

# TO SHARE OR NOT TO SHARE?

Kwalitatief onderzoek naar de  
motieven van Vlaamse millennial  
ouders (1980-2000) om aan *mindful  
sharenting* te doen

**Sofie Robbé**

20171189

Masterproef  
**Master in de communicatiewetenschappen**

Promotor  
**Prof. dr. Michel Walrave**

Medebeoordelaar  
**Prof. dr. Lara Hallam**



## Voorwoord

Bijna 5 jaar geleden sloot ik mijn middelbare carrière af en begon ik vol goede moed en onwetendheid aan de richting communicatiewetenschappen. Nu 5 jaar later sluit ik mijn studententijd af met deze masterproef. Mijn eigen omgeving vormde de aanleiding voor deze thematiek, want in 2022 mocht ik mijn eerste petekindje verwelkomen. Hierbij werd meteen duidelijk dat er bij de geboorte van een kindje veel beslissingen genomen moeten worden. In deze digitale wereld zit daar ook de beslissing bij of we foto's van het kindje gaan delen op sociale media of niet? "Share or not to share?".

Het schrijven van deze masterproef was een echte rollercoaster waar ik door moest. De ene dag ging al wat beter als de andere. Al een geluk waren de andere masterstudenten en mijn familie er om mij hiermee doorheen te helpen.

Dat gezegd zijnde zou ik graag enkele personen bedanken voor hun bijdrage aan deze masterproef. Op de eerste podiumplaats komt zonder twijfel mijn promotor prof. dr. Michel Walrave. Op elke moment van de dag stond hij klaar met goede raad en feedback. Hij stuurde bij waar nodig en gaf complimenten waar ze verdient waren. Zonder deelnemers zou deze masterproef niet mogelijk zijn geweest. Daarom wil ik ook graag Sander Rottiers bedanken, voor het intensief meezoeken naar respondenten voor deze masterproef. Tot slot zou ik graag de acht geïnterviewde koppels willen bedanken voor hun tijd en dat ze hun verhalen hebben willen delen.

Sofie Robbé

Antwerpen, mei 2022

## Abstract

Although parental sharing of information about children (*i.e. sharenting*) is increasingly seen as a social norm today. Are the disadvantages and dangers becoming more and more apparent. This is causing the term *sharenting* to become increasingly controversial. In the past, much research has been done into the motives of parents for *sharenting*. This research actually highlights another way of *sharenting*, namely *mindful sharenting*. This is a way of *sharenting* in which parents consciously choose to apply strategies in order to limit the disadvantages of *sharenting*, but allowing them to enjoy the benefits it offers them. Where the child's emotions and opinions are also taken into account.

Because this topic is understudied, this study examined the motives of millennial parents to engage in *mindful sharenting*. Qualitative study was chosen, in which eight semi-structured interviews were conducted with young parents. Millennial parents engage in *mindful sharenting* to protect the privacy of the child and so that the child can later choose what media content is shared about them on social media.

**Keywords:** social network sites, parents, sharenting, privacy, mindful sharenting, millennials

**Word count:** 12 623

# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>Literatuurstudie</b>	<b>7</b>
2.1	<i>Sharenting</i>	7
2.2	<i>Ouderschap</i>	8
2.2.1	Millennial ouders	10
2.2.2	Ouderpatronen	11
2.3	<i>Anti-Sharenting</i>	12
2.3.1	Herdefiniëren	14
<b>3</b>	<b>Onderzoeksvragen</b>	<b>16</b>
<b>4</b>	<b>Methodologie</b>	<b>17</b>
4.1	<i>Onderzoeksinstrument</i>	17
4.2	<i>Steekproef en procedure</i>	18
4.3	<i>Ethiek</i>	19
4.4	<i>Data-analyse</i>	19
<b>5</b>	<b>Resultaten</b>	<b>20</b>
5.1	<i>Ouderschap</i>	20
5.1.1	Opvoedingsstijl	21
5.2	<i>Sharenting</i>	21
5.3	<i>Sociale media</i>	22
5.4	<i>Beslissing</i>	24
5.4.1	Aanleiding	24
5.4.2	Motieven	26
5.4.3	Strategieën	26
5.4.4	Reacties	28
<b>6</b>	<b>Discussie</b>	<b>30</b>
<b>7</b>	<b>Conclusie</b>	<b>32</b>
<b>8</b>	<b>Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek</b>	<b>33</b>
<b>9</b>	<b>Bibliografie</b>	<b>34</b>
<b>10</b>	<b>Bijlagen</b>	<b>37</b>
10.1	<i>Bijlage 1: Aanvraagformulier Ethisch Advies Ethische Adviescommissie Sociale &amp; Humane</i>	38
10.2	<i>Bijlage 2: Informatieposter voor de deelnemers</i>	46
10.3	<i>Bijlage 3: Vragenlijst</i>	47
10.4	<i>Bijlage 4: Verklaring op Eer</i>	51
10.5	<i>Bijlage 5: Inlichtings- en toestemmingsformulier</i>	52

## Lijst met tabellen

Tabel 1: Overzicht deelnemers.....	19
Tabel 2: Strategieën .....	27

# 1 Inleiding

Een geboorte brengt veel vreugde met zich mee, niet enkel voor de ouders, maar ook voor de hele familie. Naast deze vreugde moeten de ouders al snel enkele belangrijke beslissingen maken. Het kiezen van een naam is hier één van. Verder is het in deze digitale wereld belangrijk, dat ze vanaf de geboorte beslissen of ze informatie over hun kind al dan niet willen delen op sociale media. Het delen van foto's, video's en statusupdates van kinderen op sociale media wordt ook wel *sharenting* genoemd (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Deze term bestaat uit de combinatie van "*sharing*" (delen) & "*parenting*" (ouderschap) (Marasli, Suhendan, Yilmazturk, & Cok, 2016).

Het aantal gebruikers van sociale mediaplatforms groeit nog steeds. Uit cijfers van de digimeter Vlaanderen blijkt dat 84% dagelijks minstens één chatdienst of één sociaal mediaplatform gebruikt (Vandendriessche Karel, 2020). Hoe jonger, hoe intensiever het sociale mediagebruik. Doordat sociale mediaplatformen steeds belangrijker worden in het leven van ouders, maakt het fenomeen *sharenting* een opmars (Brosch, 2016). Onderzoekers zoals Blum-Ross en Livingstone (2017) en Siibak (2019) hebben vastgesteld dat het delen van de vreugden, de uitdagingen van het ouderschap en het online documenteren van het leven van kinderen gezien kan worden als sociale norm in deze digitale wereld. In de literatuur wordt de opmars van *sharenting* en de bijbehorende voordelen en motieven uitgebreid beschreven. Jammer genoeg heeft *sharenting* niet enkel voordelen, maar is er ook een keerzijde aan verbonden. Deze nadelen worden steeds duidelijker bij het bredere publiek. Dit is dan ook de voedingsbodem van de tegenbeweging, die in de literatuur *anti-sharenting* genoemd wordt (Autenrieth, 2018). Deze term beschrijft ouders die er bewust voor kiezen om strategieën toe te passen om zo de risico's en gevaren van *sharenting* te verminderen.

Er kan dus geconcludeerd worden dat er weinig bekend is over het onderliggend beslissingsproces van ouders die bewust kiezen om strategieën toe te passen om zo de nadelen van *sharenting* te doen beperken (Wagner & Gasche, 2018). Deze vorm van *sharenting* zal *mindful sharenting* genoemd worden. Dit is dan ook de focus zijn van deze studie, met als centrale onderzoeksvraag: **Wat zijn de motieven van Vlaamse millennial ouders (1980-2000) met jonge kinderen (0-6 jaar) om bewust aan *mindful sharenting* te doen?**

## 2 Literatuurstudie

Om op de centrale onderzoeksvraag te kunnen antwoorden, is het belangrijk om enkele concepten uit te diepen en te kaderen binnen de bestaande literatuur. Hierdoor zullen er inzichten verworven worden die nuttig kunnen zijn bij het verdere onderzoek.

### 2.1 Sharenting

Zoals in de inleiding al werd aangehaald is *sharenting*, een combinatie van “*sharing*” (delen) & “*parenting*” (ouderschap) (Marasli et al., 2016). We spreken van *sharenting*: wanneer ouders foto’s, video’s en statusupdates van hun kinderen plaatsen op sociale media (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Er kan pas gesproken worden over *sharenting* als er aan twee criteria voldaan wordt: de aanwezigheid van een publiek en de mogelijkheid om het kind te identificeren (Maltz Bovy, 2013). Dit fenomeen kende zijn intrede in de literatuur vanaf 2012 (Adawiah & Rachmawati, 2021). Hierin wordt vooral de focus gelegd op de onderliggende motieven van ouders om aan *sharenting* te doen. Uit de resultaten blijkt dat *sharenting* een manier biedt om *sociaal kapitaal* op te bouwen, advies uit te wisselen over opvoedingsuitdagingen, het verzamelen van herinneringen (Blum-Ross & Livingstone, 2017) en hun online contacten een kijkje te geven in het leven van hun kinderen (Marasli et al., 2016). Door *sharenting* kunnen ouders laten zien aan de buitenwereld, dat ze trots zijn op hun kinderen en kunnen ze zichzelf neerzetten als een goede ouder (Collett, 2005; Davidson-Wall, 2018). Ouders van jonge kinderen zouden in het algemeen drie soorten foto’s van hun kinderen delen op sociale media. Namelijk van hun mijlpalen (bijv. van hun eerste tandjes), foto’s met familie & vrienden erop en afbeeldingen die ze schattig of grappig vinden (Kumar & Schoenebeck, 2015).

Verder bestaan er vier zeer verschillende communicatieve oriëntaties (Damkjaer, 2018). Deze vier types beschrijven de verschillen in esthetiek, waarden en houding van ouders ten opzichte van *sharenting*, hoe ouders *sharenting* benaderen en er betekenis aan geven. Damkjaer (2018) gebruikt vier analytische perspectieven: 1) welke betekenissen de ouders hechten aan het gebruik van sociale media platformen in relatie tot het ouderschap, 2) wat en hoeveel ze zouden posten in relatie tot het ouderschap, 3) wie hun mogelijk publiek is en 4) hoe ze zich verhouden tot hun ouderlijke identiteit in relatie tot *sharenting* en hoe ze die zouden construeren. Deze vier perspectieven worden gebruikt om vier types van communicatieve oriëntaties te identificeren die kenmerkend zijn voor de benadering van *sharenting* door ouders op sociale media platformen. De eerste is de *familiegerichte oriëntatie*. Hierbij maken ouders gebruik van *sharenting* om een familieverhaal en -identiteit te creëren. Om zo in contact te blijven met verschillende generaties of om familiewaarden en tradities in eer te houden. Hierbij worden grote en kleine gebeurtenissen gedeeld op sociale media. Een tweede oriëntatie is de *peer-georiënteerde*. Deze benadering richt zich op het opbouwen van en het deelnemen aan heterogene sociale netwerken van leeftijdsgenoten met als gemeenschappelijk belang de aanstaande of nieuwe ouderrol. Hierdoor kan *sociaal kapitaal* opgebouwd worden (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Zowel de *familie-* als de *peer-georiënteerde* benadering impliceren een gemiddeld of hoog sociale media gebruik van de ouder. In tegenstelling tot deze twee oriëntaties, wordt de *oppositieonele oriëntatie* gekenmerkt door een kritische, zelfreflectieve houding ten opzichte van *sharenting*, maar ook door onderhandelingen over de normen en verwachtingen van *sharenting*. Dit kan leiden tot een verzet tegen *sharenting*. Deze weerstand kan voortkomen uit de wens om een eigen identiteit, interesse en relaties te behouden die buiten het ouderschap liggen, maar kan ook voortkomen uit negatieve ervaringen, gebrek aan controle over gedeelde inhoud of zorgen omtrent de privacyrechten van het kind. Deze kenmerken impliceren dat de *oppositieonele oriëntatie* grenst aan de laatste

categorie, het *niet-gebruik*. Bij deze communicatieve oriëntatie wordt er totaal geen gebruik gemaakt van sociale media om iets over de opvoeding te communiceren. Dit kan een bewuste uiting zijn om niet aan *sharenting* te doen. Deze oriëntatie wordt in de literatuur gerelateerd aan een beperkt sociaal media gebruik van de ouder zelf (Damkjaer, 2018). De *oppositional benadering* en het *niet-gebruik* is significant meer uitgesproken onder hoogopgeleide ouders (Damkjaer, 2018).

## 2.2 Ouderschap

De overgang naar het ouderschap wordt gezien als één van de moeilijkste aanpassingsperiodes (Bartholomew, Schoppe-Sullivan, Glassman, Kamp Dush, & Sullivan, 2012). Ouders hebben het gevoel dat ze moeten presteren en voldoen aan maatschappelijke verwachtingen. Daarnaast brengt het ook plezier en genegenheid met zich mee. Door de zorg voor het kind hebben de ouders minder tijd voor sociale contacten, vrijetijdsbestedingen,...

Hierdoor ervaren nieuwe ouders vaak een sociaal isolement (Brosch, 2016). *Sharenting* kan bijdragen tot het opbouwen van *sociaal kapitaal*. Dit zijn hulpbronnen die worden opgebouwd door relaties met mensen (Bartholomew et al., 2012). *Sociaal kapitaal* is cruciaal voor nieuwe ouders om zich aan het ouderschap aan te passen (Bartholomew et al., 2012). Putman (2000) maakte een onderscheid tussen twee vormen van *sociaal kapitaal* namelijk: *verbindend* en *overbruggend sociaal kapitaal*. *Verbindend sociaal kapitaal* bestaat binnen netwerken met sterke banden. Hier heerst in hoge mate vertrouwen, intimiteit en emotionele steun. Vooral familie en goede vrienden zorgen voor *verbindend sociaal kapitaal*. *Overbruggend sociaal kapitaal* komt voor binnen netwerken met zwakke banden en is vooral gebaseerd op nieuwe perspectieven en nuttige informatie verwerven. Online contacten, collega's en kennissen zijn verantwoordelijk voor het *overbruggend sociaal kapitaal*. Onder deze banden vallen ook online contacten van andere ouders, die tegelijkertijd of recentelijk de transitie naar het ouderschap hebben doorgemaakt en zo nuttige informatie kunnen delen met elkaar. Zowel de sterke als de zwakke banden kunnen een hulpbron zijn voor nieuwe ouders om met de nieuwe eisen van het ouderschap om te gaan (Bartholomew et al., 2012).

Naast de behoefte aan sociale steun en samenhang wendden ouders zich tot sociale media voor *zelfrepresentatie* (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Dit doen ze door zichzelf te presenteren op sociale media a.d.h.v. informatie die ze delen en op welke manier ze deze informatie presenteren (Holiday, Norman, & Densley, 2020). Op gebied van *zelfrepresentatie* ervaren ouders een spanning tussen het *individuele zelf*: de ouder als individu en het *relationele zelf*: de rol als ouder die uitgeoefend wordt met en voor hun kinderen, familie en de gemeenschap (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Vroeger werd *zelfrepresentatie* beschouwd als een alledaagse praktijk. Iemands identiteit werd toen enkel gecommuniceerd en uitgevoerd via impliciete en expliciete gebaren, kleding en gedragingen in persoonlijke interacties (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Tegenwoordig is *zelfrepresentatie* een reflexieve praktijk, waarbij elke beslissing met betrekking tot iemands identiteit zichtbaar en gecontroleerd kan worden. Picone (2015) beschrijft dit aan de hand van de *dramaturgische metafoor* van Erving Goffman (1978). Op basis van deze metafoor kan geanalyseerd worden hoe mensen interacties sturen en hoe zij door anderen waargenomen worden. Mensen worden vergeleken met performers die een bepaalde indruk proberen over te brengen aan het publiek. Door hun optreden geven ze gewilde en ongewilde signalen af aan anderen, die deze op hun beurt interpreteren. Goffman (1978) maakt een onderscheid tussen het *voorst podium* en het *achterste podium*. Het *voorst podium* verwijst naar iemands geïdealiseerde *zelfrepresentatie* die aan anderen getoond wordt. Hier gaan ze bepaalde aspecten van hun acties accentueren, terwijl ze andere aspecten onderdrukken.



Omdat deze de gecreëerde indruk in diskrediet zouden kunnen brengen. Het *achterste podium* beschrijft de privé-zelf, waar de presentatie voor het *voorst podium* wordt voorbereid en die voor anderen verborgen is. De onderdrukte aspecten komen op het *achterste podium* naar boven en worden gedeeld met andere leden van hun team. In het team zitten het gezin, dichte familie en goede vrienden. Hier is vertrouwen heel belangrijk. Deze theorie kan teruggekoppeld worden naar hoe mensen zich op sociale media afbeelden. Mensen kiezen zorgvuldig uit welke aspecten ze van zichzelf willen accentueren op sociale media en welke ze willen onderdrukken (Picone, 2015). Het managen van het online beeld, dat ouders van henzelf willen neerzetten, kan gezien worden als een vorm van *impression management* (Ouvrein & Verswijvel, 2019).

