN TO BE GOOD AT YOUR JOB, WHEN YOUR JOB IS TO ENFORCE RACIST, SEXIST, UNJUST LAWS?**

© VRYE

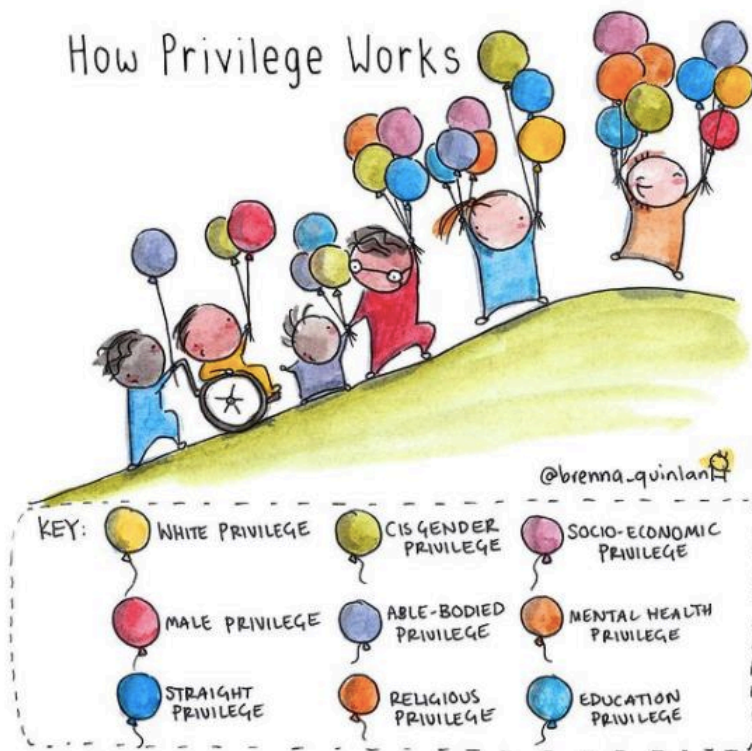
POST 4 – Your summer drink according to your horoscope

# Your summer drink according to your horoscope

mitú

 <b>Aries</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Taurus</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Gemini</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Cancer</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor
 <b>Leo</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Virgo</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Libra</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Scorpio</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor
 <b>Sagittarius</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Capricorn</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Aquarius</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor	 <b>Pisces</b> Arrest the cops who killed Breonna Taylor

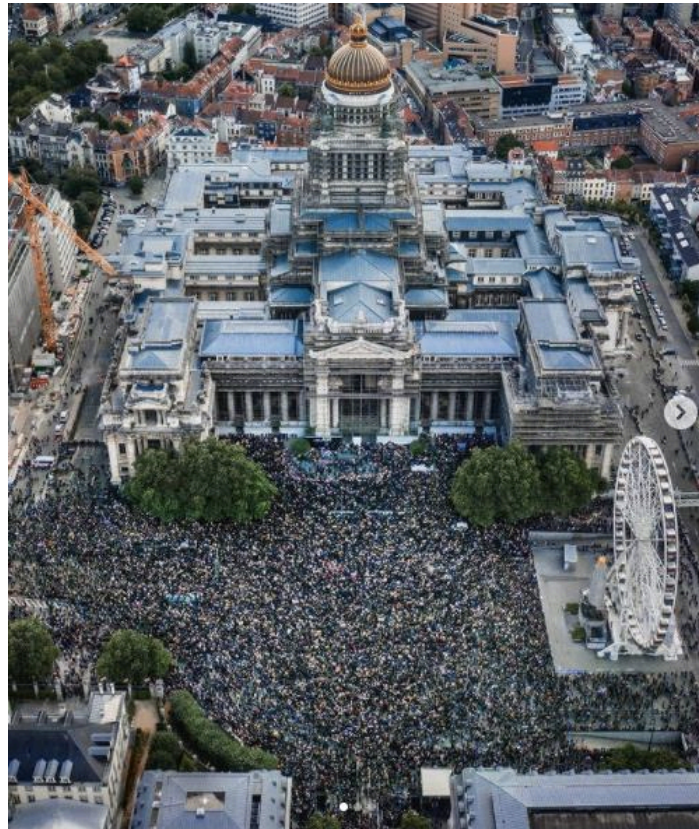
POST 5 – How privilege works



POST 6 - #blackouttuesday



POST 7 – Protest in Brussel 7 juni



POST 8 – Standbeelden Leopold II



POST 9 – 100 resources to educate yourself

# 100

RESOURCES TO EDUCATE YOURSELF ON BLACK OPPRESSION, INJUSTICE & EVERYDAY EXPERIENCES

[read, watch, listen, learn]