*Impression management* veronderstelt dat mensen in zeker mate controle hebben over de manier waarop zij door het publiek worden waargenomen. Dit wordt meestal geleid door wensen over hoe men zou willen zijn enerzijds en hoe men verwacht wordt te zijn op basis van sociale rollen die men in de samenleving vervult anderzijds (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Door de uitgebreide beschikbaarheid van cues, zowel verbaal als non-verbaal (bijv. emoticons), hebben mensen nog meer controle over de tekens die zij online delen. Waardoor er nog een betere representatie mogelijk is van rollen die zij vervullen in de samenleving. Ouderschap is één van de sociale rollen, die iemands *zelfrepresentatie* stuurt (Collett, 2005). Door online informatie te delen over hun gezinsactiviteiten en hoe zij omgaan met de uitdagingen van het ouderschap, willen ouders hun opvoedingscompetenties tonen via online representatie (Walrave et al., 2022). Dit wordt een *indirecte zelfrepresentatie* genoemd. Bij dit type *zelfrepresentatie* gebruiken individuen andere personen met wie ze nauw verbonden zijn, zoals in dit geval hun kinderen. Hiermee geven ze vorm aan hun eigen representatie (Ouvrein & Verswijvel, 2019). In de studie van Collett (2005) werd onderzocht hoe de representatie van kinderen (bijv. door hun kleding) gereflecteerd werden op hun moeder. De resultaten gaven aan dat moeders hun kinderen daadwerkelijk gebruiken om hun rol als moeder te bevestigen en om een positieve representatie te creëren, wat op zijn beurt hun subjectief welzijn verhoogt. Hierdoor kan *sharenting* dus worden opgevat als een vorm van *indirecte zelfrepresentatie*.

*Impression management* is niet beperkt tot het handhaven van de eigen persoonlijke indruk, maar even goed die van het eigen team (Goffman, 1978). Iemands online representatie wordt dus niet alleen bepaald door het eigen strategische gebruik van uitingen, maar ook het gedrag van anderen zoals ouders (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Door *sharenting* geven ouders dus vorm aan de digitale identiteit van hun kinderen, voordat zij zelf actief zijn. Deze ouderlijke *impression management* van het kind is mogelijk in strijd met het opbouwen van een *autonome identiteit*, die gewenst wordt in de ontwikkeling van adolescenten (Davidson-Wall, 2018). Tijdens de puberteit ondergaan jongeren niet alleen fysieke veranderingen, maar ook verdere cognitieve ontwikkelingen zoals de ontwikkeling van meer geavanceerde en complexe redeneervaardigheden (Walrave et al., 2022). Adolescenten hebben de behoefte aan individualisering door meer onafhankelijkheid van hun ouders te verwerven. Tijdens deze periode spelen leeftijdsgenoten een belangrijke rol in het leven van de adolescent. Dit is ook het moment waarbij jongeren zich steeds meer zorgen gaan maken over de indrukken die ze bij leeftijdsgenoten achterlaten. De behoeften aan autonomie hangt samen met de behoeften van een eigen identiteit, om te ontdekken wie ze zijn, wie ze willen worden en hoe ze passen in de huidige samenleving. Tijdens deze periode experimenteren en ontwikkelen ze meerdere *zelfrepresentaties*, ook online. Steinberg noemt deze periode ook wel de *identiteits-exploratie* (Walrave et al., 2022). Deze *identiteits-exploratie* vormt een onderdeel van een gezonde identiteitsontwikkeling en leidt tot een meer stabiele identiteit. De online identiteit, die ouders voor hun kinderen vormen, sluit mogelijks niet aan bij hoe hun adolescente kinderen zich online willen representeren (Ouvrein & Verswijvel, 2019). In de context van sociale media worden performers geconfronteerd met een veelvoud aan

publiek, waardoor ze zich moeten presenteren op een manier die zinvol is voor dat meervoudige publiek zonder dat dit ten koste gaat van de coherentie en continuïteit (Picone, 2015). Via sociale media worden er strategieën van *impression management* gebruikt en deze zijn erop gericht op het onthullen of benadrukken van de juiste kenmerken. Zo proberen performers een zo'n geïdealiseerde versie van zichzelf neer te zetten. *Privacymanagement* houdt zich daarentegen bezig met het beschermen van persoonlijke informatie, waar anderen misbruik van kunnen maken. *Privacy-* en *impression management* staan in een dialectische verhouding tegenover elkaar, omdat de informatie die geschikt is voor *zelfrepresentatie* zorgt kan juist die informatie kan zijn die de privacy van de performer het meeste schaadt. De afweging tussen de twee wordt alsmaar moeilijker wanneer performers optreden voor een meervoudig, asynchroon publiek in een digitale omgeving, waar de grens tussen openbaar en privé steeds meer vervaagt (Picone, 2015).

### 2.2.1 Millennial ouders

*Sharenting* heeft voor millennial ouders een andere context. Deze ouders zijn geboren tussen 1980-2000 en zijn opgegroeid met de opkomst van sociale media (Latipah, Kistoro, Hasanah, & Putranta, 2020). Zij zijn nu zelf ouder geworden en voeden hun kinderen op in een *digital-first cultuur* en hebben de neiging activiteiten digitaal vast te leggen (Putri, Harkan, Khairunnisa, Nurintan, & Ahdiyati, 2021). Deze ouders zullen voor uitdagingen komen te staan, waarmee de vorige generaties geen rekening moesten houden (Levy, 2017). Zij kunnen ook beschouwd worden als de laatste generatie internetgebruikers die uit eigen en vrije wil de digitale wereld betraden (Putri et al., 2021). Hierdoor worden ze ook wel de *digital natives* genoemd (Autenrieth, 2018). De volgende generatie zal een blijvende digitale identiteit erven die door hun ouders gecreëerd is en die waarschijnlijk al ontstaan is voordat zij geboren zijn (Ammari, Kumar, Lampe, & Schoenebeck, 2015). Ook het maken van foto's en video's is er door de jaren heen enorm op vooruitgegaan. In het analoge tijdperk werd het aantal foto's beperkt door de productiekost en de inspanningen die hieraan verbonden waren (Autenrieth, 2018). Tegenwoordig bevatten de meeste telefoons al een hoogwaardige camera, waardoor ouders altijd en overal beelden van hun kinderen kunnen vastleggen. Dit heeft ervoor gezorgd dat de hoeveelheid foto's die vandaag de dag genomen en verspreid worden drastisch zijn toegenomen. Dit vluchtige gebruik staat in contrast met de potentiële eeuwigheid die deze foto's en video's kunnen hebben in de digitale wereld (Autenrieth, 2018).

Volgens veel onderzoekers wordt *sharenting* gezien als de sociale norm in dit digitale tijdperk (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Siibak & Traks, 2019). Nieuwe ouders worden, zowel extern als intern, aangemoedigd om beelden en verhalen van hun eigen ervaringen als ouder te delen en details over de ontwikkeling van hun kinderen openbaar te maken (Blum-Ross & Livingstone, 2017). De onderliggende motieven van *sharenting* door millennial ouders werden in een eerder onderzoek vastgesteld. De voornaamste zijn om bevestiging en sociale steun te krijgen d.m.v. vind-ik-leuks en commentaren (Adawiah & Rachmawati, 2021). Dit om te laten zien dat ze in staat zijn om voor hun eigen kinderen te zorgen. Verder doen ze dit ook om mee te doen aan sociale participatie. Als laatste motief om een online archief op te stellen met foto's en video's van de ontwikkeling van hun kind (Latipah et al., 2020). Jonge moeders gaven in eerdere interviews aan dat ze het gevoel krijgen dat hun online contacten en de samenleving snel een oordeel vellen, wanneer ze er voor kiezen om niet aan *sharenting* te doen (Siibak & Traks, 2019). Er zijn ook nieuwe ouders die in eerder onderzoek aangeven dat zich onder druk gezet voelen door familie en vrienden om kinderfoto's te delen (Ranzini, Newlands, & Lutz, 2020). De sociale druk die ontstaat, geeft het sociale karakter van *sharenting* op sociale mediaplatformen weer. Ranzini et al. (2020) verklaart dit a.d.h.v. sociaal-psychologische

theorieën, zoals de theorie van *gepland gedrag*. Deze benadrukt de rol van de *subjectieve norm* bij het voorspellen van gedragsintentie en daadwerkelijk gedrag. De *subjectieve norm* wordt gedefinieerd als “de waargenomen sociale druk om bepaald gedrag uit te voeren of niet” (Ajzen, 1991). Op sociale mediaplatformen kunnen de verwachtingen van online contacten gezien worden als de *subjectieve norm*. Hierbij verwachten ze dat gebruikers van hetzelfde platform een vergelijkbare frequentie of intensiteit van het delen van informatie hebben (Ranzini et al., 2020). Zoals hierboven vermeld is de overgang naar het ouderschap een serieuze identiteitsaanpassing (Bartholomew et al., 2012). Hierdoor hebben nieuwe ouders vooral nood aan steun van leeftijdsgenoten om uit hun sociale isolement te geraken (Ranzini et al., 2020). Hierbij biedt *sharenting* een manier aan nieuwe ouders om *sociaal kapitaal* op te bouwen.

### 2.2.2 Ouderpatronen

Tot slot nemen mannen en vrouwen een aantal nieuwe rollen op zich wanneer zij ouders worden (Bartholomew et al., 2012). Zo is er ook meestal één ouder die de hoofdverantwoordelijkheid op zich neemt voor het online delen van informatie over hun kinderen (Ammari et al., 2015). Nieuwe moeders nemen deze verantwoordelijkheid vaak op zich. Omdat zij actiever zijn op sociale media, of omdat hun rol als primaire verzorger zich uitstrekt tot de digitale wereld (Ammari et al., 2015). Deze platformen helpen nieuwe moeders om zich aan de overgang naar het ouderschap aan te passen (Bartholomew et al., 2012). Een kanttekening die hierbij gemaakt moet worden, is dat moeders bij de geboorte langer van ouderschapsverlof kunnen genieten dan de meeloper (Overheidsdiensten, 2020). Hierdoor zijn ze dus langer thuis en zijn ze dan ook verantwoordelijk voor het opbouwen van het *sociaal kapitaal* van het gezin (Bartholomew et al., 2012).

Vrouwen doen vaker aan *sharenting* dan mannen (Putri et al., 2021). Zij hechten persoonlijk meer belang om sociale banden te herstellen en te onderhouden (Bartholomew et al., 2012). Bevindingen uit eerder onderzoek suggereren dat nieuwe moeders Facebook meer gebruiken dan nieuwe vaders om foto's te delen tijdens hun overgang naar het ouderschap (Bartholomew et al., 2012). Sommige moeders lijken zelfs hun gebruik te vergroten tijdens de transitie naar het ouderschap. Het asynchrone karakter van sociale media is bijzonder aantrekkelijk voor moeders, omdat ze in en uit gesprekken kunnen stappen terwijl ze voor hun kinderen zorgen (Chalklen & Anderson, 2017). Hierdoor zijn sociale media een efficiënte manier om met vrienden en familie in contact te blijven en ze zo op de hoogte te houden van alle gebeurtenissen in het nieuwe gezinsleven.

Moeders proberen het juiste evenwicht te vinden tussen enerzijds de waargenomen maatschappelijke verwachtingen om zich af te schilderen als een liefhebbende moeder door aan *sharenting* te doen en anderzijds het respecteren van het recht op privacy van hun kinderen (Siibak & Traks, 2019). Doordat het ouderschap meer en meer online zichtbaar is, kunnen de prestaties van ouders kritisch gevolgd worden (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Hierdoor wordt het ouderschap beschreven als “geïntensiveerd” en “angstig”, vooral voor moeders uit de middenklasse. Dit wordt ook wel het nieuwe *momisme* genoemd, “een sterk geromantiseerde en tegelijk veeleisende kijk op het moederschap, waarin normen voor succes onmogelijk te halen zijn” (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Kumar en Schoenebeck (2015) onderzochten de soorten babyfoto's die nieuwe moeders online zetten en de factoren die in overweging werden genomen. Zij ontdekten dat de voordelen van *sharenting*, namelijk het krijgen van bevestiging door het delen van babyfoto's harder doorwoog t.o.v. de zorgen over een onvrijwillige digitale voetafdruk van het kind. De behoefte aan bevestiging bij nieuwe moeders is hoog en kan door *sharenting* verholpen worden (Chalklen & Anderson, 2017).

## 2.3 Anti-Sharenting

Volgens empirische studies (Marasli et al., 2016; Wagner & Gasche, 2018) houdt een aanzienlijk aantal ouders zich vaak bezig met *sharenting*, zonder rekening te houden met de consequenties i.v.m. de privacy van hun kind. Naast privacy zijn er ook digitale veiligheidsrisico's verbonden aan *sharenting*. Waarbij persoonlijke informatie van kinderen gebruikt kan worden door mensen met slechte bedoelingen (Steinberg, 2016). Zoals *digital kidnapping*, dit is een fenomeen waarbij een vreemde foto's van een minderjarige van het internet steelt en deze foto's plaats alsof het zijn eigen foto's zijn, maar ook onschuldige kinderfoto's die van sociale mediaplatformen geplukt worden en dan massaal gedeeld op pornowebsites. Verder vormen ouders door *sharenting* een online identiteit van hun kinderen zonder hun toestemming. Dit kan een negatieve impact hebben op de ontwikkeling van de persoonlijkheid van kinderen (Verswijvel, Walrave, Hardies, & Heirman, 2019). Doordat kinderen op grote schaal worden afgebeeld door hun ouders krijgen ze zelf niet de kans om hun eigen online identiteit te creëren (Adawiah & Rachmawati, 2021). Nog een ander gevaar van *sharenting* is dat kinderen onderwerp kunnen worden van cyberpesten op latere leeftijd. Voor sommige kinderen kan de inhoud waarvan ouders denken dat het geschikt is om te delen op sociale media, gevoelig liggen op latere leeftijd. Hierdoor kunnen kinderen geconfronteerd worden met cyberpesten (Adawiah & Rachmawati, 2021).

Door *sharenting* groeien kinderen op met een heel ander concept van privacy (Brosch, 2018). Zo kan het voor kinderen normaal lijken dat alle informatie over hen tot het publieke domein behoort. Doordat deze nadelen en gevaren steeds duidelijker worden, wordt de trend van *sharenting* steeds controversiëler (Latipah et al., 2020). Ouders moeten balanceren tussen privacybeschermend gedrag, zodat de privacy van hun kinderen niet in gevaar komen en de voordelen die *sharenting* hen te bieden heeft. Verder willen ouders ook voldoen aan de maatschappelijke verwachtingen (Wagner & Gasche, 2018). Deze paradox wordt ook het *privacy-openness paradox* genoemd (Chalklen & Anderson, 2017). Wanneer ouders informatie over hun kinderen delen, kunnen ze profiteren van de voordelen van *sharenting*, maar kunnen ze ook privacyproblemen ervaren. In het onderzoek van Siibak & Traks (2019) geven jonge moeders in interviews aan dat ze zich steeds ongemakkelijker voelen bij het plaatsen van foto's van hun kinderen op sociale media. Dit illustreert dat beslissingen over *sharenting* steeds minder lichtzinnig genomen worden. De keuze die ouders vandaag maken, kunnen op lange termijn gevolgen hebben voor hun kinderen (Leaver, 2017). Doordat de nadelen en risico's steeds duidelijker worden, krijgt *sharenting* steeds een negatiever imago bij ouders (Autenrieth, 2018). De belangrijkste angsten van ouders over *sharenting* die uit onderzoek naar bovenkomen (Autenrieth, 2018) zijn: het gevaar voor vreemden. Als gebruiker weten we niet wie er de post allemaal bekeken heeft, tenzij er reactie opkomt d.m.v. vind-ik-leuks of reacties. Voor veel gebruikers, waaronder ouders, geeft deze onzekerheid een gevoel van gebrek aan controle. Een tweede angst die bij ouders voorkomt, is dat hun persoonlijke informatie voor commerciële doeleinden misbruikt wordt. Een laatste angst van ouders is de biografische voetafdruk. Door *sharenting* erven kinderen een digitale identiteit van hun ouders, zelfs nog voor ze geboren zijn. Door het permanente karakter van *sharenting*, wordt dit zelfs gezien als digitale tatoeages, die ouders aan hun kinderen geven (Leaver, 2017). Zoals hierboven beschreven zorgt dit voor een negatieve impact op de ontwikkeling van de persoonlijkheid van het kind.

Hierdoor kiezen alsmaar meer ouders ervoor om bewust geen informatie over hun kind te delen of wanneer ze dit wel doen dergelijke strategieën toe te passen, waarbij de risico's van *sharenting* beperkt worden. Autenrieth (2018) beschreef dit fenomeen als *anti-sharenting*. Wanneer ouders aan

*anti-sharenting* doen, houden ze zich bezig met specifieke praktijken van het onidentificeerbaar maken van hun kind. D.w.z. dat ze de focus leggen op de fotografische en ruimtelijke context van het beeld, in plaats van op het kind. In het spanningsveld tussen de behoefte om foto's van hun kinderen online te zetten en tegelijkertijd zo min mogelijk visuele sporen achter te laten, hebben ouders nieuwe fotopraktijken ontwikkeld. Deze praktijken stellen hen in staat om hun kinderen te laten zien op sociale media en toch enige vorm van anonimiteit te bewaren (Autenrieth, 2018). In de wereld van de fotografie wordt dit ook wel *anti-selfie* genoemd (Tifentale & Manovich, 2018). Bij dit soort van fotografie wordt de persoon op de selfie, deel van een situatie in plaats van geïsoleerd te worden afgebeeld. In de context van *sharenting* kan dit omschreven worden als *anti-sharende* foto's. Deze verminderen de focus op het kind en benadrukken de fotografische en ruimtelijke contexten van de beelden (Autenrieth, 2018). Er zijn vijf soorten fotopraktijken die zich focussen op het onidentificeerbaar maken van het kind. Als eerste het vermomde kind, waarbij attributen zoals een sjaal of een bril gebruikt worden om het kind niet identificeerbaar te maken. Een tweede manier is om het kind vanop een afstand te fotograferen en het zo minder herkenbaar te maken. Wat ook gedaan kan worden is een specifiek deel van het kind fotograferen zoals een hand, voet,... Hierdoor blijft het kind onherkenbaar voor onbekende toeschouwers. Naast het fotograferen van enkel een bepaald lichaamsdeel, kan men er ook voor kiezen om het kind te fotograferen wanneer het wegstijgt van de camera. Als laatste kan men de foto digitaal bewerken door o.a. een emoticon/emoji te gebruiken om het gezicht te bedekken.

Buiten de manier van foto's trekken en het bewerken ervan, is het ook belangrijk dat men identificeerbare informatie vermijdt. Zo kan uitsluitend gebruik gemaakt worden van de initialen van een kind of een pseudoniem. Dit alles samen vormen strategieën die ouders kunnen toepassen om de nadelen van *sharenting* te beperken (Ranzini et al., 2020), maar toch genieten van de voordelen die het hen biedt (Autenrieth, 2018).

Aanbieders van sociale media benadrukken nochtans dat ze zeer veel belang hechten aan de beveiligingsopties die zij aanbieden, zodat leden controle kunnen uitoefenen over hun eigen gegevens (Autenrieth, 2018). De bevroegde respondenten uit de studie van Autenrieth (2018) vertrouwden deze opties echter niet. Naast de manieren, die er zijn om de inhoud van sociale media berichten aan te passen. Zoals het gebruiken van fotopraktijken, waarbij gefocust wordt op de fotografische en ruimtelijke contexten van het beeld in plaats van op het kind (Autenrieth, 2018). Zo kunnen ouders ook het bereik van hun sociale mediaberichten aanpassen. Door gebruik te maken van privé groepen op Facebook of Instagram worden verhalen gedeeld met een select groepje volgers. Hierdoor weten ouders exact welk bereik hun berichten hebben (Autenrieth, 2018).

Wanneer een kind geboren wordt, betekent dit niet enkel een bron van vreugde voor de ouders, maar ook voor de uitgebreide familie. Hierdoor is het dus belangrijk wanneer ouders ervoor kiezen om bewust strategieën toe te passen om de nadelen van *sharenting* te beperken, dat ze deze keuze uitleggen aan de uitgebreide familieleden en dat zij op hun beurt hier ook rekening mee houden (Cino & Dalledonne Vandini, 2020). Uit studies werd gevonden dat veel ouders expliciete en impliciete regels opstellen om grenzen af te baken wat er wel en niet online mag komen over hun kind (Ammari et al., 2015). Deze ouders worden gezien als persoonlijke informatiepoortwachters van hun kinderen, omdat zij de aanwezigheid van hun kinderen op sociale media proberen te beheersen (Cino & Dalledonne Vandini, 2020). Dergelijke inspanningen sluiten theoretisch aan bij de *communicatie privacy management theorie* (Petronio, 2002). Ouders hebben de neiging om regels op te stellen over privacygrenzen, die de uitgebreide familie en vriendenkring moeten hanteren, om zo de eigendom

van persoonlijke informatie over het kind te beschermen (Cino & Dalledonne Vandini, 2020). Het vaststellen en afstemmen van deze privacyregels is een communicatieproces dat continu plaatsvindt (Walrave et al., 2022). Waarbij er een afweging gemaakt wordt tussen de risico's en de voordelen van het openbaar maken van informatie over het kind. Wanneer deze privacyregels niet besproken worden met de uitgebreide familie en vriendenkring, bestaat de kans dat de privacygrenzen overschreden worden. Dit kan leiden tot *privacyturbulentie* (Petronio, 2002). Dit treedt op wanneer er, al dan niet opzettelijke, schending is van de privacyregels die opgesteld werden. Deze privacyschendingen kunnen de kern van de relatie tussen vrienden of familieleden beïnvloeden (Steuber & McLaren, 2015). Naast de negatieve gevolgen, die een privacyschending veroorzaakt, zorgt het ook voor een opportuniteit om de privacyregels te herbekijken of opnieuw te communiceren en zo andere schendingen te voorkomen (Steuber & McLaren, 2015).

### 2.3.1 Herdefiniëren

Zoals hierboven beschreven, wordt het fenomeen waarbij ouders strategieën toepassen om de risico's van *sharenting* te beperken *anti-sharenting* genoemd (Autenrieth, 2018). Doordat er nog weinig bekend is in de literatuur, is Autenrieth (2018) de eerste die hier een term op plakt. Na het doornemen van de literatuur en het fenomeen te bestuderen, kan er geconcludeerd worden dat de term *anti-sharenting* het concrete fenomeen niet volledig correct beschrijft. Het woord 'anti' wordt namelijk gebruikt wanneer je tegen iets bent, een tegenstander (VanDale, 2022). Terwijl de ouders die ervoor kiezen om strategieën toe te passen om zo de online privacy van hun kind te beschermen op sociale media, nog steeds op een manier aan *sharenting* doen (Autenrieth, 2018). Door deze manier van *sharenting* zorgen ouders ervoor dat privacy van hun kind(eren) niet in gevaar komt en kunnen ze tegelijk genieten van de voordelen die *sharenting* hen te bieden heeft (Wagner & Gasche, 2018). Hierdoor kunnen deze ouders niet gezien worden als tegenstanders van *sharenting*. Een herdefiniëring van dit fenomeen is hier op zijn plaats. Hierbij wordt gedacht aan *mindful sharenting*, een combinatie van 'mindful' (bewust), 'sharing' (delen) & 'parenting' (ouderschap). Deze term omschrijft volledig het fenomeen. *Mindful sharenting* bestaat uit het toepassen van strategieën door ouders om de mogelijk negatieve effecten van *sharenting* te verminderen, omdat ze zich bewust zijn van de impact die *sharenting* kan hebben op onder andere de privacy van het kind. Hierdoor gaan ze op een bewuste manier aan *sharenting* doen.

Het beheren en controleren van de informatiestroom met betrekking op zowel het ouderschap en het gezinsleven vormen sinds de opkomst van *sharenting*, een nieuwe verantwoordelijkheid voor ouders (Kumar & Schoenebeck, 2015). Er ontstaat dus een complexe verwevenheid van opvoeding en digitale media, die inherent is aan *sharenting* (Damkjaer, 2018). Dit is een voorbeeld van *mediatisering* dat een nieuwe druk legt op de ouders van vandaag, omdat ze gedwongen worden om om te gaan met *sharenting* en de specifieke gevolgen van de keuze om al dan niet aan *sharenting* mee te doen.

Wanneer we verder in de literatuur gaan kijken wordt *mindful parenting* beschreven als een manier van opvoeden waarbij voldaan wordt aan de principes van mindfulness (Geurtzen, Scholte, Engels, Tak, & van Zundert, 2015). *Mindful parenting* bestaat uit vijf kernpunten: 1) luisteren met volle aandacht (kwaliteitsvolle aandacht geven en accuraat kunnen waarnemen wat het kind probeert te communiceren), 2) niet-oordelende aanvaarding van zichzelf en het kind (waarderen van de eigenschappen van het kind, erkennen dat er uitdagingen, fouten en niet ingeloste verwachtingen zullen zijn, maar ook duidelijke normen stellen voor het gedrag van het kind), 3) emotioneel bewustzijn van zichzelf en het kind (minder afwimpelen en meer inspelen op de emotionele behoefte

van het kind; emoties bij zichzelf en het kind correct herkennen), 4) opvoeden in overeenstemming met doelen en waarden, en 5) compassie voor zichzelf en het kind (positieve affectie in de ouder-kindrelatie) (Shorey & Ng, 2021). In relatie met *mindful parenting* kunnen we *mindful sharenting* omschrijven als het delen van digitale media-inhouden over kinderen door de ouders, geïnspireerd door specifieke doelen en waarden die leiden tot *sharenting* beslissingen. Hierbij zijn ze als ouders bewust van hun motieven om aan *sharenting* te doen en de impact die het kan hebben voor het kind en henzelf. Zo houden ze ook rekening met de emoties en mening van het kind zelf om zo tot een beslissing omtrent *sharenting* te komen.

### 3 Onderzoeksvragen

Zoals in de literatuurstudie besproken, is er nog weinig bekend over het onderliggend beslissingsproces van jonge ouders die er bewust voor kiezen om strategieën toe te passen, om zo de nadelen van *sharenting* te beperken (Wagner & Gasche, 2018). Daarom luidt de centrale onderzoeksvraag als volgt:

**OV1: “Wat zijn de motieven van Vlaamse millennial ouders (1980-2000) met jonge kinderen (0-6 jaar) om bewust aan *mindful sharenting* te doen?”**

Doordat de nadelen en de gevaren van *sharenting* steeds duidelijker worden, wordt de trend steeds controversiëler (Latipah et al., 2020). Nieuwe ouders worden, zowel extern als intern, aangemoedigd om foto's van hun kinderen online te delen. Hierdoor wordt de beslissing om wel of geen foto's van het kind te delen op sociale media steeds minder lichtzinnig genomen. De keuze die ouders vandaag maken, kunnen op lange termijn gevolgen hebben voor hun kind(eren) (Leaver, 2017). Ouders moeten dus in dit digitale tijdperk balanceren tussen privacybeschermend gedrag om hun kind(eren) te beschermen en de voordelen die *sharenting* hen biedt zoals: steun, herkenning, samenhang,...

**OV2: “Welke aanleidingen liggen aan de grondslag van de beslissing, om bewust aan *mindful sharenting* te doen?”**

**OV2a: “Welke druk ervaren jonge ouders van anderen voor het delen van foto's van hun kind(eren) op sociale media?”**

**OV2b: “Welke meerwaarde biedt *sharenting* jonge ouders, ook al is het kind in de foto's onherkenbaar?”**

Almaar meer ouders kiezen er bewust voor om geen informatie over hun kind te delen. Wanneer ze dit wel doen, kunnen ze strategieën toepassen om zo de online privacy van hun kind te beschermen (Autenrieth, 2018). Er zijn meerdere strategieën die ouders kunnen toepassen. Zo kunnen ze foto's delen waarbij de focus gelegd wordt op de fotografische en ruimtelijke context van het beeld, in plaats van op het kind zelf (Autenrieth, 2018). Naast het toepassen van strategieën toe te passen bij het maken van de foto's zelf kunnen ouders er ook voor kiezen om het delen van identificeerbare informatie te vermijden. Zo kunnen ze in plaats van de volledige naam te gebruiken, gebruikmaken van enkel de initialen van het kind of een pseudoniem. Een laatste strategie is hun eigen bereik op sociale mediaplatformen zelf beperken (Autenrieth, 2018). Door het gebruik van privé-groepen of het bereik van hun berichten zelf te beperken. Het is belangrijk dat ouders expliciete en impliciete regels opstellen om grenzen af te bakenen wat er wel en niet online mag komen over hun kind (Ammari et al., 2015). Dit is niet enkel belangrijk voor de ouders zelf, maar ook voor de uitgebreide familie zodat zij deze regels ook kunnen begrijpen en hanteren (Cino & Dalledonne Vandini, 2020).

**OV3: “Welke strategieën passen jonge ouders toe om de online privacy van hun kind te beschermen op sociale media?”**

**OV3a: “Welke regels stellen ouders op ter bescherming van de online privacy van hun kind(eren)?”**



## 4 Methodologie

Dit onderzoek heeft als doel betere inzichten te krijgen over het fenomeen *mindful sharenting* en waarom Vlaamse millennial ouders hier bewust voor kiezen. Hierdoor sluit de onderzoeksvraag: **“Wat zijn de motieven van Vlaamse millennial ouders (1980-2000) met jonge kinderen (0-6 jaar) om bewust aan *mindful sharenting* te doen?”** van deze studie het beste aan bij een kwalitatief onderzoeksdesign.

### 4.1 Onderzoeksinstrument

Vanwege de inductieve benadering heeft deze studie gebruik gemaakt van diepte-interviews als dataverzamelmethode. De interviews verliepen semigestructureerd en er werd gebruik gemaakt van een interviewleidraad. Deze leidraad werd vanuit een operationalisering van de concepten in de literatuurstudie opgesteld (Mortelmans, 2018). De vragen zorgden ervoor dat het interview richting het onderzoeksonderwerp gestuurd werd (Kallio, Pietilä, Johnson, & Kangasniemi, 2016). Deze manier van interviewen werd gebruikt, omdat het bekend staat voor zijn flexibel en los karakter. Hierdoor kon de volgorde van de vragen zonder problemen veranderd worden. Bij het opstellen van de vragen werd er rekening gehouden met enkele kenmerken om zo kwaliteitsvolle data te bereiken. Er werd dus rekening gehouden dat de vragen duidelijk geformuleerd waren, eenzijdig, open en ook niet leidend (Kallio et al., 2016). Doordat de vragenlijst in grote lijnen gestructureerd was, was er ook ruimte voor de interviewer om bijvragen te stellen en dit zorgde voor diepgang (Mortelmans, 2018).

Elk interview startte met een korte voorstelling van de onderzoeker, het onderzoeksthema en enkele praktische richtlijnen. Daarna werd opnieuw een bevestiging van vrijwillige deelname gevraagd en de toestemming voor het maken van een audio-opname, maar dit keer mondeling. De koppels ondertekenden al reeds een toestemmingsformulier (zie 10.5). Dit formulier ontvingen de koppels voor de start van het interview samen met het inlichtingsformulier. Tijdens het interview werden de moeilijkste concepten uitgelegd, zodat de koppels de vragen begrepen en zo gemakkelijk konden beantwoorden. Er werd gebruik gemaakt van twee soorten vragen. Zo waren er vragen over hoofdthema's en follow-upvragen. Om het ijs te breken, begon het interview met een lichter thema. Namelijk het ouderschap en hoe zij de overgang naar het ouderschap hebben meegemaakt. Verder werd er gepolst naar hun sociale mediagebruik voor het ouderschap en tijdens het ouderschap. Hierna kon er overgegaan worden naar de iets diepgaandere thema's die het onderzoeksthema bevatten (Kallio et al., 2016). Zo werd er aan de koppels gevraagd naar hun mening over *sharenting* zelf. De overgang naar hun beslissing om media-inhouden van hun kinderen onherkenbaar te delen kon hierdoor snel gemaakt worden. Hierbij werd er gepolst naar zowel de aanleiding, als naar de motieven van deze beslissing.

Verder heeft dit onderzoek gebruik gemaakt van de *grounded theory*, d.w.z. dat er een wetenschappelijke theorie opgesteld werd met behulp van data die verkregen werd uit het kwalitatief onderzoek met aanvulling van bestaande literatuur (Mortelmans, 2018). Hierdoor is de theorie een trouwe weergave van het fenomeen in de realiteit.

## 4.2 Steekproef en procedure

Voor dit onderzoek werd er gebruik gemaakt van een purposive sampling, dit wil zeggen een homogene steekproeftrekking die als doel had een steekproef te trekken met eenheden die dezelfde kenmerken bevatten. Deze methode werd gehanteerd, omdat het onderzoek op zoek was naar zeer specifieke profielen. Met behulp van Facebookgroepen en kennissen van de onderzoeker werden er jonge koppels gezocht. De koppels kwamen in aanmerking om deel te nemen aan het onderzoek wanneer ze voldeden aan vier inclusiecriteria. Minstens één van beide ouders moest Vlaams zijn, geboren tussen 1980-2000 met jonge kinderen tussen de 0-6 jaar en er bewust voor kiezen om in media-inhouden die ze delen op sociale media hun kinderen onherkenbaar te maken

De koppels werden via e-mailcommunicatie op de hoogte gebracht over de praktische zaken van hun deelname en ontvingen hierbij ook het inlichtings- en toestemmingsformulier. In de e-mail werd er aan de koppels ook gevraagd om drie foto's te kiezen die het best hun manier van *sharenting* omschrijven. De foto's werden op het einde van het interview besproken. Hierna werden de koppels uitvoerig bedankt en eraan herinnerd dat ze met vragen altijd welkom zijn bij de onderzoeker.

Het onderzoek werd uitgevoerd in de periode van oktober 2021 en mei 2022. De diepte-interviews vonden plaats vanaf maart 2022. Aangezien tijdens het onderzoek de coronapandemie nog niet volledig achter de rug was, kregen de koppels de keuze om het interview fysiek of via een videocall te laten plaatsvinden. Hierdoor vonden de meeste interviews online plaats, via Microsoft Teams.

De maximumomvang van de steekproef werd bereikt wanneer er theoretische saturatie optrad (Mortelmans, 2018). In totaal werden er acht interviews afgenomen, van telkens twee personen, in maart-april 2022 (Zie Tabel 1: Overzicht deelnemers). Tijdens het laatste interview ontstond er theoretische saturatie en werd er dus geen nieuwe of relevante informatie meer gevonden. Na het verzamelen van de data werden de interviews zo snel mogelijk getranscribeerd en gecodeerd in het softwareprogramma Nvivo.