\*\*\*\*\*



## NETFLIX [FILMS]

- SEVEN SECONDS
- 12 YEARS A SLAVE
- MURKIN
- BELLEVUE STATION
- 13TH
- AMERICAN SON
- LA 92
- MISS VIRGINIA
- WHEN THEY SEE US
- OREGON WINERY PRESENTS WHEN THEY SEE US NOW
- REINSPOTTING
- PIRATE
- STRONG ISLAND
- BECOMING
- QUEEN & SLAM
- TEACH US ALL
- CONCH CARTER
- MARRIAGE
- KEVIN HEARTY GOES TO BLACK HISTORY MONTH
- MALCOLM X

\*\*\*\*\*

## NETFLIX [SERIES]

- AMERICAN CRIME
- TRIAL BY MEDIA
- DEAD WHITE PEOPLE
- HOLLYWOOD
- WHO KILLED MALCOLM X
- #BLACKUP
- FAMILY BELONG
- TIME: THE KALEF BROWDER STORY
- MINDGARDNER
- SELF MADE: INSPIRED BY THE LIFE OF MOHAMMED WAZIR
- SHE'S GOTTA HAVE IT
- THE INNOCENCE FILES
- OBTAIN & I
- THE GIRL VANISHING WITH ME
- EXPLAINED: THE RACIAL HEALTH GAP

\*\*\*\*\*

## AMAZON PRIME [FILMS & SERIES]

- DO THE RIGHT THING
- HIDDEN FIGURES
- THE HATE U GIVE
- A MALLERIN'S TALE
- I AM NOT YOUR NEGRO
- TO KILL A MOCKINGBIRD
- MONSTERS AND MEN
- LITTLE THINGS EVERYWHERE
- IF BEALE STREET COULD TALK
- ROOTS
- BLACKCKLANSMAN
- HARRIET
- KILLER BEES

\*\*\*\*\*

## FILMS

- SORRY TO BOTHER YOU
- THE ROSA PARKS STORY
- SELMA
- GET OUT
- JUST MERCY
- CLANDESTINE
- WHOSE STREETS? KING IN THE WILDERNESS
- THE BLACK PANTHERS VANGUARD OF THE REVOLUTION

\*\*\*\*\*

## PODCASTS

- THE NOD
- STILL PROCESSING
- HERE TO SLAY
- ABOUT RACE
- CODE SWITCH
- 1619
- SMALL POSSES WITH AMANDA SEALES
- TOURE SHOW
- SEEING WHITE
- DESERT ISLAND DISCS
- BRYAN STEVENSON
- TRUTH BE TOLD
- SLAY IN YOUR LANE
- POD FOR THE CAUSE
- POD SAVE THE PEOPLE

\*\*\*\*\*

## PODCASTS

- UNITED STATES OF ANXIETY
- CAPE UP: VOICES OF THE MOVEMENT
- WITNESS BLACK HISTORY
- JEMELE HILL IS UNBROTHERED
- MOMENTUM: A RACE FORWARD