Tabel 1: Overzicht deelnemers

	Schuilnamen	Leeftijden	Beroepen	Kinderen	Leeftijd kinderen
Koppel 1	Anne & Tim	28 & 28 jaar	Kleuterjuf & ploegbaas	1	8 maanden
Koppel 2	Karen & Johan	29 & 30 jaar	Zelfstandige logopediste & verzekeringen	1 + (zwanger)	2 jaar
Koppel 3	Evelien & Frank	30 & 34 jaar	Filaal verantwoordelijke & magazijnier	1 + (zwanger)	2 jaar
Koppel 4	Lisa & Bruno	29 & 30 jaar	Doctoraatstudente & havenarbeider	1	6 maanden
Koppel 5	Tina & Mats	35 & 33 jaar	Acteurs	1	3 jaar
Koppel 6	Sara & Daan	35 & 37 jaar	Ambtenaren	2	6 & 4 jaar
Koppel 7	Elise & Joris	29 & 29 jaar	Verpleegkundige & opvoeder	2	2 jaar & 5 maanden
Koppel 8	Sanne & Tijs	30 & 30 jaar	Ergotherapeut & service technieker	2	2 jaar & 2 weken

### 4.3 Ethiek

Tijdens de dataverzameling en verwerking werd er rekening gehouden met de procedurele ethiek. Voor het interview werd er toestemming gevraagd aan de koppels via het toestemmings- en inlichtingsformulier (Zie 10.5). Deze procedure verliep volgens de richtlijnen van de Ethische Adviescommissie Sociale en Humane Wetenschappen (ESHW). Doordat de nadruk gelegd werd op de anonimiteit tijdens de interviews, door het gebruik van schuilnamen voor de ouders en enkel initialen voor de kinderen. Werd de kans op sociaal wenselijke antwoorden zoveel mogelijk beperkt. De interviewer wees de koppels er ook op dat ze het recht hebben om het interview op elk moment te laten stoppen.

### 4.4 Data-analyse

Er werd tijdens de diepte-interviews een geluidsopname gemaakt, mits toestemming van de koppels. De geluidsopnames werden nadien gebruikt om de diepte-interviews te transcriberen volgens het Verbatim-principe. Het coderen van de interviews verliep volgens de inductieve benadering. Zowel het coderen als het analyseren gebeurde met behulp van het softwareprogramma NVivo.

## 5 Resultaten

Dankzij acht diepte-interviews met jonge koppels, werd er voor dit onderzoek inzicht verworven in het onderliggend beslissingsproces van millennials om bewust aan *mindful sharenting* te doen. De bespreking van de resultaten zal volgende volgorde aannemen: hoe de jonge ouders de overgang naar het ouderschap hebben ervaren, wat hun sociale mediagebruik is, wat hun voornaamste bevindingen zijn omtrent *sharenting*, hoe hun beslissing tot stand gekomen is, welke motieven ze hebben en uiteindelijk welke strategieën ze hanteren. Deze resultaten zullen in het discussie deel besproken en gekaderd worden in de bestaande literatuur.

### 5.1 Ouderschap

Een kind krijgen gebeurt niet van vandaag op morgen. Er gaan negen maanden aan vooraf. De ouders uit de interviews gaven aan dat ze deze negen maanden volledig benutten om zich voor te bereiden op de komst van hun kindje.

***“In het begin kwam dat eigenlijk een beetje vanzelf. Ge zijt nog gewoon zo met uw tweeën thuis, dus ge hebt alle tijd om u erop voor te bereiden.” (Vader, koppel 7)***

De grote aanpassingsperiode start pas wanneer het kindje er éénmaal is. Van de ene op de andere dag verandert het leven van de jonge koppels volledig. Alles staat plots in het teken van het kind. De geïnterviewde koppels ervaren deze periode vooral als een groeiproces.

***“Ergens wordt ge er gewoon ingeworpen, net zoals een kind in het leven wordt geworpen. Zo een gevoel heb ik wel van de ene op de andere dag dat ik ook als moeder geboren ben en ik denk jij ook als vader. Want dat er ineens allemaal taken waren die wij niet kenden.” (Moeder, koppel 5)***

De grootste aanpassingen, die de jonge koppels moesten doormaken na de geboorten van hun kindje, waren vooral dat ze hun tijdsverdeling veel strakker moesten plannen en dat er veel minder ruimte was voor spontane activiteiten. Verder ondervonden de ouders minder tijd te hebben voor sociale contacten en hobby's. Ook financieel zijn er aanpassingen doorgevoerd. Zo gaven enkele koppels aan dat ze groter zijn moeten gaan wonen; sinds de komst van de kinderen.

***“Ook wel een harde schakel, omdat ge ineens een soort van kleine organisatie wordt, waar je dingen moet afspreken en – er komt toch ook een andere dimensie bij in uw relatie dan alleen maar “oh wat gaan we vandaag eens doen” ofz, of heel lang in uw bed blijven liggen, dat zit er dan niet meer in.” (Moeder, koppel 5)***

Naast dat het ouderschap gezien wordt als groeiproces, waarin ze fouten mogen maken en ervan leren, ervaren de geïnterviewde ouders ook een soort van maatschappelijke druk. Er wordt van ouders verwacht dat ze na drie maanden de draad weer oppakken en gewoon alles terug kunnen doen wat ze daarvoor deden, maar dan met een baby.

***“Maatschappelijk wordt er inderdaad verwacht van dat ge alles – dat ge kon doen voor dat ge ouder was, dat ge dat nu nog steeds allemaal doet, maar nu met ne kleine erbij. En ja, wij hebben wel heel hard gemerkt dat, dat niet zo vanzelfsprekend is.” (Moeder, koppel 4)***

Ook de richtlijnen omtrent de motorische ontwikkelingen van kinderen, worden door Kind en Gezin informatief meegegeven aan de ouders. In deze richtlijnen wordt er aan de ouders meegegeven, wanneer kinderen bepaalde motorische ontwikkelingen doormaken zoals: rollen, kruipen,... Deze richtlijnen worden louter informatief meegegeven, maar toch ervaren ouders dit als maatschappelijke druk. Wanneer kinderen niet voldoen aan deze richtlijnen, hebben ouders het gevoel dat er iets mis is of dat ze als ouder tekortschieten.

### 5.1.1 Opvoedingsstijl

Vier koppels haalden aan dat ze als opvoedingsstijl, het *mild ouderschap* hanteren. Deze opvoedingsstijl is volgens deze ouders gebaseerd op het aanvoelen van wat het kind nodig heeft. Hierbij is het belangrijk dat er geluisterd wordt naar het kind om zo de behoeften die achter het gedrag zit te weten te komen. Bij deze manier van opvoeden, gaan ouders alles proberen uit te leggen en verklaren aan het kind. Er is ook ruimte voor ongemakkelijke gevoelens, zoals wenen.

***“Allee als hij bijvoorbeeld aan het wenen was “ssht, ssht, nee het is niet erg” en dat wij dan zo zeggen “heb je, je pijn gedaan? Als je pijn hebt dan ben je verdrietig” en dat ge er dan zo in gesprek meega en dan stopt die ook met wenen eh.” (Moeder, koppel 2)***

## 5.2 Sharenting

De geïnterviewde koppels deelden over het algemeen dezelfde mening over ouders die aan *sharenting* doen. Namelijk dat elke ouder moet doen waar die zich goed bij voelt. Over het algemeen hadden de koppels geen probleem met *sharenting*, tot op een bepaald niveau.

***“Wij hebben ook vrienden, die hun kinderen zichtbaar posten; geen probleem mee, maar ik heb evengoed vrienden, die elke scheet dat hun kind laat op sociale media zetten, zowel met foto als zonder foto en dat vind ik er gewoon over.” (Moeder, koppel 1)***

Toch stellen enkele koppels zich wel vragen bij de manier van *sharenting* van andere ouders. “Zijn ze zich wel bewust van de risico’s, die verbonden zijn aan *sharenting*?” Andere moeders genieten dan weer van de *sharenting* van anderen. Deze moeders geven dan ook aan dat *sharenting* van anderen hen geholpen heeft bij de uitdagingen die het ouderschap stelt. Dankzij *sharenting* vonden ze de steun en bevestiging naar waar ze opzoek waren.

***“Het is ook wel door zo’n profielen – van andere mama’s, die allemaal dingen over hun kinderen delen, zoals ik net zei, dat wij daar wel onze bevestiging hebben gekregen van “zij doen het ook op die manier”. Maar ik – allee dat vond ik nog wel aangenaam.” (Moeder, koppel 2)***

Eén van de vaders vond dan weer dat sommige ouders hun kinderen door *sharenting*, gebruiken als accessoire, om een bepaald onlinebeeld van zichzelf neer te zetten. Door *sharenting* willen ouders zichzelf neerzetten als goede en trotse ouders. De andere ouders ervaren dit als opscheppen met wat ze hebben om zo vind-ik-leuks en reacties te krijgen.

***“Ja misschien willen die graag met heel de wereld delen of met hun vrienden allemaal delen van “kijk eens hoe fantastisch mijn familie is” (Moeder, koppel 4)***

### 5.3 Sociale media

Wat vooral opvalt bij het sociale media gebruik van de geïnterviewde koppels, is dat ze eerder passief sociale media gebruiken in plaats van actief. Vooral de moeders gebruiken sociale media om te kijken en te volgen wat andere mensen doen. De vaders hechten hier duidelijk minder belang aan. Hun gebruik bestaat voornamelijk uit het volgen van evenementen, spelletjes, ... Twee moeders zijn wel actieve sociale mediagebruikers, omdat dit belangrijk is voor hun beroep. Hoewel de ouders weinig foto’s van zichzelf delen, omdat ze zichzelf niet interessant genoeg vinden. Geeft de meerderheid van de ouders aan dat ze sinds ze ouder werden enkel nog foto’s van hun kinderen delen, omdat zij het belangrijkste deel zijn in hun leven.

Sociale media bieden de koppels een manier van ontspanning aan, om even te ontsnappen aan de realiteit. De platformen die voornamelijk gebruikt worden zijn Facebook en Instagram. Andere platformen die ook vermeld werden zijn TikTok en Pinterest. Naast ontspanning worden Facebook en Instagram ook vooral gebruikt om contact te houden met vrienden en familie die wat verder wonen.

***“Ik kijk vooral naar wat andere mensen posten, ik doe zelf eigenlijk niet heel veel. Om de zoveel maanden een bericht is, dan zou het veel zijn.” (Vader, koppel 2)***

Het sociale media gebruik is niet spectaculair veranderd sinds ze ouder werden. Sinds het ouderschap, hebben ze minder tijd en interesse om op sociale media door te brengen. Het ouderschap heeft er wel voor gezorgd, vooral bij de moeders, dat ze meer Facebookgroepen zijn beginnen volgen omtrent het ouderschap zoals groepen over borstvoeding, miskramen, opvoedingsstijlen,... Waar ze steun en bevestigingen zochten bij andere kersverse moeders. Op Instagram gaat dit vooral over rolmodellen

die dezelfde manier van opvoeding hanteren. Hierdoor leren ze bij en krijgen ze ook weer bevestiging. Het grote pluspunt dat de moeders benoemen, is het asynchrone karakter van sociale media. Ze kunnen namelijk gemakkelijk tijdens de borstvoeding, dutjes enz... door hun sociale media scrollen. Dit stelt hen in staat om hun sociale contacten te onderhouden en zorgt zo voor een afleiding van het ouderschap.

***“Bijvoorbeeld miskramen, die dat wij ook hebben gehad na L. dan kon ik wel echt steun vinden in van die Facebookgroepen. Ja, “waarom dat dit gebeurt?” of ja echt steun bij andere vrouwen, die ook door hetzelfde gingen. Voor mij hielp dat wel.”***  
***(Moeder, koppel 5)***

***“Bij de oudste, had ik om het uur borstvoeding momenten van drie kwartier, dan lag die half in slaap aan de borst en dan zat ik ondertussen ook wel op sociale media en zo is dat bij mij wel wat gegroeid. Dat, dat meer is dan voor dat ik mama werd.”***  
***(Moeder, koppel 8)***

Terwijl alle koppels sociale media gebruiken, zijn hun meningen over sociale media verdeeld. Zo noemt koppel 4 hun relatie met sociale media niet negatief, maar eerder kritisch. In de interviews geven andere ouders weer aan dat ze zich heel bewust zijn van de gevaren van sociale media. Deze platformen slagen er telkens in dat je blijft scrollen en zo jezelf er gemakkelijk in kan verliezen. Ook op het vlak van het delen van foto's van zichzelf zijn ze voorzichtig, omdat de ouders aangeven dat ze zich bewust zijn, vanaf je akkoord gaat met de gebruiksvoorwaarden van bijv. Facebook is alles wat je erop plaatst eigendom van Facebook. Het brengt ook een vorm van onzekerheid met zich mee, want iedereen op sociale media is opzoek naar bevestiging aan de hand van vind-ik-leuks en reacties.

***“Ik merk ook als ik het op mijn telefoon heb dan hele tijd erover scrollen, terwijl ik eigenlijk denk “waar zit ik nu naar te kijken?”- levens van andere mensen en dan voel ik mij enkel, maar slechter over mezelf. Ik kan mijn tijd veel beter besteden, door te schrijven, door te dromen, door boeken te lezen, door films te kijken i.p.v. – ik zat soms hele dagen op Instagram te scrollen, voor voetbal filmpjes.”***  
***(Vader, koppel 5)***

## 5.4 Beslissing

De acht geïnterviewde koppels kozen er allemaal bewust voor om foto's van hun kinderen onherkenbaar te delen op sociale media.

### 5.4.1 Aanleiding

Wat over het algemeen terugkwam uit de interviews, was dat ouders zelf of iemand uit hun kennissenkring al een negatieve ervaring omtrent *sharenting* meemaakten. Zo maakte een koppel mee dat er een foto van het nichtje gestolen werd door een collega van de grootmoeder, deze persoon gebruikte de foto van het nichtje op diens kerstkaartje. Eén van de andere deelnemers had zelf meegemaakt dat er een badfoto van toen hij klein was, getoond werd aan zijn toenmalige leerkrachten. Dit ging dan over een gedrukte foto. Over een foto die je online plaatst heb je geen controle over het bereik.

Een andere moeder maakte mee dat er een vals account van een man gevonden werd in een Facebookgroep voor jonge moeders. In deze groep werden er voortdurend foto's en filmpjes van jonge kindjes gedeeld. De man, die een vals account opende, maakte misbruik van zijn toegang tot de groep. Nog een vader maakte in zijn jaren als leiding van de chiro mee dat er foto's van hun chirowebsite gestolen en verspreid werden. Deze foto's werden dan teruggevonden op kinderpornowebsites in Thailand. Deze ervaringen zorgden er bewust voor dat ze de beslissing namen om enkel foto's van hun kinderen onherkenbaar te delen op sociale media. Naast de negatieve ervaringen gaf er ook een koppel het antwoord dat ze zelf van nature niet de reflex hebben om veel te delen en daarom ook foto's van hun kind bijna niet of onherkenbaar delen.

***“Een mama-groep, waardat ik inzit van ons oudste zoontje. Dat is een groep met duizend-en leden en vorig jaar ergens hebben ze daar ontdekt, dat daar een fake-account in zat van ne man, dat eigenlijk gewoon daar was om de foto's te zien. Dus dat zijn duizenden mama's die foto's van hun kindjes delen, maar die man had wel toegang tot al die foto's. Daarbij zijn dan ook foto's in hun luiertje, in hun zwembroekje en dat zijn zo van die dingen, dat ik dan denk van “ge kunt uw kind niet beschermen op die manier”.” (Moeder, koppel 8)***

***“Als ik nog in de chiro zat, was er iemand van onze leidingsploeg, die zowat de foto's van de kinderen bijhield op een fotowebsite die openbaar gedeeld zijn, zodat alle ouders eraan konden. En dan was dat een hele storm van schandalen, van kindermisbruik enz. En dan waren er op een gegeven moment ook foto's van onze chiro die dan werden teruggevonden op ne kinderpornowebsite in Thailand” (Vader, koppel 7)***



Alle koppels namen deze beslissing voor dat het kind geboren werd. Telkens kwam één van de partners af met het idee. De andere partner begreep de redenering erachter en was meteen overtuigd. De moeders van koppel 1 en koppel 7 vonden het wel belangrijk dat ze toch af en toe toch iets konden posten, maar dan onherkenbaar.

***“Ja, voor mij is dat oké – allee wij zijn wel een koppel dat wel heel communicatief is. Als er iets is dat op tafel gelegd wordt en den andere is daar het niet mee eens, proberen wij wel direct ne middenweg te zoeken, zoals ik dan gevraagd heb van “mag het dan wel af en toe, maar dan afgeschermd” dat hij dan zegt “voor mij is dat oké”. Dus wij proberen echt wel overal ne middenweg in te zoeken. Op de één of andere manier.” (Moeder, koppel 1)***

Koppel 2 en koppel 6 kozen er in eerste instantie voor om zelfs geen foto's te delen. Koppel 2 ging nog een stapje verder. Zij zouden zelfs geen foto's doorsturen, zodat niemand foto's van hun kind kon verspreiden.

In maart 2020 volgde dankzij de coronapandemie de eerste volledige lockdown, waardoor fysiek afspreken niet kon. Hierdoor zag niemand hun kind opgroeien. Dit was de reden, waarom ze hun beslissing hebben bijgestuurd naar het posten van foto's op sociale media, waar hun kind onherkenbaar is, en het doorsturen van foto's in beperkte kringen.

***“Dingen die gebeurd zijn, verhalen die wij hoorden van, foto's die echt terecht komen op van die gekke plekken. Ja daarom eh, hebben wij daarvoor gekozen. In het begin dan heel hard – heel strikte lijnen gemaakt en achteraf beetje minder...” (Moeder, koppel 2)***

Alle ouders kozen er uiteindelijk voor om aan *mindful sharenting* te doen. Ze vinden het toch wel leuk en belangrijk om af en toe iets te kunnen posten omtrent hun kinderen, omdat dit toch wel een belangrijk deel is in hun leven. Verder gaven de ouders ook dat ze een soort van sociale druk ervaren om toch foto's van hun kinderen te delen op sociale media. Zoals ouders die de nood voelen om aan *sharenting* te doen voor bevestiging, steun, vreugde te delen,... Zo voelen deze ouders ook nood om foto's te delen, om zo mee te genieten van deze voordelen. Alleen proberen deze ouders het op een manier te doen, waarbij de kinderen er geen nadelen van ervaren.

***“Soms dan voel ik wel van “ik wil dat wel delen, ik wil dan wel iets delen”, dat is echt raar. Ja, dat is heel dubbel denk ik.” (Moeder, koppel 5)***

***“Ik heb dat al wel een paar keer gehad. Dat ik zo echt super trots was, als onze kinderen iets doen ofz. en dat ge dan denkt “oh, jammer hebben we die beslissing genomen, ik wou dat ik die nu in volle glorie kon tonen, van kijk hij kan dat al of kijk eens wat ze al doen”. Ik heb nog altijd geen spijt van onze beslissing. Je moet dan zo meer gaan nadenken van “dit vind ik een heel mooi moment, ik wil daar een foto van nemen en hoe neem ik daar dan een foto van zonder dat ze herkenbaar zijn.” (Vader, koppel 7)***

#### 5.4.2 Motieven

De motieven die tijdens de interviews naar boven kwamen, zijn vooral ter bescherming van de privacy van het kind. Een foto bevat namelijk veel gevoelige informatie. Verder kunnen de foto's ook misbruikt worden door anderen voor pedofilie, cyberpesten,... De ouders vinden het ook niet nodig, dat bij wijze van spreken, heel de wereld hun kind ziet. De belangrijkste personen zien het kind opgroeien in levenden lijve. Verder zijn ouders, zich ook bewust van het feit dat vanaf er een foto online staat, je geen controle meer hebt over het bereik van die foto. Een ander motief dat in meerdere gesprekken naar boven kwam, was dat ouders het kind zelf de keuze willen laten welke media-inhouden ze over zichzelf delen op sociale media. Ze vinden het ook niet kunnen dat zij foto's gaan verspreiden op sociale media zonder dat het kind daar de toestemming voor heeft gegeven. Het kind vraagt er niet om, om op grote schaal afgebeeld te worden. Op deze manier willen ouders tonen hoe belangrijk privacy is en dat ze zich bewust zijn van de impact die *sharenting* kan hebben op kinderen.

***“Wijzelf willen de kinderen de keuze laten, later als ze groter zijn om beelden over zichzelf te delen, als zij dat willen” (Moeder, koppel 6)***

#### 5.4.3 Strategieën

De geïnterviewde ouders passen strategieën toe om hun kinderen zoveel mogelijk te beschermen tegen de nadelen van *sharenting*, maar toch tegelijkertijd te genieten van de voordelen die het de ouders biedt. De strategieën die ze voornamelijk toepassen, focussen op de ruimtelijke context in plaats van op het kind (Zie Tabel 2: Strategieën). Het kind wordt vanop een afstand gefotografeerd, wanneer het kind met diens rug naar de camera staat. De helft van de ouders plaatsten ook al eens foto's van bepaalde lichaamsdelen van het kind zoals een voet, een hand of een oor. Verder wordt er soms ook gebruik gemaakt van een emoticon/emoji die dan over het gezicht van het kind geplaatst wordt. Koppel 8 blurt soms het gezicht of knipt herkenbare delen van de foto.

***“Daarbij deel ik ook een foto, als A. bij mij ligt, van zijn handje en zijn oor dat ge dat zojuist kunt zien. Ik zeg zomaar iets, dat het een “hangdag” was, omdat hij zijn spuitjes heeft gehad. Omdat zo te delen met mensen die mij dan volgen, maar ik ga hem nooit volledig in beeld brengen.” (Moeder, koppel 8)***

Eén van de koppels had een zeer specifieke manier van het delen van foto's. Zij delen eigenlijk foto's waarop hun kind niet te zien is, maar de foto's zijn wel geplaatst met hun kindje in gedachten en verwijzen dus naar het kind. Zo posten ze foto's van sokjes, een speeltje of een abstracte foto van een buggy. Hierdoor blijft de anonimiteit van het kind gehandhaafd, terwijl er wel aspecten die nodig zijn om een situatie of een specifiek verhaal te vertellen toch worden getoond (Autenrieth, 2018).

***“Dan zet ik er wel tekstjes bij, waarin dat het duidelijk is dat – met A. in gedachte is gepost of dat het wel om haar gaat” (Moeder, koppel 4)***

Tabel 2: Strategieën

	Vanop een afstand	Wegkijken van de camera	Lichaamsdeel	Emoticon over het gezicht	Herkenbare delen afknippen	Gezicht blurren	Verwijzingen naar het kind
Koppel 1		X	X	X			
Koppel 2	X	X	X	X			
Koppel 3		X		X			
Koppel 4							X
Koppel 5		X	X	X			
Koppel 6	X	X					
Koppel 7	X	X					
Koppel 8	X	X	X		X	X	

De meerderheid van de tijd werden deze foto's bewust genomen met de intentie om deze te delen. Drie koppels gaven aan dat de foto's spontaan werden genomen en achteraf beslist werd welke ze gingen delen.

***“Deze foto bijvoorbeeld dat is zo hetgene wat ik derjuist zei, je moet denken aan andere standpunten. Ik zou in eerste instantie denken “ik wil dat zo frontaal trekken, omdat ge dan echt ziet van, hij heeft zijn hoofdje al heel goed op”, maar dan beginnen na te denken van “ja, we willen het gezicht er niet op, langs welke kant kan ik hem trekken”. Dat het wel duidelijk is wat dat hij doet, maar zonder een gezicht te tonen.” (Vader, koppel 7)***

Verder passen ouders ook nog andere privacybeschermende maatregelen toe om hun kind op sociale media te beschermen. Zo heeft het merendeel van de ouders een privé WhatsApp groep, waarin foto's van het kind met familieleden en dichte vrienden gedeeld worden. Wanneer ouders dit niet via een WhatsApp groep doen, maken ze gebruik van een andere applicatie zoals Family album of Google Foto's. Dit zijn fotoalbums die online gedeeld worden en waarbij de ouders controle hebben over wie er toegang tot de foto's heeft. Eén koppel maakte voor het kind een privé Instagramaccount aan, waarop herkenbare foto's met de familie gedeeld worden. Andere maatregelen die ouders toepassen, zijn dat ze hun eigen accounts zo goed mogelijk afschermen. Ouders vinden belangrijk dat het eerst bij henzelf begint, dat hun beslissing dus in de lijn moet liggen met hun eigen deelgedrag op sociale media.

***“Dus allee voor onszelf de privacy al een beetje hadden ingesteld, waardoor dat dan die foto's wel kunnen.” (Moeder, koppel 2)***

De belangrijkste regel waar er volgens de ouders rekening meegehouden moet worden is dat het kind niet herkenbaar is op de foto's of de filmpjes die online geplaatst worden. Ook vindt één van de ouders het belangrijk dat het acceptabele foto's zijn. Hierbij bedoelen ze niet in hun blootje. Twee koppels hebben andere regels voor bepaalde grootouders. Zij mogen totaal geen foto's posten, omdat de ouders het idee hebben dat ze het anders niet gaan begrijpen en zo de privacy van het kind in het gedrang komt. Hierdoor vinden ze het beter dat ze gewoon geen foto's delen dan kan er ook niets fout geplaatst worden.

***“Wij hebben dan altijd gevraagd om het eigenlijk eerder niet te doen en buiten die onherkenbare foto, heeft ze eigenlijk nooit een foto erop gezet, denk ik. Doordat Daan zijn moeder, het verschil niet zou snappen en die er alles zou opzetten. Of dat gevoel hebben wij toch, misschien is dat verkeerd, maar die deelt echt wel alles eh.” (Moeder, koppel 6)***

#### 5.4.4 Reacties

De ouders waren verrast van de positieve reacties die ze kregen op hun beslissing om hun kinderen onherkenbaar te delen op sociale media. Doordat deze beslissing afwijkt van de standaard hadden ze eerder negatieve reacties verwacht. Toch kregen de koppels wel vele vragen en reacties waarom ze nu juist deze beslissing genomen hadden. Vragen die bij familieleden of vrienden naarboven kwamen waren o.a. “Ben je dan niet trots op je kind?”, “Is er iets mis met je kinderen?”, “Heb je misschien lelijke kindjes?”, “Is dat misschien niet een beetje overdreven?”. Dit geeft de ouders het gevoel dat ze zich constant moeten verantwoorden. Ze proberen dan ook uit te leggen waarom ze deze beslissing genomen hebben. Ze benadrukken in deze gesprekken de gevaren van *sharenting* omtrent privacy, risico's met betrekking op de ontwikkeling van het kind,... Hierdoor ontstond er meer begrip voor hun beslissing. Door de reacties merkten de ouders op dat *sharenting* nog steeds tot de sociale norm gezien wordt.

***“Ja maar, het is niet omdat ik dat niet doe, dat ik niet trots ben op mijn kind he” (Moeder, koppel 1)***

Sommige grootouders begrepen het niet en hadden het er wel moeilijk mee dat ze hun vreugden van een nieuw kleinkind niet konden delen met anderen. Onder jonge mensen begint het volgens de ouders meer ingeburgerd te geraken. Het is niet meer vanzelfsprekend om zomaar foto's van kindjes online te zetten, zonder de toestemming van de ouders. De geïnterviewde ouders merken op dat steeds meer jonge ouders zich bewust worden van de impact van *sharenting*, waardoor er al sneller gekozen wordt om foto's van hun kinderen onherkenbaar te delen om zo hun kinderen te beschermen tegen de nadelen.

***“Er heel veel mensen en die zijn er bovenop gesprongen “oh, ik ga dat ook doen voor mijn kind” en ge ziet die nu ook zo, als die iets posten over hun kind, die zijn onherkenbaar die kinderen.” (Vader, koppel 3)***

## 6 Discussie

In eerder onderzoek werd er enkel gekeken naar ouders, die aan *sharenting* doen en dus media-inhouden van hun kinderen delen op sociale media. Dit onderzoek belicht een andere manier van *sharenting*, namelijk *mindful sharenting*.

Alle ouders gaven aan dat de overgang naar ouderschap gepaard ging met enkele drastische aanpassingen in hun leven. Dit sluit aan bij het onderzoek van Bartholomew et al. (2012). Zij noemen het ouderschap namelijk één van de moeilijkste aanpassingsperiodes die een persoon in zijn leven meemaakt. Dankzij *sharenting* zijn jonge ouders in staat om *sociaal kapitaal* op te bouwen met leeftijdsgenoten die dezelfde levensfase doormaken, namelijk het ouderschap (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Het opbouwen van *sociaal kapitaal* is cruciaal om ouders te helpen omgaan met de uitdagingen die het ouderschap hen stelt (Bartholomew et al., 2012). Dit wordt bevestigd door enkele moeders uit het onderzoek. Zij vinden het *sharentinggedrag* van andere ouders leuk, om naar te kijken en genieten er zelfs van. De moeders gaven ook aan dat ze dankzij het *sharentinggedrag* van anderen steun en bevestiging haalden voor hun eigen manier van opvoeden. Dit kan worden afgeleid uit het sociale media gebruik van de moeders. Sinds ze ouder werden, zijn de moeders meer Facebookgroepen gaan volgen die specifiek gaan over het ouderschap. Hierbij gingen ze voornamelijk op zoek naar bevestiging en steun bij andere kersverse moeders. Een ander motief voor *sharenting*, dat zowel in het onderzoek werd aangehaald als in de literatuur, is voor *impression management*. Volgens een vader, gebruiken ouders hun kinderen via *sharenting* als accessoire, om een bepaald online beeld van zichzelf neer te zetten. Het beeld van goede en trotse ouder. De andere ouders ervaren dit als opscheppen met wat ze hebben, om zo vind-ik-leuks en reacties te krijgen als vorm van bevestiging. Deze uitspraak sluit aan bij de theorie van *impression management*. Hierbij wordt gesteld dat ouders in zekere mate controle hebben over het online beeld dat ze van zichzelf willen neerzetten (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Deze manier van *zelfpresentatie*, wordt ook wel *indirecte zelfrepresentatie* genoemd. Waarbij ouders hun kinderen gebruiken om vorm te geven aan hun eigen representatie. Naast het feit dat de ouders geen probleem hebben met het fenomeen *sharenting*, stellen ze zich toch enkele vragen. Zijn deze ouders zich wel genoeg bewust van de gevaren van *sharenting*? Zoals de consequenties i.v.m. de privacy van het kind, digitale veiligheidsrisico's zoals *digital kidnapping*, cyberpesten, pedofilie,... Deze nadelen werden in eerder studies al beschreven (Steinberg, 2016). Verder vormen ouders ook een online identiteit van hun kinderen zonder hun toestemming. Dit kan een negatieve impact hebben op de ontwikkeling van de persoonlijkheid van kinderen (Verswijvel et al., 2019). Hierdoor passen de ouders van dit onderzoek binnen de *oppositieele oriëntatie* (Damkjaer, 2018). Deze wordt gekenmerkt door een kritische en zelfreflectieve houding ten opzichte van *sharenting*. Deze houding kwam bij de deelnemers voort uit negatieve ervaringen, gebrek aan controle over de gedeelde inhoud, zorgen omtrent de privacyrechten van het kind en het kind de keuze te laten een eigen online identiteit te creëren.

In dit digitale tijdperk wordt *sharenting* gezien als de sociale norm. Hierdoor wordt de beslissing om kinderen onherkenbaar te delen op sociale media gezien als een afwijking van de standaard (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Siibak & Traks, 2019). Nieuwe ouders worden, zowel extern als intern, aangemoedigd om media-inhouden van hun kinderen online te delen (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Daardoor wordt deze beslissing niet lichtzinnig genomen. De acht koppels uit de interviews kozen er allemaal voor om aan *mindful sharenting* te doen. Dit is een manier van *sharenting*, waarbij ouders er bewust voor kiezen om strategieën toe te passen om zo de nadelen van *sharenting* te beperken, maar waardoor ze wel kunnen genieten van de voordelen die het hen biedt. *Mindful*

*sharenting* kan dus een antwoord vormen op het *privacy-openness paradox* (Chalklen & Anderson, 2017). Deze paradox bestaat eruit dat wanneer ouders informatie over hun kinderen delen op sociale media ze zo kunnen genieten van de voordelen van *sharenting*, maar ook privacyproblemen kunnen ervaren. *Mindful sharenting* laat ouders genieten van de voordelen, maar zorgt er tegelijkertijd voor dat de privacy van de kinderen niet in het gedrang komt. Toch worden ouders geconfronteerd met kritiek vanuit hun omgeving. Zoals “Ben je dan niet trots op je kind?” “Is er iets mis met je kinderen?” “Heb je misschien lelijke kindjes?” “Is dat misschien niet een beetje overdreven?”, Waardoor de ouders het gevoel kregen dat ze hun beslissing constant moeten verantwoorden. Ze proberen hierbij duidelijk uit te leggen waarom ze deze beslissing namen met hen attent te maken van de nadelen en gevaren van *sharenting*.

Bepaalde aanleidingen die er bij deze koppels voor zorgden dat deze beslissing tot stand kwam, waren negatieve ervaringen die ofwel door het koppel zelf ofwel door kennissen van het koppel werden ervaren. De ouders uit het onderzoek gaven aan dat ze eerder passieve sociale mediagebruikers zijn. Dit is buiten de twee moeders gerekend die actief sociale media gebruiken voor hun beroep. De ouders delen zeer weinig over zichzelf, maar toch delen ze sinds ze ouder werden enkel nog media-inhouden die betrekking hebben op de kinderen. Omdat ze zelf vinden dat hun kinderen het interessantste en belangrijkste deel zijn in hun leven. Door hun kritische houding ten opzichte van *sharenting*, kozen ze voor *mindful sharenting*.

In het onderzoek hebben we samen met de ouders besproken welke strategieën ze toepassen. Hierbij werd vooral de focus op de fotografische en ruimtelijke context gelegd i.p.v. op het kind zelf (Autenrieth, 2018). Zo werd het kind op een afstand gefotografeerd. Andere koppels posten enkel een lichaamsdeel van het kind, zoals een oor, een voet, een hand. Verder werd het kind ook vaak langs achter gefotografeerd, wanneer het wegkeek van de camera. En als laatste waren er ouders die de foto's van hun kinderen digitaal bewerkte, door het gebruik van emeticons, door het gezicht te blurren of herkenbare delen eraf te knippen (Tabel 2: Strategieën). De belangrijkste regel voor de ouders is, dat hun kind niet herkenbaar is op de foto's. Deze strategieën werden in de literatuur omschreven als *anti-sharende* foto's (Autenrieth, 2018). Ouders pasten ook nog andere privacybeschermende maatregelen toe, om de privacy van hun kind op sociale media te beschermen. Zo gebruikt het merendeel van de bevroegde ouders een privé WhatsApp groep om herkenbare foto's door te sturen met familieleden en dichte vrienden. Enkele andere ouders gebruiken een andere applicatie om foto's herkenbaar te delen waaronder Google Foto's, Family album of een privé Instagramaccount van het kind zelf. Deze manieren beschermen evengoed tegen de nadelen van *sharenting* (Autenrieth, 2018).