\*\*\*\*\*

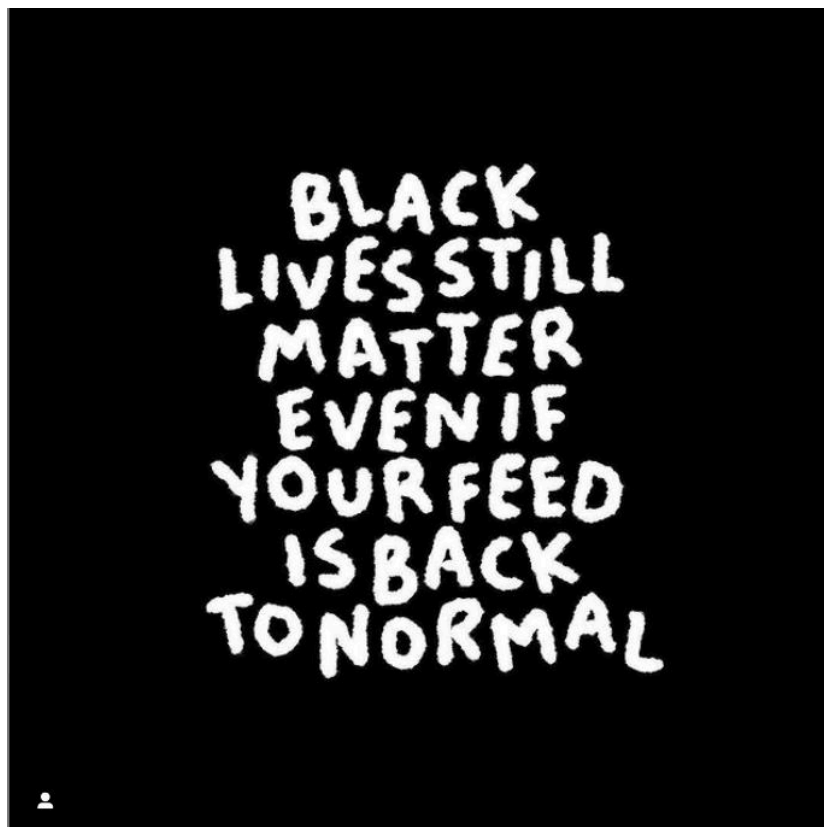
POST 10 – Meme systematic racism

2019: "Keys?! Wallet?! Phone?!"

2020: "Keys?! Wallet?! Phone?!  
Mask?! Spread awareness about  
systematic racism?! Hand sanitizer?!"



POST 11 – Black Lives Still Matter



### 10.3 Appendix C: Geïnfomeerde toestemming

#### Geïnfomeerde toestemming

Titel van het onderzoek:

Jongeren en online activisme op Instagram – Een kwalitatief onderzoek naar aanleiding van #BlackLivesMatter

Naam + contactgegevens promotor en onderzoeker(s):

Onderzoeker: Leonie Van Gerven – [leonie.vangerven@student.kuleuven.be](mailto:leonie.vangerven@student.kuleuven.be) – 0479 68 54 63

Promotor: Hanne Vandenberghe – [hanne.vandenberghe@kuleuven.be](mailto:hanne.vandenberghe@kuleuven.be)

Doel en methodologie van het onderzoek:

Doel: Motivaties voor activisme via Instagram in kaart brengen, toegepast op de case #BlackLivesMatter

Methodologie: diepte-interviews

Duur van het onderzoek:

1 uur à 1,5 uur

#### **Gelieve onderstaande stellingen te lezen en dit formulier ingevuld en ondertekend terug te bezorgen:**

- Ik begrijp wat van mij verwacht wordt tijdens dit onderzoek.
- Ik weet dat ik zal deelnemen aan volgende proeven of testen:
  - Een diepte-interview over Instagram activisme, meer specifiek over de case #BlackLivesMatter
- Ik weet dat er risico's of ongemakken kunnen verbonden zijn aan mijn deelname:
  - Praten over dit onderwerp kan mogelijk een gevoel van discomfort met zich meebrengen.
  - Ik mag te allen tijde aangeven wanneer ik me ergens niet comfortabel bij voel. Ik vertel enkel wat ik wil vertellen en het is geen probleem als ik een vraag niet kan of wil beantwoorden.
- Ikzelf of anderen kunnen baat bij dit onderzoek hebben op volgende wijze:
  - Meedoen aan wetenschappelijk onderzoek
  - Bijdrage leveren aan wetenschappelijke en maatschappelijke kennis over Instagram activisme en online protest tegen (anti-zwart) racisme
- Ik begrijp dat mijn deelname aan deze studie vrijwillig is. Ik heb het recht om mijn deelname op elk moment stop te zetten. Daarvoor hoef ik geen reden te geven en ik weet dat daaruit geen nadeel voor mij kan ontstaan.
- Dit interview zal worden opgenomen (audio en eventueel beeld). Deze opname is enkel beschikbaar voor de onderzoeker zelf en zal nooit worden verspreid.
- De resultaten van dit onderzoek kunnen gebruikt worden voor wetenschappelijke doeleinden en mogen gepubliceerd worden. Mijn naam wordt daarbij niet gepubliceerd, anonimiteit en de vertrouwelijkheid van de gegevens is in elk stadium van het onderzoek gewaarborgd.
- Volgende persoonsgegevens worden verzameld via Qualtrics: gender, leeftijd, aantal volgers op Instagram, studierichting/beroep, nationaliteit, geboorteland, geboorteland ouders, etniciteit/huidskleur
  - Deze persoonsgegevens kunnen gekoppeld worden aan quotes uit mijn interview, maar nooit op zo een manier dat ze te linken zijn aan mij als persoon.
- De verzamelde persoonlijke gegevens (bv. opnames, transcripties, dit formulier) worden nog 10 jaar na het onderzoek bewaard, zoals beschreven in het data research beleid van de KU Leuven
- Voor vragen evenals voor de uitoefening van mijn rechten (inzage gegevens, correctie ervan...) weet ik dat ik na mijn deelname terecht kan bij:

Leonie Van Gerven - [leonie.vangerven@student.kuleuven.be](mailto:leonie.vangerven@student.kuleuven.be) – 0479 68 53 63

Hanne Vandenberghe - [hanne.vandenberghe@kuleuven.be](mailto:hanne.vandenberghe@kuleuven.be)



Meer informatie met betrekking tot privacy in onderzoek kan ik terugvinden op [www.kuleuven.be/privacy](http://www.kuleuven.be/privacy). Verdere vragen over privacyaspecten kan ik richten tot de data protection officer: [dpo@kuleuven.be](mailto:dpo@kuleuven.be)

- Voor eventuele klachten of andere bezorgdheden omtrent ethische aspecten van deze studie kan ik contact opnemen met de Sociaal-Maatschappelijke Ethische Commissie van KU Leuven: [smec@kuleuven.be](mailto:smec@kuleuven.be)
- Ik weet dat ik bij onderstaande terecht kan indien ik na het onderzoek ongemakken of moeilijkheden ervaar als gevolg van de thema's die in het onderzoek aan bod kwamen:

Leonie Van Gerven - [leonie.vangerven@student.kuleuven.be](mailto:leonie.vangerven@student.kuleuven.be) - 0479 68 53 63  
 Hanne Vandenberghe - [hanne.vandenberghe@kuleuven.be](mailto:hanne.vandenberghe@kuleuven.be)

**Ik heb bovenstaande informatie gelezen en begrepen en heb antwoord gekregen op al mijn vragen betreffende deze studie. Kruis aan:**

	Ja	Nee
Ik heb bovenstaande stellingen gelezen en geef toestemming om deel te nemen aan het interview.		
Ik ga akkoord dat informatie en quotes uit mijn interview worden opgenomen in wetenschappelijke publicaties.		
Ik geef toestemming dat quotes uit mijn interview mogen gekoppeld worden aan de persoonsgegevens gender, leeftijd, aantal volgers op Instagram, studierichting/beroep, nationaliteit, etniciteit/huidskleur. Anonimiteit is hierbij gewaarborgd waarbij de gegevens niet kunnen gelinkt worden aan jou als persoon.		
Ik geef toestemming om tijdens het interview mijn Instagram-profiel te bekijken samen met de onderzoeker.		
Ik wil graag op de hoogte gehouden worden van de resultaten van dit onderzoek.		
Ik wil inzage hebben in en toestemming geven voor de geselecteerde quotes uit mijn interview die worden opgenomen in de wetenschappelijke publicaties.		
De onderzoeker mag mij hiervoor contacteren op het volgende e-mailadres: .....		

Datum: .....

Naam en handtekening proefpersoon

Naam en handtekening onderzoeker