Als laatste gingen we opzoek naar de motieven die onze millennial ouders hadden, om bewust aan *mindful sharenting* te doen. De motieven die tijdens de gesprekken naarboven kwamen, waren ter bescherming van de privacy van het kind en zodat het kind later zelf kan kiezen welke media-inhouden er over hen op sociale media gedeeld wordt. Hierdoor geven ouders kinderen de kans om zelf een online identiteit te ontwikkelen (Adawiah & Rachmawati, 2021). Verder zijn ouders zich zeer bewust over het gebrek aan controle over het bereik van de foto's.

## 7 Conclusie

De term *sharenting* die een combinatie is van “*sharing*” en “*parenting*” wordt steeds controversiëler. De nadelen en de gevaren die het met zich meebrengt worden steeds duidelijker, ook bij jonge ouders. Hierdoor kiezen de ouders uit deze studie ervoor om aan *mindful sharenting* te doen. Deze studie omschrijft *mindful sharenting* als het delen van digitale media-inhouden over kinderen, door de ouders, geïnspireerd door specifieke doelen en waarden die leiden tot *sharenting* beslissingen. Hierbij zijn ze als ouders bewust zijn van hun motieven om aan *sharenting* te doen en van de impact die *sharenting* kan hebben voor het kind en henzelf. Zo houden ze ook rekening met de emoties en mening van het kind zelf om zo tot een beslissing omtrent *sharenting* te komen. De aanleidingen die tot deze beslissing leiden waren eerdere negatieve ervaringen omtrent *sharenting* die door de ouders zelf of kennissen werden ervaren. De motieven die ouders hebben om aan *mindful sharenting* te doen waren, ter bescherming van de privacy van het kind, het kind zelf de keuze kunnen laten welke media-inhouden er over hen gedeeld worden op sociale media en ze zijn zich ook bewust dat er een gebrek aan controle is over het bereik van de foto's die geplaatst worden.

Naast de negatieve aspecten heeft *sharenting* ook positieve aspecten. Zo stelt het nieuwe ouders in staat om *sociaal kapitaal* op te bouwen, dat hen helpt bij de uitdagingen die ouderschap hen stelt. *Sharenting* zorgt ook voor de steun en bevestiging die nieuwe ouders zoeken. Hierdoor geeft het voor de ouders uit deze studie een meerwaarde om foto's van hun kinderen te kunnen delen op sociale media, maar dan wel onherkenbaar. Bij *mindful sharenting* passen ouders strategieën toe om de privacy van hun kind te waarborgen, maar toch te genieten van de voordelen die *sharenting* hen biedt. Deze strategieën zijn: het kind van op een afstand fotograferen, wanneer het wegstapt van de camera, enkel een lichaamsdeel, gezicht bedekken met een emoticon/emoji, het gezicht blurren of herkenbare delen van de foto knippen. De belangrijkste regel voor de ouders is dat het kind niet herkenbaar is op de foto's.

Nieuwe ouders worden, zowel intern als extern, aangemoedigd om media-inhouden van hun kinderen te delen op sociale media. *Sharenting* wordt hierdoor aanzien als de sociale norm, de dag van vandaag. Hierdoor wijkt *mindful sharenting* dus af van de standaard en worden deze ouders geconfronteerd met kritiek vanuit hun omgeving. Dit geeft ouders het gevoel dat ze hun beslissing voortdurend moeten verantwoorden.



## 8 Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek

Vanwege het kwalitatieve karakter en de tijdsdruk werd een beperkt aantal deelnemers geïnterviewd. De deelnemers bevonden zich allemaal tegen of in de dertig jaar. Hierdoor kon er niet nagegaan worden ofdat de manier om aan *mindful sharenting* te doen verschilt van generatie tot generatie. In vervolgonderzoek zouden die verschillen kunnen worden nagegaan. Uit de resultaten van dit onderzoek kwam naar boven dat ouders die voor *mindful sharenting* kiezen nog steeds veel kritiek krijgen. In toekomstig onderzoek kan er via een longitudinaal onderzoek onderzocht worden hoe de manier van *sharenting* evolueert afhankelijk van de kritiek die ouders krijgen. Verder waren de deelnemers van deze studie, buiten twee vaders, van Belgische origine. Het zou dus interessant zijn om in de toekomst verder te onderzoeken of religie of cultuur een invloed heeft op het *sharentinggedrag* van ouders. De opvoedingsstijl *mild ouderschap* kwam enkele keren ter sprake tijdens de interviews. Het kan ook interessant zijn om met vervolgonderzoek hier dieper op in te gaan en te bekijken hoe dit verweven is met het *sharentinggedrag* van ouders.

## 9 Bibliografie

- Adawiah, L. R., & Rachmawati, Y. (2021). Parenting Program to Protect Children's Privacy: The Phenomenon of Sharenting Children on social media. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 15(1), 162-180.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C., & Schoenebeck, S. (2015). *Managing children's online identities: How parents decide what to disclose about their children online*. Paper presented at the Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems.
- Autenrieth, U. (2018). Family photography in a networked age: Anti-sharenting as a reaction to risk assessment and behaviour adaption.
- Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Kamp Dush, C. M., & Sullivan, J. M. (2012). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family relations*, 61(3), 455-469.
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the Internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook.
- Brosch, A. (2018). Sharenting : Why Do Parents Violate Their Children's Privacy? *The New Educational Review*, 54(4), 75-85. doi:10.15804/tner.2018.54.4.06
- Chalklen, C., & Anderson, H. (2017). Mothering on Facebook: Exploring the privacy/openness paradox. *Social Media+ Society*, 3(2), 2056305117707187.
- Cino, D., & Dalledonne Vandini, C. (2020). " Why Does a Teacher Feel the Need to Post My Kid?": Parents and Teachers Constructing Morally Acceptable Boundaries of Children's Social Media Presence. *International Journal of Communication (19328036)*, 14.
- Collett, J. L. (2005). What kind of mother am I? Impression management and the social construction of motherhood. *Symbolic Interaction*, 28(3), 327-347.
- Dale, V. (2022). Betekenis 'anti'. Retrieved from <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/anti#.Ym5RsS2QnoA>
- Damkjaer, M. S. (2018). Sharenting= good parenting?: Four parental approaches to sharenting on Facebook.
- Davidson-Wall, N. (2018). *Mum, seriously!": Sharenting the new social trend with no opt-out*. Paper presented at the Debating Communities and Social Networks 2018 OUA Conference. Recuperado de <http://networkconference.netstudies.org/2018OUA/wp-content/uploads/2018/04/Sharenting-the-new-social-trend-with-no-opt-out.pdf>.
- Geurtzen, N., Scholte, R. H., Engels, R. C., Tak, Y. R., & van Zundert, R. M. (2015). Association between mindful parenting and adolescents' internalizing problems: non-judgmental acceptance of parenting as core element. *Journal of Child and Family Studies*, 24(4), 1117-1128.
- Goffman, E. (1978). *The presentation of self in everyday life* (Vol. 21): Harmondsworth London.

- Holiday, S., Norman, M. S., & Densley, R. L. (2020). Sharenting and the extended self: self-representation in parents' Instagram presentations of their children. *Popular Communication*, 1-15.
- Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of advanced nursing*, 72(12), 2954-2965.
- Kumar, P., & Schoenebeck, S. (2015). *The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook*. Paper presented at the Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing.
- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F., & Putranta, H. (2020). Elaborating motive and psychological impact of sharenting in millennial parents. *Universal Journal of Educational Research*, 8(10).
- Leaver, T. (2017). Intimate surveillance: Normalizing parental monitoring and mediation of infants online. *Social Media+ Society*, 3(2), 2056305117707192.
- Levy, E. (2017). Parenting in the digital age: How are we doing. *Report, London: Parent Zone: Making the Internet work for Families*.
- Maltz Bovy, P. (2013). The ethical implications of parents writing about their kids. *The Atlantic*.
- Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N. H., & Cok, F. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: Sharenting. *The Anthropologist*, 24(2), 399-406.
- Mortelmans, D. (2018). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven Acco.
- Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327.
- Overheidsdiensten, B. F. (2020). Vaderschapsverlof en meeouderschapsverlof. Retrieved from [https://www.belgium.be/nl/werk/loopbaanbeheer/verlof\\_en\\_loopbaanonderbrekingen/vaderschapsverlof](https://www.belgium.be/nl/werk/loopbaanbeheer/verlof_en_loopbaanonderbrekingen/vaderschapsverlof)
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*: Suny Press.
- Picone, I. (2015). Impression management in social media. *The international encyclopedia of digital communication and society*, 469-476.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*: Simon and schuster.
- Putri, N. R., Harkan, A. A., Khairunnisa, A. A., Nurintan, F., & Ahdiyati, M. A. (2021). *Construction of "Sharenting" Reality for Mothers Who Shares Children's Photos and Videos on Instagram*. Paper presented at the Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities Universitas Indonesia Conference (APRISH 2019).
- Ranzini, G., Newlands, G., & Lutz, C. (2020). Sharenting, Peer Influence, and Privacy Concerns: A Study on the Instagram-Sharing Behaviors of Parents in the United Kingdom. *Social Media+ Society*, 6(4), 2056305120978376.
- Shorey, S., & Ng, E. D. (2021). The efficacy of mindful parenting interventions: A systematic review and meta-analysis. *International Journal of Nursing Studies*, 121, 103996.

- Siibak, A., & Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(1), 115-121.
- Steinberg, S. B. (2016). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory LJ*, 66, 839.
- Steuber, K. R., & McLaren, R. M. (2015). Privacy recalibration in personal relationships: Rule usage before and after an incident of privacy turbulence. *Communication Quarterly*, 63(3), 345-364.
- Tifentale, A., & Manovich, L. (2018). Competitive Photography and the Presentation of the Self. In *Exploring the Selfie* (pp. 167-187): Springer.
- Vandendriessche Karel, E. S., Ann Matheve, Annabel Georges & Lieven De Marez. (2020). *imec. digimeter 2020*. Retrieved from <https://www.imec.be/sites/default/files/inline-files/DIGIMETER2020.pdf>
- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*, 104, 104401.
- Wagner, A., & Gasche, L. A. (2018). Sharenting: Making decisions about other's privacy on social networking sites. *Publications of Darmstadt Technical University, Institute for Business Studies (BWL)*, 90477.
- Walrave, M., Verswijvel, K., Ouvrein, G., Staes, L., Hallam, L., & Hardies, K. (2022). *The limits of sharenting: exploring parents' and adolescents' sharenting boundaries through the lens of communication privacy management theory*. Paper presented at the Frontiers in Education.

## 10 Bijlagen

De bijlage omvat verschillende documenten die doorheen het onderzoeksproces gebruikt werden. De documenten werden digitaal aan de promotor bezogd.

1) Aanvraagformulier Ethisch Advies Ethische Adviescommissie Sociale & Humane Wetenschappen (Zie 10.1)

2) Informatieposter

*Deze werd gemaakt en gebruikt om jonge ouders te zoeken te zoeken en tegelijk te informeren over het onderzoek. De informatieposter werd gepost in de Facebookgroepen, als doorgestuurd naar ouders die in aanmerking kwamen. In bijlage van deze masterproef wordt de informatieposter ook toegevoegd. (Zie 10.2)*

3) Vragenlijst van de interviews

*De semi-gestructureerde vragenlijst werd ook in bijlage aan deze masterproef toegevoegd. (Zie 10.3)*

4) Verklaring op eer (ingevuld door de student) (Zie 10.4)

5) Inlichtings- en toestemmingsformulier

*Het inlichtings- en toestemmingsformulier werd in bijlage aan deze masterproef toegevoegd. (Zie 10.5)*

6) Toestemmingsformulieren deelnemers (informed consents)

7) Transcripten van de interviews

## 10.1 Bijlage 1: Aanvraagformulier Ethisch Advies Ethische Adviescommissie Sociale & Humane



### Universiteit Antwerpen Aanvraagformulier Ethisch Advies Ethische Adviescommissie Sociale & Humane Wetenschappen

Verzoek tot advies gericht aan de Ethische Adviescommissie Sociale en Humane Wetenschappen over een voorstel tot onderzoek waaraan menselijke proefpersonen deelnemen met mogelijke ethische risico's. Op [Pintra](#) vind je een uitgebreide [leidraad](#) met alle nodige informatie over ethische vraagstukken. Gebruik deze leidraad om uw aanvraag correct in te vullen.

Dit aanvraagformulier is bestemd voor nieuwe onderzoeksprojecten. Als je advies aanvraagt voor een project waar al eerder een positief ethisch advies voor werd verleend, vul dan het beknoptere '[Formulier bij het wijzigen van de studie](#)' in.

Stuur je aanvraag voor ethisch advies naar de ethische adviescommissie via [eashw@uantwerpen.be](mailto:eashw@uantwerpen.be).

#### PROJECTGEGEVENS

**Peoplesoft project-id (Antigoon):**

#### VERKLARING OP EER

Ik bevestig dat ik de informatie in dit document in eer en geweten (mede) invul en ik neem hiervoor de volledige verantwoordelijkheid.

Ik begrijp dat ik verantwoordelijk ben om het onderzoek te allen tijde te monitoren, om onverwachte omstandigheden aan te geven, en om het onderzoek indien nodig stop te zetten.

Ik ben mij bewust van mijn verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn van de belangrijkste juridische richtlijnen inzake de bescherming van persoonlijke data en deze ook na te leven.

Ik begrijp dat ik het onderzoek niet kan starten vooraleer mijn projectvoorstel een (voorlopig) positief ethisch advies heeft ontvangen.

Datum: .....

**Promotor** (naam + handtekening)

M. Walrave (Formele promotor van het onderzoek,  
naam + handtekening)

## A. Algemene inlichtingen over het projectvoorstel

Titel: To share or not to share?

Verwachte startdatum:<sup>1</sup> oktober 2021

Verwachte einddatum: mei 2022

**Uitvoerende onderzoekers** Sofie Robbé

**Promotoren** Prof. dr. M. Walrave (<https://www.uantwerpen.be/nl/personeel/michel-walrave/>)

**Woordvoerder** NVT

### TYPEN ONDERZOEK

Gaat het onderzoek om **Grensoverschrijdend Onderzoek** in verschillende landen.

JA - **NEEN** - NVT

Zo ja, welke zijn de andere internationale medewerkende onderzoeksgroepen: **NVT**

Gaat het om een **nationale multicentrische** studie waarbij meerdere onderzoekscentra/onderzoeksgroepen betrokken zijn?

JA - **NEEN** - NVT

Zo ja, welke zijn de andere medewerkende onderzoeksgroepen (inclusief deze aan andere instellingen): **NVT**

Gaat het onderzoek om **hergebruik van reeds bestaande** data verzameld door uzelf of iemand anders? Gelieve ook de duiden of de toestemming werd bekomen van de participanten voor hergebruik, alsook de bron van de gegevens aan te geven. JA - **NEEN** - NVT

### FINANCIERINGSBRONNEN

Hoe zal de studie gefinancierd worden? Specificeer ook het financieringsprogramma (bvb. BOF-DOCPRO, EU-ERC, FWO-postdoc, FWO-SB beurs...) en het jaartal<sup>2</sup>

**Voor dit onderzoek is er geen financieringsprogramma nodig noch wordt er één gebruikt.**

<sup>1</sup> Het gaat hier om de startdatum van het specifieke deel van het onderzoek waarvoor een ethisch advies vereist is.

<sup>2</sup> Indien dit advies van toepassing is op meerdere financieringsbronnen, dient bovenstaande informatie voor elk van deze bronnen vermeld te worden.

## B. Documenten ter beoordeling van iedere studie

*- Gelieve de bijlagen te voorzien van de juiste titel en documentnummer zoals hieronder weergegeven –*

Verplichte bijlagen voor elke aanvraag:	Aanwezig
Document 1: Methodologie van de studie (mag in het Nederlands of het Engels)	X
Document 2: Inlichtingenblad voor de deelnemers (of motivering waarom geen inlichtingen van toepassing zijn, bijvoorbeeld bij hergebruik van data)	X
Document 3: Toestemmingsformulier voor de deelnemers (of motivering waarom geen toestemming van toepassing is, bijvoorbeeld bij hergebruik van data)	X
Facultatieve bijlage:	
Document 4: Een lijst van ethische commissies waaraan het onderzoek is of zal worden voorgelegd	<input type="checkbox"/>



## C. RISICOANALYSE:

Om deze risicoanalyse zo correct mogelijk te kunnen invullen raden we aan deel 1 van de [leidraad](#) te lezen.

	Ja	Nee	Opmerkingen:
1. <b>Verzamelt u <u>persoonsgegevens</u>?</b> ⇒ Zo ja, op welke rechtsgrond (bv. algemeen belang, toestemming)?	x		De deelnemers worden vooraf gevraagd om een geïnformeerde toestemming te ondertekenen, hierin wordt duidelijk gemaakt dat de verwerking van de data volledig anoniem gebeurt door gebruik te maken van onder andere een schuilnaam.
2. Als <b><u>deelnemers vergoed worden</u></b> voor deelname, verzamelt u hiervoor dan persoonsgegevens? (Naam, adres, telefoonnummer, e-mailadres, of enige andere vorm van persoonsgegevens om de persoon te bereiken)		x	
3. Bestaat de beoogde populatie (ook) uit <b><u>minderjarigen</u></b> ? Vermeldt onder 'opmerkingen' de specifieke leeftijdscategorie.		x	
4. Bestaat de beoogde populatie (ook) uit <b><u>kwetsbare groepen en personen</u></b> ?		x	
5. Handelen vragen uit de studie over <b><u>gevoelige onderwerpen</u></b> ?		x	De studie bevat geen gevoelige vragen, het is wel mogelijk dat de deelnemers tijdens het interview gevoelige thema's aanhalen maar dit is niet de intentie van de studie.
6. Houdt het onderzoek het maken van <b>foto/audio/video opnames</b> in?	x		De interviews zullen opgenomen a.d.h.v. een audio opname, dat gebruikt wordt voor het transcriberen van de interviews. Na het transcriberen worden de opnames onmiddellijk verwijderd.
7. Vereist het onderzoek het uitvoeren van langdurige of <b><u>herhaalde testen</u></b> op verschillende tijdstippen waarbij <b><u>persoonsgegevens</u></b> nodig zijn voor het <b>koppelen van de data</b> ?		x	
8. Bestaat het risico dat de deelnemers tijdens het onderzoek zullen worden blootgesteld aan <b>fysieke of psychische nadelen</b> (stress, angst, vernedering, gebruik van experimentele methodes als hypnose?)		x	
9. <b>Misleid</b> je de deelnemers bij de start van de studie (omdat je het exacte doel van de studie niet van bij de start kan vermelden).		x	
10. Zal u (nu of later) data delen met partners uit andere landen (i.e. doet u aan <b><u>grensoverschrijdend onderzoek</u></b> )?		x	
11. Zouden er zich tijdens het onderzoek ethische risico's kunnen voordoen die hierboven nog niet werden vermeld?		x	

---

Als je op één of meerdere van deze vragen **Ja** antwoordde, **vul dan ook onderdeel D in**.

Als je alle vragen met **Nee** beantwoordde heb je de aanvraag voltooid. Controleer nog even of je de verklaring op eer op pagina 1 volledig hebt ingevuld.

## D. SPECIFIEKE INLICHTINGEN OVER HET PROJECTVOORSTEL

Voor dit onderdeel adviseren we deel 2 van de [leidraad](#) te lezen.

### DEELNEMERS

1. Wie zijn de deelnemers (aantal, geslacht, leeftijd,...)? Op basis van welke criteria worden ze geselecteerd? Als de doelgroep uit **minderjarige** en/of **kwetsbare groepen en/of personen** bestaat, vermeld de nodige details.

**De deelnemers van de studie zijn Vlaamse millennial ouders met jongeren kinderen (0-4 jaar). Dit zijn ouders geboren tusse 1980 en 2000. Deze ouders moeten er ook bewust voor kiezen om niet aan sharenting te doen.**

2. Worden de deelnemers vergoed? Zo ja, hoeveel en wat houdt deze vergoeding juist in?

**De deelnemers zullen niet vergoed worden.**

3. Wat zijn de mogelijke risico's voor de deelnemers?

**Er zijn geen risico's verbonden aan de studie.**

### PERSOONSgegevens & ANDERE DATA: VERZAMELEN, OPSLAAN & VERWERKEN

4. Op welke wijze worden **persoonsgegevens en/of andere data** van de deelnemers verzameld en verwerkt? (bijvoorbeeld door foto/audio/video-opnames). Gelieve dit aan te geven vanaf het rekruteren tot afloop van de studie, stap voor stap. Structureer uw antwoord aub; geef helder en logisch weer waar in het verzamelings- en verwerkingsproces persoonsgegevens aan bod komen. Wie zal hierbij als verwerkingsverantwoordelijke optreden?

**Tijdens de interviews zal er gebruikt gemaakt worden van een geluidsopname mits toestemming van de geïnterviewde. Na elk interview worden deze opnames gebruikt voor het transcriberen van de het interview. Wanneer het transcriberen voltooid is zullen deze opnames onmiddellijk verwijderd worden.**

5. Zullen data **gepseudonimiseerd** worden tijdens de studie? Hoe zal u dit doen? En wanneer zal u dit doen? Geef dit opnieuw duidelijk en stap voor stap weer.

**Alle deelnemers krijgen een schuilnaam tijdens het transcriberen, coderen, analyseren en bediscussiëren van de antwoorden.**

6. Wie zal **data verzamelen**? Heeft (hebben) deze onderzoeker(s) reeds ervaring met de geplande methoden? (Indien niet gelieve te duiden hoe dit zal worden opgevangen). Kennen deze onderzoekers de EASHW richtlijnen? (Hebben ze de leidraad doorgenomen of zullen ze dat doen?)

De data zullen verzameld worden door de onderzoeker Sofie Robbé (masterstudent). Zij heeft al eerdere ervaring met afnemen van interviews door het vak Kwalitatieve Onderzoeksmethode. Zij nam ook de leidraad met de EASHW richtlijnen door.

7. Wie zal data verwerken? Heeft (hebben) deze onderzoeker(s) reeds ervaring met de geplande methoden? (Indien niet gelieve te duiden hoe dit zal worden opgevangen).

**Het verwerken van de data zal ook gebeuren door de onderzoeker van de studie, Sofie Robbé (masterstudent). Dit zal gebeuren a.d.h.v. het programma NVivo, waarvan de onderzoeker alreeds gebruik maakte tijdens het vak Kwalitatieve Onderzoeksmethode.**

8. Voor niet-anonieme studies: Zullen alle medewerkers die data verzamelen en/of verwerken een vertrouwelijkheidsverklaring ondertekenen (U moet een template hiervoor in bijlage steken)?

NVT

#### INFORMATIE, TOESTEMMING EN RECHT OP STOPZETTEN DEELNAME

9. Wordt de toestemming van de deelnemers bekomen na een heldere en objectieve uiteenzetting van het doel en de risico's van het onderzoek? Indien dit niet het geval is, wat is dan de reden waarom deelnemers niet op de hoogte worden gesteld? Voeg het inlichtingenblad voor deelnemers toe.

**De deelnemers worde, voor het interview op de hoogte gebracht van het onderwerp van het onderzoek. Ze zullen een geïnformeerde toestemming moeten ondertekenen. Waarin ze aan geven dat ze de informatie hebben gelezen en vrijwillig hebben gekozen om deel te nemen aan het onderzoek.**

10. Maakt het onderzoek aanvankelijk gebruik van misleiding om de onderzoeksdoelstellingen te behalen? Op welke manier worden de deelnemers nadien geïnformeerd over deze misleiding? Gelieve het debriefingformulier bij te voegen bij deze aanvraag.

NVT

11. Op welke manier zal er expliciete toestemming worden bekomen van de deelnemers? Indien er geen toestemming kan worden bekomen, gelieve dit te beargumenteren en aan te geven hoe dit probleem zal worden opgevangen. Voeg het toestemmingsformulier, of een beschrijving van hoe u expliciete toestemming zal bekomen toe.

**De toestemming van de deelnemers zal gevraagd worden via een geïnformeerde toestemming. Hierin wordt het doel van het onderzoek duidelijk uitgelegd en meegeven dat de deelnemers op elk moment de studie kunnen stopzetten.**

12. In geval van onderzoek bij kinderen, wordt de toestemming aan de wettelijke vertegenwoordigers gevraagd? Voeg het toestemmingsformulier voor de ouder/voogd of een beschrijving van hoe u expliciete toestemming van de ouder/voogd zal bekomen toe.

NVT

13. Indien er wegens hoogdringendheid geen schriftelijke toestemming kan bekomen worden, wordt zodra mogelijk de toestemming gevraagd aan de deelnemer of wettelijke vertegenwoordiger?

**NVT**

14. Worden de deelnemers gewezen op het recht de deelname aan de studie op elk moment te onderbreken?

**Bij de start van het interview en via de geïnformeerde toestemming worden deelnemers erop gewezen dat ze het interview op elk moment kunnen stopzetten.**

## BEWAREN VAN DATA & BEHEER ACHTERAF

Beantwoord deze vragen voor elk type data van uw onderzoek (ruwe data, verwerkte data, gepseudonimiseerde data)

15. Op welke manier zullen de data tijdens het verloop van de studie worden bewaard?

**De data worden bewaard op NVivo.**

16. Op welke manier en voor hoelang zal u de data na het vervolledigen van het onderzoek archiveren?

**Na het onderzoek zal de data onmiddellijk vernietigd worden.**

17. Kunnen/zullen diverse data van uw onderzoek voor andere doeleinden gebruikt worden dan die van het beschreven onderzoeksproject (bv. hergebruik van data)? Zo ja: worden deelnemers op de hoogte gebracht van het feit dat de door hen aangeleverde data mogelijks zullen worden hergebruikt na afloop van de studie?

**De verkregen data zullen enkel voor dit onderzoek gebruik worden en niet voor andere doeleinden.**

18. Met wie zal u de data na afloop van de studie mogelijk delen? Denk hierbij aan het (her)gebruik van de data door collega onderzoekers. Als dit buitenlandse collega's zijn (i.e. grensoverschrijdend onderzoek): leg dan uit hoe u welke data zal delen. En zullen deelnemers hiervan op de hoogte gebracht worden bij aanvang van de studie?

**NVT**

## INZAGERECHT & INFORMATIE OVER ONDERZOEKSRISULTATEN

19. Rekening houdende met de gekozen rechtsgrond voor de verwerking van de persoonsgegevens: Worden de deelnemers op de hoogte gebracht van het feit dat zij (i) inzage hebben in de over hen verzamelde persoonsgegevens en (Siibak & Traks) deze eventueel kunnen laten aanpassen?

**Hun persoonsgegevens worden volledig geanonimiseerd doormiddel van het gebruiken van een schuilnaam. De gegevens zullen niet gelinkt kunnen worden met de deelnemers. Bij vragen na de afloop van het interview kunnen de deelnemers de onderzoeker controleren.**

20. Zullen de deelnemers na afloop van het onderzoek worden geïnformeerd over de resultaten van het onderzoek. Zo ja, op welke manier? Zo nee, waarom niet?

De deelnemers zullen niet rechtstreeks op de hoogte gebracht worden omtrent de resultaten, maar met vragen kunnen ze altijd terecht bij de onderzoeker Sofie Robbé (masterstudent).

## E. AANVULLENDE DOCUMENTEN TER BEOORDELING VAN DE STUDIE NA INVULLEN LUIK D

- Gelieve de bijlagen te voorzien van de juiste titel en documentnummer zoals hieronder weergegeven -

Verplichte bijlagen als u luik D invulde	Aanwezig
Document 5: Alle informatie die zal worden gebruikt bij het contacteren van de deelnemers	X
Document 6: Alle reeds beschikbare dagboeken of vragenlijsten die aan de deelnemers worden voorgelegd	X

Facultatieve bijlagen als u luik D invulde (verplicht toe te voegen indien van toepassing)	Aanwezig
Document 7: Inlichtingenblad voor de ouder/voogd	<input type="checkbox"/>
Document 8: Toestemmingsformulier voor de ouder/voogd	<input type="checkbox"/>
Document 10: Debriefing formulier (in geval van aanvankelijke misleiding)	<input type="checkbox"/>
Document 11: Voorbeeld van de vertrouwelijkheidsverklaring voor alle medewerkers bij niet-anoniem onderzoek (nog niet ondertekend; enkel document dat gebruikt zal worden toevoegen)	<input type="checkbox"/>
Document 12: Contracten gesloten tussen onderzoekers en sponsors	<input type="checkbox"/>

## 10.2 Bijlage 2: Informatieposter voor de deelnemers



The poster is designed to look like a social media post. It features a light blue background with a white central area. At the top, there is a dark grey header bar with three white dots. Below this, a white hand cursor icon points towards the title. The title 'TO SHARE OR NOT TO SHARE?' is written in large, white, outlined, all-caps letters. To the right of the title is a thumbs-up icon. The main text is in a typewriter-style font. It asks if participants are new parents, if their child is between 0-6 years old, and if they are aware of sharing media content on social media. It then asks if they are open to participating in research. A large black arrow points to the text 'Dan heb ik jullie nodig!'. To the right of this text is an illustration of a man and a woman holding a baby. A white hand cursor icon points to the bottom right corner of the illustration. At the bottom left is a red square with a white 'U' logo. To its right is the email address 'sofie.robbe@student.uantwerpen.be'.

**TO SHARE OR NOT TO SHARE?**

**Net ouders geworden ?**  
Beiden geboren tussen 1980-2000

**De kleine spruit is tussen 0-6 jaar oud ?**

**Er bewust voor gekozen om media-inhouden van jullie kind(eren) op een beperkte manier te delen op sociale media?**

**Openstaan om mee te werken aan een wetenschappelijk onderzoek?**

**→ Dan heb ik jullie nodig!**





**sofie.robbe@student.uantwerpen.be**

## 10.3 Bijlage 3: Vragenlijst

- **[INLEIDING]**
- Goede (morgen, middag, avond)
- Zo, om te starten zou ik mij graag even voorstellen. Ik ben Sofie Robbé, 23 jaar en masterstudente Strategische Communicatie aan de Universiteit Antwerpen. In kader van mijn masterproef aan de Universiteit Antwerpen voer ik onderzoek naar de **motieven** van jonge ouders die er bewust voor kiezen om media-inhouden van hun kinderen onherkenbaar te delen. Door dit onderzoek zou ik graag te weten komen wat de **onderliggende motieven** zijn van jonge ouders om hiervoor te kiezen.
- 
- Om te starten zal ik eerst meer uitleg geven over hoe het interview in zijn werk gaat. Het interview zal ongeveer een uurtje duren. Bovendien heb ik enkele vragen voorbereid maar jullie mogen zeker zelf ook extra vragen stellen.
- 
- Nu dat jullie op de hoogte zijn over het doel van dit onderzoek en hoe het interview zal verlopen, ben ik verplicht nog enkele zaken mee te geven vooraleer we echt van start kunnen gaan. Ten eerste, zal het er van dit interview een **audio-opname** gemaakt worden. Deze opname zal enkel gebruikt worden om het interview naderhand uit te typen en verder te verwerken. Deze opname zal na afloop van het onderzoek direct verwijderd worden. Bovendien zullen jullie naam nooit expliciet vermeld worden en zal ik tijdens de verwerking gebruik maken van **schuilnamen**. Ten tweede geef ik graag mee dat er **geen juiste of foute antwoorden** zijn en jullie kunnen gerust in alle vertrouwen persoonlijke zaken vertellen, als jullie dat wensen. Verder mogen jullie in het interview ook altijd aangeven wanneer jullie het interview willen **pauzeren of beëindigen**. Zo, nu dat we alle zaken overlopen hebben, ga ik om te beginnen jullie enkele vragen stellen om jullie **deelname** aan het interview **mondeling te bevestigen**.

Zijn jullie bereid om aan dit onderzoek deel te nemen?  
Gaan jullie akkoord met het feit dat er een geluidsopname wordt gemaakt van dit interview?  
Zijn jullie er zich van bewust dat jullie op elk moment het interview mogen stoppen en alles volledig anoniem verloopt?

Zijn jullie hiermee akkoord?

### **[OPENING GESPREK]**

Om te starten zou ik jullie vragen om jullie als gezin voor te stellen?

- Job? Studies?
- Hoe lang al samen?
- Kinderen? Leeftijd?

### **[OUDERSCHAP]**

Als eerste puntje zou ik graag even stilstaan bij jullie rol als ouder en hoe de overgang naar het ouderschap verlopen is voor jullie. Het is geweten dat de overgang naar het ouderschap één van de grootste verandering is die mensen kunnen meemaken. Vanaf het moment dat er een kindje is ben je namelijk niet meer enkel verantwoordelijk voor jezelf maar is nog iemand om rekening mee te houden. Kunnen jullie mij vertellen hoe jullie de overgang naar het ouderschap hebben ervaren?

- Wat zijn de grootste aanpassingen? Zowel positief als negatief?
- Hoe ervaren jullie de rol als ouder?
- Hebben jullie het gevoel dat jullie als ouder aan bepaalde maatschappelijke verwachtingen moet voldoen? Zaken die de maatschappij van jullie verwacht al ouder?
- Voldoen aan verwachtingen van jullie familie en vrienden?
- Wat waren de grootste aanpassingen die jullie hebben moet doorvoeren, toen jullie ouder weren? Zowel positief als negatief?
- Op gebied van sociale contacten?
- Op gebied van vrijetijdsbestedingen
- Van wie ontvingen jullie tijdens deze overgang het meeste steunen of bij wie zoek je de meeste steun?
- Wanneer je ouder wordt, ontstaat er een spanning tussen jouw rol als ouder en jij al individu. Ervaren jullie deze spanning? Wat zijn de grootste verschillen tussen jullie als ouder en jullie als individu?
- Hoe ervaren jullie de rol als ouder?
- In welke mate zijn jullie ouders of andere volwassenen een rolmodel geweest? Waaruit jullie inspiratie hebben gehaald voor jullie ouderschap?
- Hoe willen jullie als ouder overkomen naar de buitenwereld toe? Welke indruk willen jullie geven?
- Welke waarden vinden jullie belangrijk? En nemen jullie mee in jullie opvoeding?
  - o Welke visie hebben jullie?

## [SOCIAL MEDIA GEBRUIK]

Eén van de zaken die dit onderzoek ook belicht is sociale mediagebruik. Hierdoor zou ik jullie graag willen vragen om jullie sociale mediagebruik te omschrijven voor dat jullie ouders werden?

- Hoeveel tijd brachten jullie hierop door?
- Welke apps gebruikten jullie vooral? Waarom deze apps?
- Waarvoor gebruikten jullie voornamelijk sociale media?
- Wat delen jullie over jezelf op sociale media?
- Wat is in het algemeen jullie mening over sociale media?
- Vinden jullie het belangrijk om actief te zijn op sociale media? Zo ja, waarom?

Oké, dus als ik het goed begrepen heb (kleine samenvatting van antwoorden op bovenstaande vragen) Is er sinds jullie ouders geworden zijn, iets veranderd aan jullie sociale mediagebruik?

- Wat is de rol van sociale media (en eventueel andere apps/websites) geweest in jullie overgang naar het ouderschap?
  - o Hebben jullie bepaalde websites, facebookgroepen of andere online communities geraadpleegd/ lid van geworden om tips, advies te krijgen om info/ervaringen uit te wisselen etc.?
- Is jullie gebruik toegenomen of afgenomen?
- Is het gebruik van bepaalde apps veranderd?
- Is de media-inhoud die jullie daarvoor deelde op sociale media veranderd?
- Is jullie mening over sociale media aangepast?



## [SHARENTING]

Zoals jullie weten gaat mijn masterproef over *Sharenting* en meer specifiek over ouders die ervoor kiezen om strategieën toe te passen om de nadelen van *Sharenting* te beperken. Voor de duidelijkheid, *Sharenting* is een term die een combinatie is van *sharen* (delen) en *Parenting* (ouderschap). Dus ouders die statusupdates, video's en foto's van hun kind(eren) op sociale media delen. Mijn vraag naar jullie is wat jullie mening is over ouders die aan *Sharenting* doen?

- Wat is jullie mening over ouders die wel aan *Sharenting* doen?
- Wat zijn volgens jullie de voornaamste motieven van ouders om wel aan *Sharenting* te doen? Waarom?
- ⇒ **Respondenten eerst spontaan laten antwoorden!**
- ⇒ **Eventuele aanleidingen, thema's aanhalen en vragen of dit een rol speelden, waarom wel/waarom niet?**
- Negatieve ervaringen met *Sharenting* of met sociale media in het algemeen?
- Om de privacy van het kind(eren) te beschermen?
- Digitale veiligheidsrisico's die aanwezig zijn op het internet? (bv. persoonlijke informatie van kinderen die gebruikt kan worden door mensen met slechte bedoelingen?)
- Geen online identiteit creëren van het kind zonder toestemming?
- Door observatie van andere koppels? Binnen de vriendenkring? Bij familie?
- Hebben bepaalde personen een invloed gehad op de beslissing? Hebben personen een invloed gehad op wat jullie wel en niet delen op sociale media?
- Welke personen?
- Door de job?
  
- Wanneer hebben jullie de beslissing genomen om de identiteit van jullie kind te beschermen op sociale media? Hoe is deze beslissing gevallen?
  
- Voor de geboorte? Of pas na enkele maanden?
  - Hebben jullie van in het begin de identiteit van jullie kind beschermd om sociale media of hebben jullie eerst aan *Sharenting* gedaan zonder beperking (zonder de identiteit te beschermen)
- Hebben jullie samen deze beslissing genomen?
  - Zaten jullie meteen op dezelfde golflengte? Nam iemand het voortouw in de beslissing?
  - Heeft deze beslissing voor enkele discussies gezorgd?
- Wat was de reactie van de omgeving op deze beslissing? Familie, dichte vrienden?
  - Hebben jullie regels afgesproken met grootouders en andere familieleden omtrent het posten van media-inhoud van het kind op sociale media → wat wel en niet te delen op sociale media?
    - Wat waren de reacties hierop?
  - Zijn er personen die deze regels niet gerespecteerd hebben in het verleden?
  - Welke stappen hebben jullie dan ondernomen?

- Waarom kozen jullie ervoor om jullie kind onherkenbaar te delen i.p.v. totaal geen foto's op sociale media te posten?
  - o Vinden jullie het belangrijk om bepaalde zaken wel te delen op sociale media ook al is dit onherkenbaar?
  - o Welke meerwaarde geeft dit jullie?
  - o Wat zijn nog andere privacybeschermende maatregelen die genomen worden?
    - Beperken jullie, jullie publieke zoals een aparte contactlijst of beperkte whatsapp groepen? Geen locatie vermelden? Niet de volledige naam gebruiken?
- Wanneer gaan jullie met jullie kind in gesprek gaan over de strategieën die jullie hebben toegepast in het verleden? Hoe gaan jullie dit aanpakken? Meegeven waarom jullie deze keuze gemaakt hebben?
  - o Zullen jullie het kind ook regels opleggen over het posten van media-inhouden van zichzelf?

### [FOTO-ELICITATIE]

- Welk proces ging er vooraf deze foto's?
  - o Denken jullie vooraf (bij het maken van de foto) al na wat wel en niet op de foto getoond mag worden?
- Welke zaken zouden jullie eerder wel delen en welke totaal niet?
  - o Op welke manier maken jullie deze afweging?
  - o Is deze afweging belangrijk voor jullie? Zo, ja, waarom?
    - Verschillen jullie soms van mening? Waarom, concreet voorbeeld? Welke beslissing werd er toen genomen?
  - o Welke "regels" leggen jullie, jullie zelf op?
- Als je weet dat het delen van media-inhouden van het kind *Sharenting* noemt, hoe zouden jullie de manier waarop jullie omgaan met *Sharenting* noemen?

### [EINDE VAN HET INTERVIEW]

Zo, (namen respondenten), we zijn aan het einde gekomen van dit interview. Zijn er nog zaken die jullie willen toevoegen, die niet aangehaald werden tijdens het interview? Zijn er nog vragen die jullie nog graag willen stellen omtrent het interview?

Dan wil ik jullie van harte bedanken voor jullie participatie. Als jullie later nog opmerkingen of vragen hebben, aarzel dan niet en contacteer mij.

## 10.4 Bijlage 4: Verklaring op Eer

Ik, ondergetekende, aanvaard de volgende voorwaarden en bepalingen van deze verklaring:

In het kader van het uitvoeren van mijn masterproef aan de Universiteit Antwerpen (UAntwerpen) binnen de faculteit Sociale Wetenschappen, zal ik toegang krijgen tot (technische en andere) informatie van UAntwerpen en/of derde partijen, in geschreven, elektronische, mondelinge, visuele of eender welke andere vorm, met inbegrip van (maar niet beperkt tot) documenten, kennis, data, tekeningen, foto's, filmmateriaal, modellen en materialen. Deze informatie wordt gezamenlijk met informatie voortkomend uit het door mij uitgevoerde onderzoek beschouwd als 'Vertrouwelijke Informatie'.

Ik zal de **Vertrouwelijke Informatie** uitsluitend aanwenden voor het uitvoeren van het onderzoek in kader van mijn studies binnen UAntwerpen. Ik zal:

de Vertrouwelijke Informatie voor geen enkele andere doelstelling gebruiken;

de Vertrouwelijke Informatie niet zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van UAntwerpen op directe of indirecte wijze publiek maken of aan derden bekendmaken.

De Vertrouwelijke Informatie noch geheel noch gedeeltelijk reproduceren.

Aangezien ik bij de creatie van de onderzoeksresultaten in het kader van mijn studies bij UAntwerpen, beroep doe op universitaire middelen en faciliteiten, draag ik hierbij de vermogensrechten van mijn onderzoek over aan Universiteit Antwerpen.

Voor de uitvoering van mijn werk verbind ik mij ertoe om alle onderzoeksdata en ideeën niet vrij te geven tenzij met uitdrukkelijke toestemming van mijn promotor(en)

Na de beëindiging van mijn masterproef zal ik alle verkregen Vertrouwelijke Informatie en kopieën daarvan, die nog in mijn bezit zouden zijn, aan UAntwerpen terugbezorgen.

Naam: Sofie Robbé

Adres: Ghyselshoek 24, 2170 Merksem

Geboortedatum en –plaats : 22 februari 1999 te Wilrijk

Datum: 28 april 2022

Handtekening:



## 10.5 Bijlage 5: Inlichtings- en toestemmingsformulier



### INLICHTINGSFORMULIER DEELNEMERS

Participant Nummer: \_\_\_\_\_

### TO SHARE OR NOT TO SHARE?

EEN KWALITATIEF ONDERZOEK NAAR DE MOTIEVEN VAN VLAAMSE MILLENNIAL OUDERS (1980-2000)  
MET JONGE KINDEREN DIE AAN ANTI-SHARENTING DOEN

Jullie worden uitgenodigd om vrijwillig deel te nemen aan het masterproefonderzoek van Sofie Robbé, onder begeleiding van professor Michel Walrave (Faculteit Sociale Wetenschappen Departement Communicatiewetenschappen). Vooraleer jullie toestemmen om aan deze studie deel te nemen, is het belangrijk dat jullie dit formulier aandachtig lezen. In dit inlichtingen- en toestemmingsformulier worden het doel, de onderzoeksmethode, de voordelen, risico's, ongemakken en contactgegevens gepaard gaande met de studie beschreven. Ook de voor jullie beschikbare alternatieven en het recht om op elk ogenblik de studie te verlaten, zijn hieronder beschreven. Er kunnen geen beloften gedaan worden noch waarborgen gegeven worden betreffende de resultaten van het onderzoeksproject. Jullie hebben het recht om op elk ogenblik vragen te stellen over de mogelijke en/of bekende risico's/ongemakken die deze studie inhoudt.

#### Doel en beschrijving van de studie

Ten eerste is deze masterproef een wetenschappelijk onderzoek waaraan naar verwachting ongeveer 10 koppels zullen deelnemen. Deze studie heeft tot doel om dieper inzicht te verwerven naar het anti-sharenting gedrag van millennial ouders. Meer specifiek gaan we opzoek naar de motieven van millennial ouders om aan anti-sharenting (foto's, video's van jullie kinderen onherkenbaar te delen op sociale media) te doen.

De informatieverzameling zal gebeuren via diepte-interviews. Deze zullen afgenomen worden tussen maart en april 2022 en zullen gemiddeld één uur duren. Er zal een geluidsopname gemaakt worden van het interview, indien de deelnemers hiervoor instemmen. Deze geluidsopname wordt uitsluitend gebruikt om de antwoorden van de respondenten in een analyse te verwerken. Wanneer de analyses gemaakt zijn worden de opnames onmiddellijk verwijderd.

Specifiek werden jullie uitgenodigd om deel te nemen aan deze studie omdat jullie passen binnen de criteria van de onderzoeksrespondent. Meer specifiek betreft dit onderzoek volgende criteria: (1) Millennial ouders (geboren 1980-2000), (2) Kind(eren) tussen 0- 6 jaar, (3) Bewust er voor kiezen om anti-sharenting gedrag (foto's, video's van jullie kinderen onherkenbaar te delen op sociale media) te vertonen, (3) Vlaming.

#### Onderzoeken in het kader van de studie

Indien jullie aanvaarden aan de studie deel te nemen en jullie voldoen aan alle voorwaarden voor deelname aan de studie, zullen jullie eenmalig deelnemen aan een fysiek of online diepte-interview. Tijdens het interview zal er gebruikt gemaakt worden van foto-elicatie. De onderzoeker zal jullie dus op voorhand vragen om drie posts op sociale media, waar jullie kind(eren) het onderwerp van zijn en die jullie visie op sharenting het best beschrijft, mee te brengen naar het interview om deze onder andere te bespreken. Jullie informatie wordt gebruikt in het kader van een masterproefonderzoek met als opdrachtgever de Universiteit Antwerpen.

### **Vrijwillige deelname**

Jullie nemen geheel vrijwillig deel aan deze studie en jullie hebben het recht te weigeren eraan deel te nemen. Jullie hebben steeds de mogelijkheid om al dan niet aan deze studie deel te nemen of om jullie deelname aan de studie stop te zetten.

Indien jullie aanvaarden om aan de studie deel te nemen, zullen jullie deze informatiefolder krijgen om te bewaren en zal er jullie gevraagd worden het aangehechte toestemmingsformulier te ondertekenen.

De onderzoeker kan zelf op elk ogenblik een einde stellen aan jullie deelname aan de studie, zelfs zonder hiervoor uw toestemming te moeten vragen, om één van de volgende redenen:

- Jullie houden zich niet aan de instructies voor deelname aan de studie
- Er wordt naderhand ontdekt dat jullie niet aan de studievoorwaarden voldoen
- De opdrachtgever zet de studie stop wegens andere, momenteel onbekende redenen

Jullie hebben het recht om jullie deelname aan de studie op elk ogenblik stop te zetten, zelfs nadat jullie het toestemmingsformulier ondertekend hebben. Jullie hoeven geen reden te geven voor het intrekken van jullie toestemming tot deelname. Het intrekken van jullie toestemming zal geen enkel nadeel of verlies van voordelen met zich meebrengen.

### **Risico's en ongemakken**

Een ongemakkelijk gevoel kan ontstaan bij het antwoorden op gevoelige vragen aangaande het anti-sharenting gedrag van de ouders. Al de gegevens die verzameld worden zullen vertrouwelijk behandeld worden door de onderzoekers. Jullie namen en andere (persoons-) gegevens zullen volledig geanonimiseerd worden voor de analyse. Jullie hebben het recht de (persoons-) gegevens in te kijken. Hiervoor mogen jullie de onderzoekers altijd contacteren.

### **Voordelen**

Door de deelname aan dit onderzoek dragen jullie bij aan het verwerven van een dieper inzicht over de motieven van millennial ouders om bewust te kiezen om anti-sharenting gedrag te stellen. Waarover momenteel nog weinig tot geen wetenschappelijk onderzoek naar werd gedaan.

### **Bescherming van de persoonlijke levenssfeer en verwerking van persoonsgegevens**

Jullie identiteit en jullie deelname aan deze studie worden strikt vertrouwelijk behandeld. Jullie zullen niet bij naam of op een andere herkenbare wijze geïdentificeerd worden in dossiers, resultaten of publicaties in verband met de studie. Meer specifiek zal er tijdens de transcribering en verdere analyse van jullie data gewerkt worden met schuilnamen. Op deze manier zal, buiten de onderzoeker, niemand jullie interview kunnen koppelen aan jullie als individu. De onderzoeker zal jullie data na het interview direct anonimiseren door de vermelde namen in het interview om te zetten in schuilnamen. Jullie naam en de audio-opname zullen nooit aan iemand anders dan de onderzoeker zelf worden vrijgegeven. Na de verwerking van alle onderzoeksdata zullen alle uitgeschreven interviews, gegevens etc. verwijderd worden.

Jullie persoonsgegevens zullen in elk geval niet langer bewaard worden dan nodig is voor de doeleinden omschreven in dit formulier en enkel verwerkt worden onder de verantwoordelijkheid van Sofie Robbé.

#### Contactpersonen in geval van vragen in verband met de studie

Indien jullie menen studiegebonden schade te hebben opgelopen of indien jullie vragen hebben over het onderzoek of jullie rechten als studiedeelnemers, nu of tijdens of na jullie deelname, dan kunnen jullie in eerste instantie contact opnemen met de verantwoordelijke onderzoekers:

Sofie Robbé: [sofie.robbe@student.uantwerpen.be](mailto:sofie.robbe@student.uantwerpen.be), telefoonnummer: 0474/55.71.46

Prof. Dr. M. Walrave: [michel.walrave@uantwerpen.be](mailto:michel.walrave@uantwerpen.be)

Alvast bedankt om de tijd te nemen deze informatiefolder door te nemen.

## TOESTEMMINGSFORMULIER

Ondergetekenden hebben bovenstaande informatie rond de studie van vandaag gelezen en bevestigen hierbij hun deelname.

Deze studie neemt plaats op \_\_\_\_\_ (datum, uur) vindt online/ fysiek plaats.

Hiermee bevestigen wij dat:

- Wij millennial ouders zijn, geboren tussen 1980-2000
- Kind(eren) hebben van de leeftijd tussen 0-6 jaar
- Wij Vlaming zijn
- Wij bewust foto's, video's van onze kind(eren) onherkenbaar delen op sociale media of bewust geen foto's en video's delen
- De informatiefolder gelezen en begrepen hebben
- Bewust zijn van het doel en procedure van het onderzoek
- De uitvoerder van het onderzoek ons voldoende informatie heeft gegeven met betrekking tot de voorwaarden en de duur van de studie, én het effect hiervan
- Wij weten dat we onze deelname aan deze studie op elk ogenblik kunnen stopzetten
- Wij gaan akkoord met de verzameling, de verwerking en het gebruik van deze gegevens, zoals beschreven in de informatiefolder
- Wij op vrijwillige basis deelnemen aan dit onderzoek

Handtekening deelnemers:



Handtekening onderzoeker:

