



HOCHSCHULE MERSEBURG

FACHBEREICH SOZIALE ARBEIT.MEDIEN.KULTUR

Bachelorarbeit zum Thema: „Sharenting“ auf Instagram – KINDER GETEILT IM INTERNET

VORGELEGT VON:
CHIARA JÄHN
24936

BETREUENDE:
PROF. DR. PHIL. HABIL. GUNDULA BARSCH
PROF. DR. JUR. ERICH MENTING

11. AUGUST 2021



Die Zeichenanzahl beträgt 80.988 mit
Leerzeichen.

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	IV
TABELLENVERZEICHNIS	VI
1 EINLEITUNG	11
1.2 HERANGEHENSWEISE ZUR BELEUCHTUNG DER THEMATIK	14
2 STAND DER FORSCHUNG	15
2.1 ENTWICKLUNG DER MEDIENNUTZUNG UND THEORETISCHE EINBETTUNG	15
2.1.1 <i>Grundbedürfnisse von Heranwachsenden anhand ausgewählter Theorien - Murray, Grawe und Maslow</i>	17
2.1.2 <i>Instagram als Öffentlichkeitsmedium in Social Media</i>	26
2.1.3 <i>„Sharenting“ - neues Konzept der öffentlichen Familiendarstellung und –finanzierung?</i>	28
2.1.4 <i>Bedeutung von Privatsphäre und Öffentlichkeit im Internet</i>	33
2.1.5 <i>Rechte von Kindern in der Öffentlichkeit</i>	35
3 METHODEN UND DATEN	38
3.1 ONLINE-RECHERCHE VON MOM-BLOGS	38
3.1.1 <i>Mom-Blog „die.reuters“</i>	38
3.1.2 <i>Mom-Blog „lisarrey“</i>	43
3.1.3 <i>Mom-Blog „ally_eliyah_and_me“</i>	47
3.1.4 <i>Übergreifende Ergebnisse aus der Recherche</i>	50
4 DISKUSSION UND ERGEBNISSE	50
4.1 AUSWIRKUNGEN VON „SHARENTING“ AUF DIE GRUNDBEDÜRFNISBEFRIEDIGUNG VON KINDERN	50
5 FAZIT	59
6 AUSBLICK	60
LITERATURVERZEICHNIS	VII
ANHANG	69

ANHANG A: MINDMAP VON DEFINIERTEN KEYWORDS, EIGENDARSTELLUNG-----	69
ANHANG B: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VOM ERSTEN BEITRAG VON „DIE.REUTERS“ – MUTTER MIT BABYJÄCKCHEN -----	70
ANHANG C: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VOM FAMILIENBILD VON „DIE.REUTERS“ -----	71
ANHANG D: BILDSCHIRMAUFNAHME PER PC VON EINEM BILD NACH DER GEBURT DER TOCHTER VON „DIE.REUTERS“ -----	72
ANHANG E: BILDSCHIRMAUFNAHME PER PC VON EINEM BILD DER TOCHTER VON „DIE.REUTERS“ ALS NEUGEBORENE IM KRANKENHAUS -----	73
ANHANG F: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VON EINER HIGHLIGHT-STORY VON „DIE.REUTERS“ – ZEIGT DIE TOCHTER MIT BUNTEN FUßNÄGELN -----	74
ANHANG G: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VON EINER WERBESTORY VON „DIE.REUTERS“ FÜR EIN SPIELZEUG -----	75
ANHANG H: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VON EINEM BEITRAG VON „LISARREY“ AUF DEM DER SOHN WEINT-----	76
ANHANG I: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VOM ONLINE-SHOP VON „LISARREY“ -----	77
ANHANG J: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VON EINER WERBE-STORY VON „LISARREY“ GEMEINSAM MIT DEM SOHN -----	78
ANHANG K: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VON EINEM WERBEBEITRAG VON „LISARREY“ AUF DEM DER SOHN DAS PRODUKT NUTZT -----	79
ANHANG L: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VOM ERSTEN BEITRAG VON „LISARREY“ -----	80
ANHANG M: BILDSCHIRMAUFNAHME PER PC VON EINEM BILD IM KRANKENHAUS NACH DER GEBURT DES SOHNES VON „LISARREY“-----	81
ANHANG N: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VOM ERSTEN BEITRAG VON „ALLY_ELIIAH_AND_ME“ -----	82
ANHANG O: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VON EINEM VIDEO VON „ALLY_ELIIAH_AND_ME“ WORAUF DIE TOCHTER ZU SEHEN IST MIT BAUCHSCHMERZEN UND WEINEND, BLÄHGERÄUSCHE SIND ZU HÖREN -----	83
ANHANG P: COLLAGE AUS BILDSCHIRMAUFNAHMEN VON DEN MÜTTERN DER MOM- BLOGS AUF GEMEINSAMEN TREFFEN -----	84
ANHANG Q: LIKEZAHLEN STEIGEN JE MEHR KINDER BEI „DIE.REUTERS“ GEBOREN WERDEN-----	85

ANHANG R: COLLAGE AUS SCREENSHOTS - LIKEZAHLEN STEIGEN JE MEHR KINDER BEI „LISARREY“ GEBOREN WERDEN -----	85
ANHANG S: COLLAGE AUS SCREENSHOTS PER SMARTPHONE – LIKEZAHLEN STEIGEN JE MEHR KINDER BEI „ALLY_ELIVIAH_AND_ME“ GEBOREN WERDEN-----	86
ANHANG T: REGELN ZUR KINDERBESCHÄFTGUNG -----	86
ANHANG U: VERORTUNG VON MOM-BLOGGERINNEN IN DELTA-MILLEUS -----	87

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: ERGEBNIS EINER UMFRAGE, WIE OFT ELTERN BILDER IHRER KINDER ONLINE VERSCHICKEN, MIT 400 ELTERN VON KINDERN ZWISCHEN 0 UND 6 JAHREN ANHAND COMPUTERGESTÜTZTER WEBINTERVIEWS, EIGENDARSTELLUNG, VERÄNDERT NACH (SAFERINTERNET.AT 2020) -----	12
ABBILDUNG 2: GRAFISCHE VISUALISIERUNG DES ANSTIEGS DER SOCIAL-MEDIA-NUTZENDEN IM ZEITRAUM VON 2015-2021 IN MILLIARDEN, EIGENDARSTELLUNG VERÄNDERT NACH STATISTA(2021) -----	16
ABBILDUNG 3: MASLOWS HIERARCHIE DER BEDÜRFNISSE ALS PYRAMIDE DARGESTELLT, VOM WICHTIGSTEN BEDÜRFNIS, WELCHES ZUERST AUFTRITT (UNTEN), ZUM BEDÜRFNIS, WELCHES ZULETZT AUFTRITT (UNTEN). EIGENDARSTELLUNG NACH (MASLOW 1981). -----	24
ABBILDUNG 4 SCREENSHOT PER HANDY VOM PROFIL "DIE.REUTERS" VOM 28.07.2021. EIGENAUFNAHME. -----	39
ABBILDUNG 5: BILDSCHIRMAUFNAHME PER HANDY VON GEBURTSTAGSAUFNAHMEN VON "DIE.REUTERS". EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	40
ABBILDUNG 6: SCREENSHOT VOM PC VON EINEM BEITRAG VON "DIE.REUTERS" WORAUF DIE MUTTER MIT EINEM ULTRASCHALLBILD IHRER TOCHTER GEZEIGT IST. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	41
ABBILDUNG 7: BILDSCHIRMAUFNAHME VOM HANDY VON EINER HIGHLIGHT-STORY VON "DIE.REUTERS". DARAUF IST DIE TOCHTER ABGEBILDET, WÄHREND SIE DAS ERSTE MAL LÄUFT. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	42
ABBILDUNG 8: BILDSCHIRMAUFNAHME PER HANDY VON EINER HIGHLIGHT-STORY VON "DIE.REUTERS". DIESE ABBILDUNG ZEIGT DEN GEBURTSTAGSKUCHEN FÜR DIE TOCHTER LINA UND BEWIRBT GEBÄCKDEKORATION. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	42
ABBILDUNG 9: SCREENSHOT VOM PC VON EINEM BEITRAG VON "LISARREY". DARAUF IST DER SOHN BEIM FÜTTERN MIT VERSCHMIERTEM MUND UND BESCHMUTZTEM LÄTZCHEN ZU SEHEN. EIGENAUFNAHME 28.07.2021. -----	43
ABBILDUNG 10: SCREENSHOT PER HANDY VOM MOM-BLOG "LISARREY". EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	44

ABBILDUNG 11: SCREENSHOT PER PC VOM BEITRAG VON „LISARREY.. DARAUF IST DIE MUTTER ABGEBILDET, WIE SIE IHREN SOHN STILLT, WÄHREND DIE SICH SCHMINKT. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	45
ABBILDUNG 12: SCREENSHOT PER HANDY VON EINEM BEITRAG VON "LISARREY" AUF DER IHR SOHN ALS NEUGEBORENER ABGEBILDET IST UND GEBADET WIRD. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	46
ABBILDUNG 13: BILDSCHIRMAUFNAHME VOM BLOG „ALLY_ELIVAH_AND_ME“ WORAUF DIE LETZTEN BEITRÄGE ZU SEHEN SIND. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	47
ABBILDUNG 14: BILDSCHIRMAUFNAHME PER PC VOM BLOG "ALLY_ELIVAH_AND_ME". DARAUF IST EIN ULTRASCHALLBILD ZU SEHEN, WAS DAS KIND ZEIGT. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	48
ABBILDUNG 15: BILDSCHIRMAUFNAHME PER PC VON EINEM WERBEBEITRAG VON "ALLY_ELIVAH_AND_ME". DER SOHN PRÄSENTIERT DAS TABLET IN SEINEM KINDERZIMMER. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021 -----	49
ABBILDUNG 16: BILDSCHIRMAUFNAHME PER PC VON EINEM BEITRAG VON "ALLY_ELIVAH_AND_ME". ZUSEHEN IST DIE WEINENDE TOCHTER IN EINEM KORB LIEGEND. EIGENAUFNAHME VOM 28.07.2021. -----	49
ABBILDUNG 17 MEINUNGSUMFRAGE VON 1.205 BEFRAGTEN; AB 18 JAHREN ZUM POSTEN VON KINDERFOTOS DURCH DIE ELTERN, VERÄNDERT NACH (YOUgov 2019) -----	53
ABBILDUNG 18: BILDSCHIRMAUFNAHME PER SMARTPHONE VON EINER STORY VON „LISARREY“ AUF DIESE IST EIN DIALOG ZU ERKENNEN -----	58

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: ÜBERBLICK ÜBER DIE VERSCHIEDENEN BEDÜRFNISTHEORIEN VON MURRAY, MASLOW UND GRAWE. EIGENDARSTELLUNG. (VGL. (MURRAY 1938; MASLOW 1981; GRAWE 2004)	18
TABELLE 2: VERGÜTUNGSMODELLE BEI INSTAGRAM-WERBUNG NACH (DEGES 2018)...	32

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit eigenständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe. Textpassagen, die wörtlich oder dem Sinn nach auf Publikationen oder Vorträgen anderer Autoren beruhen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und noch nicht veröffentlicht.

Halle (Saale), 10.08.2021

Name (Unterschrift)

Genderhinweis

In der Abschlussarbeit wurde aus Diversitätsgründen die Form „:in“ gewählt. Nach Möglichkeit wurde auf das grammatikalische Neutrum z.B. „Studierende“ zurückgegriffen. Durch diese Darstellungsform wurde versucht alle Sozialen Geschlechter und Geschlechtsidentitäten zu berücksichtigen und abzubilden.

„Eure Kinder sind nicht eure Kinder.

[...] Sie kommen durch euch, aber nicht von euch,

Und obwohl sie mit euch sind, gehören sie euch doch nicht.

Ihr dürft ihnen eure Liebe geben, aber nicht eure

Gedanken, denn sie haben ihre eigenen Gedanken.,,

GIBRAN (2013), S. 20-21

* 06.01.1883, † 10.04.1931

1 Einleitung

Das Teilen von Bildern in den sozialen Netzwerken wird in Familien zunehmend zur täglichen Praxis. Oftmals werden Bilder von besonderen Momenten an Verwandte und Bekannte gesendet (KUTSCHER, BOUILLON 2018). Laut der vorliegenden Umfrage versenden 12 % der Eltern täglich Bilder ihrer Kinder online und 38 % jede Woche (vgl. Abb. 1).

In manchen Familien geht dieses Mitteilungsbedürfnis über die familiären Grenzen hinaus und konzentriert sich vermehrt auf die Aufmerksamkeit eines öffentlichen Publikums. Mit „Sharenting“ auf Instagram kann ein großer Kreis von Rezipient:innen erreicht werden. Die sogenannten „Mom-Blogs“ weisen Follower:innenzahlen weit über 100.000 auf. Bei einer solchen Zahl ist es möglich für Produkte zu werben (FRANTZ ET AL. 2016).

Dadurch geht das Wirken der Mütter auf Instagram über die Selbstdarstellung bzw. die Darstellung ihrer Kinder hinaus, sodass die Darstellung von Werbemittel zum Gegenstand der Beiträge werden.

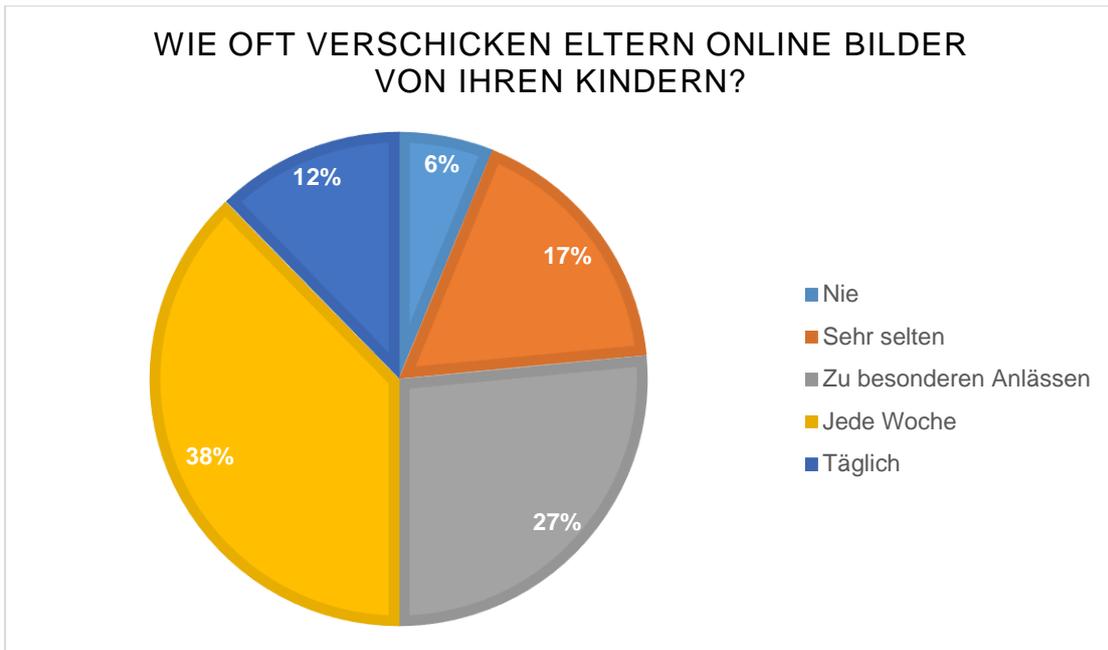


Abbildung 1: Ergebnis einer Umfrage, wie oft Eltern Bilder ihrer Kinder online verschicken, mit 400 Eltern von Kindern zwischen 0 und 6 Jahren anhand computergestützter Webinterviews, Eigendarstellung, verändert nach (SAFERINTERNET.AT 2020)

Per Smartphone veröffentlichen Mütter ihren Alltag, dabei sind vornehmlich ihre Kinder der Mittelpunkt des Geschehens. Die Smartphone-Kamera wird zum täglichen Begleiter für die Familie und die Lebenswelt der Kinder. (vgl. Kap. 3.1)

Die These dieser Arbeit lautet, dass „Sharenting“ die *Persönlichkeitsentwicklung von Heranwachsenden beeinflussen kann*. Auf Basis der Bedürfnistheorien (vgl. Kap. 2.1.1) ist davon auszugehen, dass sich die Persönlichkeit nur gesund ausbilden kann, wenn bestimmte Grundbedürfnisse erfüllt werden.

Ziel dieser Arbeit ist es, anhand einer Literaturanalyse und exemplarischen Praxisdarstellungen der Mom-Blogs herauszufinden, ob auf Grundlage der Bedürfnistheorien (vgl. Kap. 2.1.1) festgestellt werden kann, inwiefern die Grundbedürfnisse von Kindern durch „Sharenting“ beeinflusst werden könnten. Die theoretische Grundlage bilden dabei die Forschungsarbeiten zu Bedürfnissen von MURRAY (1938)), GRAWE (2004) und MASLOW (1981).

Des Weiteren wird erforscht, welche Motivationen der Eltern hinter „Sharenting“ stehen (PETTIGREW ET AL. 2016) und inwieweit diese mit den Interessen der Kinder korrespondieren.

Außerdem werden die Rechte von Kindern hinterfragt und analysiert, inwiefern gesetzliche und ethische Rechte bei „Sharenting“ berücksichtigt werden. Besondere Aufmerksamkeit wird dabei den *Persönlichkeitsrechten*, *Arbeitsschutzrechten* und dem *Recht auf offene Zukunft* gelegt.

Die vorliegende Arbeit behandelt nur sekundär die Perspektive der Eltern, da vor allem die Wirkung auf die Psyche der Kinder untersucht werden soll. Diese Herangehensweise beleuchtet einerseits die ethisch-rechtliche und andererseits die psychologische Position zu „Sharenting“.

Zu Beginn der Arbeit ist es relevant folgende Termini und Begrifflichkeiten zu erläutern, damit im weiteren Verlauf keine Missverständnisse auftreten. Das sind unter anderem *Social Media*, *Instagram*, „*Sharenting*“, *Bedürfnistheorien* und *Kinderrechte* (vgl. Kap. 2).

Einige wissenschaftliche Arbeiten, wie z.B. BROSCHE (2016); MARASLI ET AL. (2016); KUTSCHER, BOUILLON (2018); BRÜGGEN ET AL. (2019); LEPA, SUPHAN (2019); ÜNLÜ, MORVA (2020); KLUCAROVA, HASFORD (2021) beschäftigen sich mit dem Thema „Sharenting“ und untersuchen unter anderem Folgen für Kinder bezüglich persönlicher Daten und mögliche Auswirkungen auf zukünftige soziale Interaktionen als Erwachsene. Weniger wird darin die zukünftige und gegenwärtige psychische Verfassung der Kinder beachtet, darauf soll diese Arbeit nun abzielen.

Es wird vornehmlich Bezug auf Kleinkinder genommen und weniger auf Jugendliche, da diese sich den Folgen von Fotos in Social Media zunehmend bewusster werden und daher wahrscheinlich vermehrt über das nötige Wissen zur Thematik verfügen, da sie selbst aktiv in Social Media agieren (vgl. Kapitel 2.1.2.). Außerdem haben Jugendliche einen größeren rechtlichen Spielraum bezüglich der Mitbestimmung und gelten als beschränkt geschäftsfähig (BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ; vgl. Kap. 2.1.5; KUTSCHER, BOUILLON 2018).

1.2 Herangehensweise zur Beleuchtung der Thematik

Die Literaturrecherche zur Thematik „Sharenting auf Instagram wurde anhand von selbstgewählten Keywords geführt. Diese Keywords lauten unter anderem: „Sharenting“, *Mom-Blogs*, *Grundbedürfnistheorien*, *Rechte von Kindern*, *Kinderbilder im Internet*, *Social Media*, *Öffentlichkeit und Privatheit*, *Entwicklung von Kindern*, *Persönlichkeitsrechte*, *Bedürfnisforschung*, *Selbstdarstellung im Internet*, *children exposure*, *childrens rights on social media* (Anhang A).

Die Suche nach geeigneter Literatur stellte sich, bezüglich Motivationen von Müttern „Sharenting“ zu betreiben und Darstellungsformen der geposteten Beiträge, als ergiebig heraus. Es waren Lücken in längerfristiger Forschung festzustellen, da die App *Instagram* erst im Jahr 2010 in Benutzung kam (INSTAGRAM, INC. 2021). Somit existieren keine Studien über den Einfluss auf die Entwicklung von Kindern und psychischen Folgen, wenn sie in Mom-Blogs eingebunden werden.

Diese Arbeit stützt sich auf Bedürfnistheorien von Murray, Maslow und Grawe, da der thematische Fokus darauf liegt, die Auswirkungen der Missachtung von Grundbedürfnissen zu untersuchen und diese in einen Zusammenhang mit „Sharenting“ zu bringen.

Die Forschungen zu Bedürfnistheorien liegen zum Teil bereits in den 1940er Jahren (MURRAY 1938) und die jüngste hier verwendete stammt aus dem Jahr 2004 (GRAWE 2004), somit konnte die Wirkung von Social Media auf die Grundbedürfnisse bisher nicht berücksichtigt werden. Die Bedürfnistheorien konnten sich in vielen Punkten ergänzen (vgl. Kapitel 2.1.1), was die Auswahl bestätigte. Da die Theorien in einigen Forschungen (BORG-LAUFS 2012; BAK 2019; FLANAGAN 2010; HABERMACHER ET AL. 2014; OFFURUM 2019) verwendet wurden und immer auch einen Bezug zu Kindern herstellen, sind sie Gegenstand dieser Arbeit.

Bei der Auswahl der Literatur war es wichtig, sowohl die Sichtweise der Kinder wiederzufinden als auch Hintergründe zu Beweggründen von Müttern, um danach eine fundierte Abwägung der Argumente vornehmen zu können. Es wurde darauf geachtet wissenschaftliche Literatur aus Datenbanken wie PEDOCS oder der UNIVERSITÄTS- UND LANDESBIBLIOTHEK SACHSEN-ANHALT zu verwenden, damit

Transparenz und Objektivität gewährleistet sind. Da Instagram ein junges Tool ist, dürfen die Quellen zu dem Themenfeld *Social Media* nicht älter als 10 Jahre sein.

Zentrale Themen einiger Forschungen sind die Datenschutzrisiken (BROSCH 2016; KUTSCHER, BOUILLON 2018; SZIRON, HILDT 2018; BRÜGGEN ET AL. 2019; ETTINGER ET AL. 2019; MANOTIPYA, GHAZINOUR 2020) und die Handhabung von Eltern beim Posten von Kinderfotos (STEINBERG 2017). Häufig wird dabei beleuchtet, was die Motivationen sind, Kinderfotos öffentlich zu teilen. Die recherchierte Literatur fand weniger Potentiale als Risiken für Kinder bezüglich „Sharenting“ (PETTIGREW ET AL. 2016; FOX, HOY 2019).

Um die Ergebnisse der Literaturrecherche zu untermauern, wurden exemplarische Beiträge aus Mom-Blogs recherchiert. Darin zeigt sich wie „Sharenting“ in der Praxis umgesetzt wird (Kap. 3.1). Die daraus gewonnenen Erkenntnisse werfen weitere Fragen auf, die im Ausblick aufgeführt werden und als Ausgangspunkt für weitere Forschungsarbeiten dienen könnten.

2 Stand der Forschung

2.1 Entwicklung der Mediennutzung und theoretische Einbettung

Im familiären Kontext tritt das Themenfeld Medien vermehrt in den Fokus, besondere Momente werden dabei digitalisiert und veröffentlicht. Kinder werden von der Bekanntgabe ihrer Geburt, über die Geburt, bis zu ihrem Alltag von der medialen Öffentlichkeit von Social Media begleitet. Dies kann zum Teil durch den technischen Fortschritt begründet werden, auf diesen im Folgenden Bezug genommen werden soll (AUTENRIETH 2017).

Digitalisierung bezieht sich in erster Linie auf das Digitalisieren von Daten. Das bedeutet einerseits, dass Daten, die zuvor analog vorlagen, durch ein Medium in eine digitale Form gebracht werden. Andererseits wird auf das Voranschreiten der Nutzung von digitalen Medien und neuen Technologien verwiesen. Digitalisierung ist der Prozess des Übergangs vom Analogen zum Digitalen (TRAUM ET AL. 2017). Im familiären Lebensraum schreitet die Digitalisierung ebenfalls voran (KUTSCHER,

BOUILLON 2018, S.10), was sich an den steigenden Nutzungszahlen von Sozialen Medien zeigt (vgl. Abb. 2).

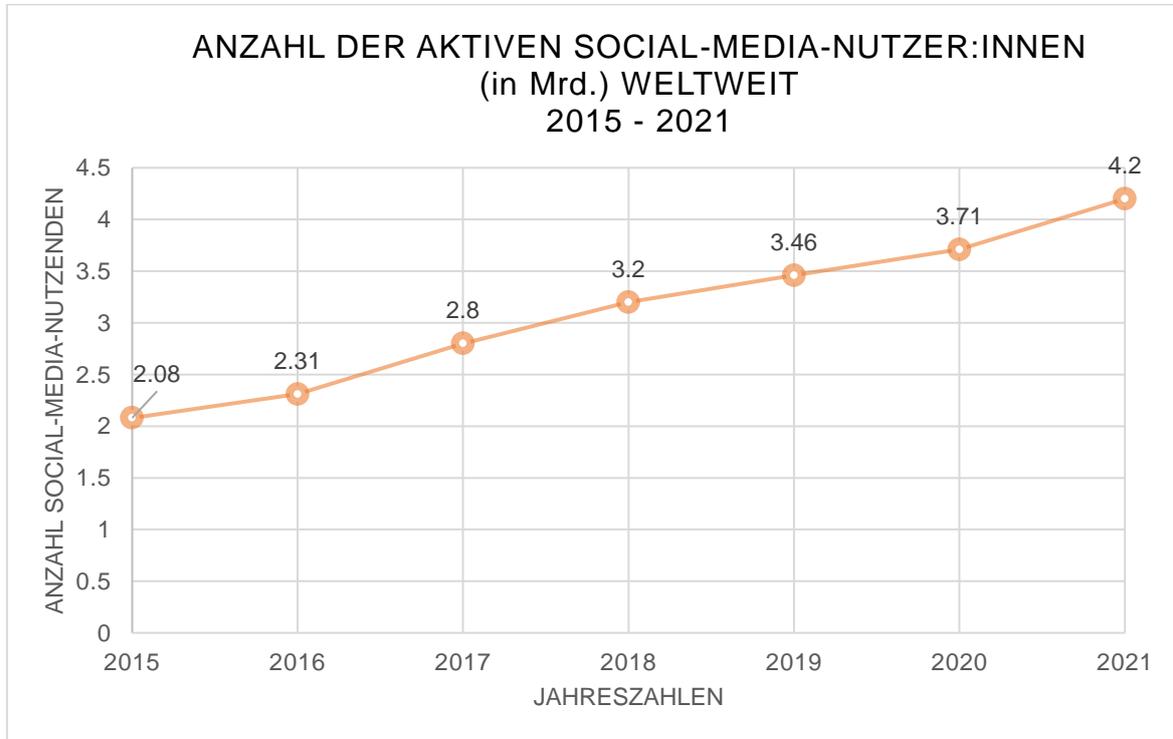


Abbildung 2: Grafische Visualisierung des Anstiegs der Social-Media-Nutzenden im Zeitraum von 2015-2021 in Milliarden, Eigendarstellung verändert nach STATISTA(2021)

Social Media (dt. Soziale Medien) hat in der Medienlandschaft verschiedene Funktionen und erfreut sich großer Beliebtheit (SCHMIDT, TADDICKEN 2017, S. 13). Die Anzahl der Nutzer:innen von Social Media hat sich in den letzten fünf Jahren von 2,08 Milliarde auf 4,2 Milliarde verdoppelt (siehe Abb. 2). Die größten Social Media Plattformen sind Facebook, YouTube, WhatsApp und Instagram (KANGUR 2021), wobei letztere insbesondere bei jüngeren Menschen zwischen 14 und 19 Jahren am beliebtesten ist (FREES, KOCH 2018, S. 410).

2.1.1 Grundbedürfnisse von Heranwachsenden anhand ausgewählter Theorien - Murray, Grawe und Maslow

In dieser Arbeit werden unter anderem die ethisch-moralische und die gesetzliche Perspektive zu „Sharenting“ (Kap. 2.1.5) genauer betrachtet. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf der psychologisch-pädagogischen Ebene, da sich während der Recherche herausstellte, dass dieser Bereich sich mit der Thematik „Sharenting“ noch nicht tiefgreifend befasst hat (BOYD, ELLISON 2007; MCDANIEL ET AL. 2012; KUMAR, SCHOENEBECK 2015; BROSCHE 2016; MARASLI ET AL. 2016; PETTIGREW ET AL. 2016; ABIDIN 2017; AUTENRIETH ET AL. 2017; ORTON-JOHNSON 2017; KUTSCHER, BOUILLON 2018; DIEBEL 2019; KNAUF 2019; HOCHWARTER 2019; KOPECKY ET AL. 2020; STAUFF 2020; KLUCAROVA, HASFORD 2021).

Als Grundlage der Analyse dienen drei verschiedene angewandte Bedürfnistheorien von Murray, Grawe und Maslow.

Für die Entwicklung von Kindern ist es förderlich, dass ihre Grundbedürfnisse erfüllt werden. (MASLOW 1981; GRAWE 2004; MURRAY, MCADAMS 2007). Grundbedürfnisse können laut Grawe, Maslow und Murray klar definiert werden (vgl. 2.1.1.1 ff.).

Diese Theorien sollen als Hilfe zur Beantwortung der Frage, *inwieweit „Sharenting“ die Entwicklung von Kindern beeinflusst*, dienen und als Grundlage zur Diskussion in Kapitel 4.

Tabelle 1: Überblick über die verschiedenen Bedürfnistheorien von Murray, Maslow und Grawe. Eigendarstellung. (vgl. (MURRAY 1938; MASLOW 1981; GRAWE 2004)

	Murray	Maslow	Grawe
Orientiert an	Freud	-	Epstein
Aufbau	Teilt in „presses“ und „needs“ ein, welche die Bedürfnisse beeinflussen	Hierarchischer Aufbau	Sieht Konsistenz als Grundlage über allen Bedürfnissen
Festgelegte Grundbedürfnisse	Viszerogene Bedürfnisse und psychogene Bedürfnisse	Homöostatische Bedürfnisse nach Sicherheit, Zugehörigkeit und Liebe, (Selbst-)achtung, Selbstverwirklichung	Bedürfnis nach Bindung, Kontrolle, Selbstwerterhöhung und Selbstwertschutz, Lustgewinn und Unlustvermeidung

Die Bedürfnistheorien unterscheiden sich im Aufbau und in den festgelegten Grundbedürfnissen. Auf die Theorien wird nun im Detail Bezug genommen.

2.1.1.1 „needs“ und „presses“ - Bedürfnistheorie von Henry A. Murray

Der Psychologe Henry Alexander Murray wurde am 13.05.1893 in New York City geboren und war Dozent an der Universität Harvard. Er starb im Alter von 95 Jahren am 23.06.1988 in Cambridge (ACADEMIC DICTIONARIES AND ENCYCLOPEDIAS 2015).

Henry Murray orientiert sich bei seiner Theorie an der psychoanalytischen Theorie SIGMUND FREUDS (1923), des „Es – Ich – Über-Ich“, Murray entwickelt Freuds Theorie weiter. Gemein mit seiner Theorie ist, dass „Es“ als Bezeichnung für

Antriebe wie Sexualität oder Aggression steht. Das „Ich“ hat bei Murray eine aktivere Funktion als bei Freud, es bezieht sich auf jegliches durchdachtes und ausgeführtes Verhalten, das „Über-Ich“, welches für gesellschaftliche Werte steht und vom direkten Umfeld oder anderen öffentlichen Einflüssen geprägt ist.

Als *Ich-Ideal*, wird das idealisierte Bild auf das eigene Selbst bezeichnet, welches ebenfalls aus Freuds Theorie bekannt ist (MURRAY, McADAMS 2007, S. 136).

Freud beschreibt es wie folgt: »Gewiss, und dies ist das höhere Wesen, das Ich-Ideal oder Über-Ich, die Repräsentanz unserer Elternbeziehung. Als kleine Kinder haben wir diese höheren Wesen gekannt, bewundert, gefürchtet, später sie in uns selbst aufgenommen.« (FREUD 1923, S. 14).

In seiner Theorie teilt Murray Bedürfnisse (engl. needs) in zwei Kategorien ein, „viszerogene“ Bedürfnisse und „psychogene“ Bedürfnisse. Viszerogene Bedürfnisse sind angeboren und haben einen körperlichen Ursprung, wie z.B. Hunger oder Müdigkeit.

Murray hat eine Reihe von Bedürfnissen definiert, darunter auch die Bedürfnisse nach Leistung, Unabhängigkeit, Leidvermeidung und Sinnhaftigkeit (MURRAY, McADAMS 2007, S. 31 ff.).

Murray beschreibt „viszerogene“ Bedürfnisse als primär und „psychogene“ als sekundär. Die sekundären, also „psychogenen“ Bedürfnisse, dienen der mentalen Befriedigung und haben sich während des Lebens im eigenen Wirken in der Gesellschaft entwickelt, dazu zählt das Bedürfnis nach *Selbstdarstellung* und *Sinnhaftigkeit* (eb. d.)

Er bezeichnet die Einflüsse auf ein Bedürfnis als „presses“ (dt. Druck), welche sowohl unterstützend als auch hindernd sein können. Diese „presses“ beeinflussen die Bedürfnisse des Individuums, je nachdem in welcher Situation es sich befindet. „Presses“ werden nicht nur durch akute Situationen bestimmt, sondern auch durch vergangene Erlebnisse hervorgerufen.

Positive „presses“ sind begünstigend für das Bedürfnis, z.B. ein guter Freund, negative hingegen sind hindernd, wie z.B. eine Beleidigung oder ein schmerzhaftes vergangenes Erlebnis. Je nachdem welcher Druck wirkt, können andere

Bedürfnisse auftauchen. Murray konzentrierte sich in seiner Theorie vornehmlich auf Druck, der von Menschen ausgelöst wird.

Weitere Beispiele für positiven Druck sind laut Murray bezogen auf das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, ein *treuer Begleiter* und für negativen Druck *Rivalität* oder ein Feind. „Presses“ gliedern sich in *alpha-* und *beta-*presses, *alpha-*presses sind real und existieren tatsächlich, *beta-*presses entstehen durch die subjektive Wahrnehmung des Menschen und können durch Missinterpretationen hervorgerufen sein. Selbst wenn das Gegenüber positive Absichten hat, können diese falsch interpretiert werden und dadurch ein Gefühl der Abwertung hervorrufen. (eb.d.)

2.1.1.2 Konsistenztheorie – Bedürfnistheorie von Klaus Grawe

Prof. Dr. Klaus Grawe wurde am 20.04.1943 in Wilster geboren und war Psychologieforscher, hatte einen Lehrstuhl für Psychologie und war Leiter der Psychotherapeutischen Praxisstelle der Universität Bern. Grawe verstarb am 10. Juli 2005 in Zürich (ACADEMIC DICTIONARIES AND ENCYCLOPEDIAS 2015).

2004 formulierte er in dem Werk „Neuropsychotherapie“ seine Theorie zu Bedürfnissen. Sie ist in der Theorie von SEYMOUR EPSTEIN (1998) begründet. Dieser hat vier zentrale Bedürfnisse herausgestellt: *das Bedürfnis nach Orientierung, Kontrolle, und Kohärenz, Bedürfnis nach Lust, Bedürfnis nach Bindung, Bedürfnis nach Selbstwerterhöhung.* Grawe hat das *Bedürfnis nach Kohärenz* in seiner Theorie vertieft und zum *Konsistenzprinzip* modelliert. *Konsistenz* bezieht sich auf die Übereinstimmung bzw. Vereinbarkeit der gleichzeitig ablaufenden neuronalen/psychologischen Prozesse. Was bedeutet, dass das Individuum so handelt, wie es möchte und nicht entgegen seinen Entscheidungen und Wünsche. *Konsistenz* setzt voraus, dass Gedanken und Handlungen nicht im Widerspruch zueinanderstehen. Laut Grawe kann entgegen Epsteins Annahme *Konsistenz* nicht einfach ebenbürtig neben die anderen Grundbedürfnisse gereiht werden, sondern steht über allen anderen Grundbedürfnissen. *Konsistenz* ist somit das Grundprinzip des psychischen Funktionierens und Bedingung für eine Befriedigung der Grundbedürfnisse.

Wenn eine *Inkongruenz* besteht, kann es zu einer psychischen Störung kommen. Es ist zwischen *kontrollierbarer Inkongruenz* und *unkontrollierbarer Inkongruenz* zu unterscheiden. Stress, der z.B. durch Arbeit auftritt, ist kontrollierbar bzw., dem Gehirn ist es möglich den Stress zu regulieren. Im Gegensatz dazu, ein Kind was (schwerer) Misshandlung ausgesetzt ist, kann diese *Inkongruenz* nicht kontrollieren, da es keinen Einfluss darauf hat.

Diese Theorien begründet Grawe auf neuronalen Messungen. Bei Stress schüttet das Gehirn Adrenalin aus und leitet es in alle Hirnareale. Wenn der Stress zu stark ist und eine bestimmte Grenze überschreitet, wird im Hirn *Cortisol* ausgeschüttet. Nur bei *unkontrollierbarem* Stress wird *Cortisol* im Hirn erzeugt. Wenn diese Reaktionen im Gehirn ablaufen, wird *Glucocorticoid* ausgestoßen, was dazu dient die Prozesse im Gehirn zu regulieren. Bei langanhaltendem unkontrollierbarem Stress kann diese Funktion blockieren. Ein zu hoher *Glucocorticoidspiegel* kann dazu führen, dass zuvor erlerntes Verhalten ausgelöscht wird, und es versucht sich an die vorherrschende Situation anzupassen. Das Gehirn verknüpft diesen Zustand insbesondere mit *Angst*.

Die Verhaltensweisen, die es dabei erlernt, sind entgegen den bekannten Verhaltensweisen bei *kontrollierbarem* Stress, für die Psyche schädlich. Die Folge von *unkontrollierbarem* Stress sind psychische Störungen wie dissoziative Störungen oder posttraumatische Belastungsstörungen.

Kontrollierbare Inkongruenz bzw. kontrollierbarer Stress kann positiv auf die Psyche des Menschen wirken, da durch die Ausschüttung von Adrenalin das Gehirn funktionsbereiter ist und lernen kann zukünftig mit den stressigen Situationen umzugehen (GRAWE 2004, S. 240).

Im Folgenden werden die vier Grundbedürfnisse genauer aufgeschlüsselt. In Grawes Theorie stehen alle Bedürfnisse auf einer Ebene, es gibt keine hierarchische Ordnung. In seinem Buch greift Grawe als erstes das *Bindungsbedürfnis* auf, mit welchem auch andere Bedürfnisse auf vielerlei Arten zusammenhängen.

Damit eine gute *Bindung* entsteht, ist es in der Kindheit wichtig, dass die Bezugspersonen immer physische Nähe, Schutz, Sicherheit und Trost bieten. Wenn dies nicht gegeben ist, entwickeln sich sogenannte *negative motivationale*

Schemata. Entweder dann, wenn die Bezugsperson nicht da ist, sowohl emotional als auch körperlich, aber auch wenn die Eltern, bzw. die Bezugsperson nicht einfühlsam agiert haben. Das bezeichnet Grawe als *konsistente* oder *inkonsistent-unvorhersehbare Unzugänglichkeit* (eb. d., S 193).

Neben dem *Bedürfnis nach Bindung* benötigen Kinder das Gefühl von Eigenständigkeit und *Kontrolle*. Dies wirkt sich auch darauf aus, wie viel Sinn das Kind bzw. der Mensch im Leben sieht, also inwieweit es sich lohnt, für seine Überzeugungen einzustehen und ob es sich dazu fähig hält. Bei dem *Bedürfnis nach Kontrolle* geht es neben der *Kontrolle* in gegenwärtigen Situationen, auch um die Sicherheit für zukünftige Situationen gewappnet zu sein.

Bei Kleinkindern ist das *Bedürfnis nach Kontrolle* und das *Bedürfnis nach Bindung* sehr dicht miteinander verwoben. Kinder haben ein Gefühl von *Kontrolle*, sobald sie ausdrücken können welche Bedürfnisse sie haben. Dies befriedigt das *Kontrollbedürfnis* und wird als positive Erfahrung vermerkt. Das Autonomiebewusstsein des Kindes wird dadurch gestärkt. (GRAWE 2004) beschreibt eine Verletzung des *Kontrollbedürfnisses* als „Gift für die psychische Gesundheit“ Grundsätzlich verstärkt *Inkongruenz* das *Bedürfnis nach Kontrolle* (eb. d., S. 231 ff.).

Als drittes folgt das *Bedürfnis nach Selbstwerterhöhung und Selbstwertschutz*. *Selbstbewusstsein* und *Selbstwert* entwickeln gemessen daran, wie sehr ein Mensch als Säugling, Kind und Kleinkind wahrgenommen und behandelt wurde. Je nachdem wie sich die Eltern bzw. Bezugspersonen verhalten haben, hat es *Selbstwert* und *Selbstbewusstsein* entwickelt.

Für ein Kind ist es wichtig, dass es das Gefühl hat, dass seine Mutter fürsorglich mit ihm umgeht und es sie als „gut“ definieren kann. Ein fähiges Elternteil ist essenziell für das Überleben des Kindes, da seine Existenz maßgeblich von den Bezugspersonen abhängt. Das Kind wird also folglich niemals denken, dass (z.B.) seine Mutter unfähig und „schlecht“ ist, es wird in diesem Fall immer sich selbst als „schlecht“ empfinden, da dies weniger schwerwiegende Folgen hat und seine Existenz nicht bedroht. Das Kind wird Fehler bei sich selbst suchen und nicht bei seiner Mutter. Durch die Annahme des Kindes selbst schlecht oder unzureichend zu sein, leidet folglich auch sein *Selbstwert*.

Wenn das *Bedürfnis Selbstwerterhöhung und Selbstwertschutz* nicht befriedigt wurde, neigen Menschen im späteren Leben zu vermeidenden Verhaltensweisen, z.B. in Beziehungen oder streben nach Zuspruch und Anerkennung von außen (eb. d., S. 250 ff.).

Als letztes Bedürfnis, wird das *Bedürfnis nach Lustgewinn und Unlustvermeidung* aufgeführt. Menschen versuchen unangenehme Situationen zu umgehen und verfolgen all jene, die als wohltuend angesehen werden. Was als angenehm oder unangenehm empfunden wird, richtet sich nach gesammelten Erfahrungswerten. Was als wohlschmeckend empfunden wird hängt beispielsweise nicht nur mit dem realen Geschmack einer Speise zusammen, sondern auch welche Emotionen diese auslöst. Kinder erlernen von ihren Eltern den richtigen Umgang mit Lust und Unlust. Das *Lustbedürfnis* ist eng mit dem *Kontrollbedürfnis* verbunden (eb. d., S. 260 ff., STAHL 2015, S. 40 f.).

2.1.1.3 Hierarchische Ordnung – Bedürfnistheorie von Abraham Maslow

Nun folgt die letzte hier aufgeführte Theorie von (MASLOW 1981). Er wurde am 01.4.1908 in Brooklyn, New York geboren und war Mitbegründer der Humanistischen und Transpersonalen Psychologie und entwickelte die *Bedürfnishierarchie*. Maslow starb am 08.06.1970 in Menlo Park, Kalifornien (WEIDINGER 2005). Abraham H. Maslows Theorie beruht hat im Gegensatz zu den vorherigen auf der klaren *hierarchischen Ordnung*, dass ein niederes Bedürfnis erst auftaucht, wenn das höhere befriedigt wurde. In dieser Hierarchie bilden die *homöostatischen Bedürfnisse* (Gleichgewicht der physiologischen Körperfunktionen) die Basis.



Abbildung 3: Maslows Hierarchie der Bedürfnisse als Pyramide dargestellt, vom wichtigsten Bedürfnis, welches zuerst auftritt (unten), zum Bedürfnis, welches zuletzt auftritt (unten). Eigendarstellung nach (MASLOW 1981).

Die physiologischen bzw. homöostatischen Bedürfnisse sind gleichzusetzen mit den physiologischen Trieben. Sie sind laut MASLOW (1981) die wichtigsten Bedürfnisse. Angenommen alle Bedürfnisse seien unbefriedigt, würden sie aufhören zu existieren, doch die physiologischen Bedürfnisse bleiben bestehen und beherrschen den Organismus. Ein Beispiel für ein physiologisches Bedürfnis ist Hunger. Homöostatische Bedürfnisse, sind solche, die das Überleben sichern, d.h. per definitionem eine normale Blutzirkulation aufrechterhalten (MASLOW 1981, S. 49).

Das nächstuntergeordnete Bedürfnis, ist das *Bedürfnis nach Sicherheit*. Sobald physiologischen befriedigt sind treten die psychologischen Bedürfnisse auf. Zuerst wird das *Sicherheitsbedürfnis* spürbar, dazu zählen unter anderem: Stabilität, Sicherheit, Geborgenheit, Schutz, Ordnung, Grenzen, Struktur usw. Bei Kindern tritt dieses Bedürfnis klarer auf, da sie ihre Reaktionen nicht zurückhalten können.

Kinder benötigen einen geordneten Tagesablauf und Routinen, sowie Gerechtigkeit und Ehrlichkeit. Wenn diese Umstände nicht gegeben sind, kann das Kind laut Maslow unsicher und ängstlich werden (eb. d., S. 52 f.).

Kinder brauchen eine organisierte und strukturierte Welt. Entgegen dem Gefühl von Sicherheit wirken Streit, physische Attacken, Trennung, Drohungen und

Beschimpfungen. Diese Eindrücke können das Kind in Panik versetzen. Auch neue, fremde Reize oder Situationen können Angstreaktionen hervorrufen.

Kinder orientieren sich allgemein an Erwachsenen. Wenn Kinder in einer liebenden und gefahrlosen Familie aufwachsen, lernen sie nur Situationen als gefährlich wahrzunehmen, welche auch von Erwachsenen so empfunden werden.

„So, wie ein satter Mensch nicht länger Hunger fühlt, fühlt sich ein sicherer Mensch nicht länger bedroht.“ (eb. d., S. 54).

Das nächstniedere Bedürfnis ist nach (MASLOW 1981) das *Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Liebe*. Wenn also *physiologische* und *Sicherheitsbedürfnisse* befriedigt sind, würden *Bedürfnisse nach Liebe, Zuneigung und Zugehörigkeit* auftauchen. Wenn diese Bedürfnisse spürbar werden, ist vor allem das Alleinsein und jegliche Form von Zurückweisung besonders schlecht zu ertragen. Das *Zugehörigkeitsgefühl* ist für die psychische Entwicklung von Kindern bedeutsam, wenn sie z.B. zu oft den Wohnort gewechselt haben, wird das *Bedürfnis nach Zugehörigkeit* nicht befriedigt, was sich negativ auf die kindliche Psyche auswirken kann. Das *Liebesbedürfnis* impliziert nicht nur den Wunsch geliebt zu werden, sondern auch selbst zu lieben.

Als nächstes in der Hierarchie ist das *Bedürfnis nach Achtung* zu finden, dies lässt sich auch als das *Bedürfnis nach Wertschätzung, Selbstachtung und Achtung durch andere* bezeichnen. Es bezieht sich auf den Anspruch, eine gewisse Stärke und Leistungsfähigkeit zu besitzen. Der Mensch hat den Willen danach Kompetenzen zu entwickeln, um für seine Leistungen Anerkennung und Ansehen zu erlangen.

Das erhaltene Ansehen bedingt, dass ein Mensch eine Selbstachtung ausprägen kann, sowie auf sich selbst zu vertrauen lernt und seine Relevanz in der Welt zu erkennt. Wird dieses Bedürfnis nicht befriedigt, entstehen Minderwertigkeitskomplexe und das Gefühl verwundbar und schwach zu sein, kann verstärkt werden. *Selbstwertgefühl* entwickelt sich dann, wenn es auf der Erbringung einer eigenen Leistung beruht, und dies aus intrinsischer Motivation entstanden ist, weniger durch das Lob des Umfeldes (eb. d., S. 56 f.).

Das niederste Bedürfnis schließt sich daran direkt an, das *Bedürfnis nach Selbstverwirklichung*.

Maslow geht davon aus, dass erst wenn alle anderen Bedürfnisse befriedigt sind, das *Bedürfnis nach Selbstverwirklichung* spürbar wird. Laut Maslow kann ein Mensch erst zufrieden sein, wenn auch das letzte Bedürfnis befriedigt ist. In diesem Bedürfnis drückt er aus, dass der Mensch tun muss, was sein inneres Bestreben ist. Maslow schreibt: „Musiker müssen Musik machen, Künstler malen, Dichter schreiben, wenn sie sich in Frieden mit sich selbst befinden wollen. Was ein Mensch sein kann, muss er sein.“

Ein Mensch muss herausfinden, was ihm liegt, um dies auszuüben und anzustreben, um dieses Bedürfnis zu befriedigen. Er soll laut Maslow all das sein, was es ihm möglich ist zu sein, also all seine Potentiale ausschöpfen. Dieses Bedürfnis ist von Menschen zu Menschen individuell und höchstpersönlich (eb. d., S. 57).

2.1.2 Instagram als Öffentlichkeitsmedium in Social Media

Instagram gehört mit 1,22 Milliarden aktiven Nutzer:innen pro Monat zu den größten und relevantesten *Social Networks* der Welt. In Deutschland nutzen 35,3 % der Bevölkerung ab 13 Jahren aktiv Instagram, dagegen im Vergleich die Türkei als Spitzenreiter mit einem Anteil von 68,4 % (STATISTA 2021).

Die Fokussierung von Instagram liegt auf Fotos und bildlichen Darstellungen (NUFER, LENZEN 2017; MALEYKA 2019). In der App können Bilder erstellt, bearbeitet und dann veröffentlicht werden (INSTAGRAM, INC. 2021). Da sich diese Arbeit auf das Veröffentlichen von Kinder-Bildern konzentriert, wurde die App Instagram als Beobachtungsgegenstand ausgewählt.

Die Funktionen von Social Media belaufen sich auf das Veröffentlichen von Inhalten in verschiedenen Formaten, sowie das Kommunizieren oder Herstellen von sozialen Kontakten (SCHMIDT, TADDICKEN 2017, S. 8). Durch Social Media ist es möglich Inhalte, wie z.B. Fotografien, Videos, Texte usw. der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen (eb. d. S. V).

Schmidt und Taddicken (2017) haben diese als *Erstellen*, *Veröffentlichen*, *Kommentieren*, *Annotieren*, *Weiterleiten*, *Abonnieren* und *Vernetzen* definiert.

Erstellen bezieht sich dabei auf multi-mediale Inhalte. Diese Inhalte sind sogenannter „user-generated-content“ (WUNSCH-VINCENT, VICKERY 2007). Dazu zählen Bilder, Texte, Videos oder Audiodaten, die von den Nutzer:innen selbst erstellt werden. Die erstellten Inhalte werden folgend vom: von der Nutzer:in *veröffentlicht*. Im Unterschied zum *Erstellen* von Inhalten, sind die Dateien nach dem *Veröffentlichen* für alle Menschen einsehbar.

Wurden die Daten öffentlich gemacht, ist es den anderen Nutzer:innen möglich sie zu *kommentieren*. Neben dem *Kommentieren*, kann der: die Nutzende Beiträge *annotieren*, was umgangssprachlich als „liken“ (dt. gefallen) oder „taggen“ (dt. verweisen) bezeichnet wird. Beim „liken“ kann durch einen Daumen nach oben, ein kurzes Meinungsbild abgegeben werden. Durch „tags“ (dt. Verweise), die unter einen Beitrag gesetzt werden können, lassen sich Beiträge unter festgelegten Schlagworten bzw. Verweisen durch die Suchfunktion gesammelt wiederfinden. Ein Beispiel für einen „tag“ ist Toyah Diebels (2019): #deinkindauchnicht, hinter dem eine Petition gegen Kinderfotos im Internet steckt (DIEBEL 2019, vgl. Kap. 2.1.3).

Durch die Funktion *Weiterleiten* ist es möglich Inhalte weiterzusenden und sie so weiteren Nutzenden zu zeigen. Darüber hinaus kann der: die Nutzer:in den Beitrag auf dem eigenen Profil teilen, das heißt einen Beitrag von jemand anderem auf der eigenen Seite veröffentlichen, dabei bleibt die Person, die den Beitrag erstmals veröffentlicht hat, als Quelle erkenntlich. Wie eingangs erläutert, dient Social Media der Vernetzung, diese gelingt durch das *Abonnieren*. Erst durch diese Funktion ist es möglich immer die neusten Aktualisierungen eines Profils zu folgen, die neusten Inhalte eines Profils werden dann auf der Startseite des: der Nutzenden angezeigt. Aus diesem Grund wird diese Funktion nicht nur *Abonnieren* genannt, sondern auch Folgen und damit sind die Nutzer:innen, die ein Profil abonniert haben, Follower:in (zu dt. (Ver-)folger:innen).

Als letzte grundlegende Funktion nennen Schmidt und Taddicken das *Vernetzen*. Hinter diesem Begriff steckt neben dem Zusammenfinden von verschiedenen Nutzenden, auch das Verknüpfen von diversen digitalen Inhalten wie Nachrichten und Bild (SCHMIDT, TADDICKEN 2017, S. 24 f.).

Instagram hat darüber hinaus noch spezifische Funktionen, dazu zählen Reels (1 min), Stories (15 Sek.) und IGTVs (unbegrenzt), die sich vor allem in der Länge der Videoaufnahmezeit unterscheiden. (INSTAGRAM, INC. 2021).

Die Profile der Instagram-Nutzer:innen werden auch als „Blog bezeichnet“. Blogs haben immer einen persönlichen Bezug zum:zur Ersteller:in, thematisieren aktuelle Geschehnisse aus dem eigenen Leben und sind individuell gestaltet (EBERSBACH ET AL. 2016, S. 60 f.). Durch diese Profile ist es nicht nur möglich Inhalte zu veröffentlichen, sondern auch mit anderen Blog-Gestalter*innen zu interagieren. So ist es jede:r Nutzer:in möglich ein eigenes Kontakt-Netzwerk aufzubauen (DE MOOR, A. & EFIMOVA, L. 2004, S. 197-212).

Datenschutzeinstellungen sind bei Instagram konfigurierbar, der:die Nutzende kann wählen, ob sein:ihr Profil „privat“ oder „öffentlich“ sichtbar ist. Privat bedeutet, dass Follower:innen erst bestätigt werden müssen, um Inhalte sehen zu können. Bei einem öffentlichen Profil können automatisch alle auf geposteten die Inhalte zugreifen (INSTAGRAM, INC. 2021).

Diese Arbeit konzentriert sich auf Profile, die als öffentlich definiert werden, da der Augenmerk darauf liegt, die Inhalte, d.h. Bilder und Videos zu analysieren und bei einem teilöffentlichen Profil (d.h. nur Profilname und Profilbild sind sichtbar) dieser Zugang nicht ausreichend möglich ist (eb.d.).

2.1.3 „Sharenting“ - neues Konzept der öffentlichen Familiendarstellung und –finanzierung?

Eine Studie von Kutscher und Bouillon zur Perspektive von Kindern auf digitale Medienpraktiken im Allgemeinen und in der Familie zeigt, dass Eltern im Umgang mit Medien im Wissenslücken aufweisen. Diese zeigen sich z.B. bei der Bestimmung der Nutzungszeit für Kinder oder dem Preisgeben von persönlichen Daten. Viele Eltern nutzen die Sozialen Medien nicht nur als Kommunikationsmittel sondern auch als Plattform um andere Familienmitglieder und Freund:innen am Aufwachsen ihrer Kinder durch Bild-Beiträge teilhaben zu lassen. Dies kann dazu führen, dass der Kreis von Personen, welche diese Inhalte sehen, größer wird und

der Zweck des Veröffentlichens nicht mehr nur noch ist, Bekannte teilhaben zu lassen, sondern auch die Öffentlichkeit (KUTSCHER, BOUILLON 2018, S. 15 f.).

Der Themenschwerpunkt der Arbeit liegt auf der Nutzung von Instagram in Form eines Mom-Blogs, welcher den Alltag der Familie, einschließlich der Kinder, für eine öffentliche Zuschauerschaft dokumentiert und präsentiert.

Die Digitalisierung hat eine Wirkung auf die Eltern-Kind-Beziehung (KIM, GROTE 2020, S. 11). Entgegen der Vermutung, dass Freund:innen und Außenstehende den größten Einfluss auf die Medienbildung von Kindern haben, zeigt Autenrieth auf, dass vornehmlich Eltern darauf einwirken können. Dadurch sind vor allem sie damit konfrontiert Wege zu finden, wie und ob sie sich in das visuelle Gefüge von Social Media einfinden können. Dazu müssten sie z.B. Regeln aufstellen, um den Medienumgang ihrer Kinder zu kontrollieren und sie in ihrer Medienentwicklung zu unterstützen (AUTENRIETH ET AL. 2017, S. 130).

Die Praxis von Mom-Blogs wird als „Sharenting“ bezeichnet. Das Wort „Sharenting“ setzt sich zusammen aus (engl. sharing) teilen, was sich in diesem Falle auf Fotos, Videos etc. die online gepostet werden, bezieht und (parenting) Kindererziehung bzw. Elternschaft (HOCHWARTER 2019, S. 43 f.).

„Sharenting“ ist erstmals in einem Bericht im Wall Street Journal aus dem Jahr 2012 aufgetaucht. Darin bezog sich der Journalist LECKART (2012) auf das ständige Teilen von Kinderbildern auf Facebook.

„I call it "oversharenting": the tendency for parents to share a lot of information and photos of their kids online. Sure, there's a big difference between announcing your baby's first crawl and details of your dirty-diaper duty (or worse). But it's a slippery slope.“

In der Problematik die Leckart (2012) im Zitat thematisiert, bezieht er sich vermutlich auf das Phänomen der „Good-Mommy“- und „Bad-Mommy“-Blogs. Im Unterschied zu „Good-Mommy-Blogs“, präsentieren „Bad-Mommy-Blogs“ auch unangenehme Familiensituationen, die auf „Good-Mommy-Blogs“ ausgelassen werden. „Good-Mommy-Blogs“ zeigen ausschließlich positive Momente aus ihrem Alltag (HOCHWARTER 2019, S. 53; ORTON-JOHNSON 2017, S. 8).

Zu den Darstellungsformen von „Bad-Mommy“-Bloggerinnen hat Toyah Diebel Stellung bezogen und eine Petition gegen beschämende Kinder-Bilder im Internet gegründet. Diese nennt sich „#Dein Kind auch nicht“ und setzt sich für die Rechte von Kindern auf Instagram ein. Besonders den Aspekt des Missachtens der Privatsphäre der Kinder wird darin betont. Die Kampagne zeigt in Form von Bildern, in denen Erwachsene so positioniert sind, wie Kinder unter anderem in Momblogs, z.B. auf einem Kindertöpfchen, mit verschmiertem Gesicht oder beim Stillen. (DIEBEL 2019)

Anna Brosch fand bei einer Studie mit 113 Teilnehmenden heraus, dass vornehmlich als schön empfundene Bilder von Kindern gepostet werden. Etwa 25% der Eltern gaben an Bilder ihrer Kinder zu teilen, auf denen sie unbekleidet zu sehen sind. 51 Teilnehmende veröffentlichten Bilder ihrer Kinder, auf denen sie in einer unangenehmen Situation waren, ähnlich wie Toyah Diebel auf ihren Bildern darstellt, bekleckert und beschmutzt (BROSCH 2016, S. 230).

Der thematische Schwerpunkt von Momblogs dreht sich um Kinder und Familie bzw. Erfahrungen die Mütter mit ihren Kindern machen und wie sie damit umgehen. Sie versuchen mit ihren Beiträgen persönliche Erkenntnisse zu teilen und darüber unter Anderem Ratschläge und Hinweise zur Thematik zu geben (siehe Kapitel 3.1). Maleyka schreibt über Instagram: *„Die Bildkommunikation ist in einen mediumsspezifischen Kommunikationskode eingelassen, der eine eigenständige „Welt“ entstehen lässt.“* (MALEYKA 2019, S. 198).

Die Profile auf Instagram inszenieren sich auf den Bildern selbst, es wird eine *hyperreale Welt* (BAUDRILLARD 2001) erschaffen, diese gezeigte „Realität“ entspricht somit einer Konstruktion und kann nicht als reales Abbild der Wirklichkeit verstanden werden. Maleyka erläutert dazu weiter, dass die Haupteigenschaft von Instagram die Inszenierung sei, die authentisch wirken soll und mit Filtern und Gestaltungselementen für den:die Follower:in interessant wird (eb. d.).

Mom-Blogs können auch ein wirtschaftliches Bestreben haben, dabei bauen sie Werbebotschaften und Produkte in ihre geteilten Inhalte ein. Hauptinhalt von Beiträgen auf Mom-Blogs sind Einblicke in den Alltag, gefolgt von Werbung. Bei der Bewerbung von Produkte achten die Blogger:innen auf ein transparentes Auftreten (KNAUF 2019, S. 161 ff).

Dies sei vor allem für Werbung ausschlaggebend, um vertrauensvoll und authentisch zu wirken (DEGES 2018). Ab einer Reichweite von etwa 5.000 Follower, ist es möglich durch Werbung auf Instagram Geld zu verdienen. Unternehmen engagieren die Blogger:innen um ihr Produkt auf ihrem Instagram-Profil zu bewerben (HAJOK, WÜSTEFELD 2020, S. 3).

Dabei gibt es verschiedene Kooperationsformen, kurzfristige Kooperationen, die zum Beispiel für Rabattaktionen oder langfristige Kooperationen, die eher dazu dienen eine neue Marke einzuführen und ihre Bekanntheit zu steigern (DEGES 2018, S. 93 ff.).

Die Beispielblogs, die in Kapitel 3.1 aufgeführt werden, bewerben allem auch Produkte für Kinder. Dabei sind oftmals die Kinder Gegenstand der Stories, also der Werbung und präsentieren ein Produkt.

In einer Studie zum Thema Familienblogs auf Instagram fand Knauf heraus, dass 78 von 100 analysierten Blogs ein Augenmerk auf die Präsentation von Produkten für Kinder und Familie legten. Die Mütter bringen dabei ihre persönlichen Erfahrungen mit dem Produkt ein und stellen es vor. Dies beruht meistens auf einer bezahlten Kooperation mit einer Firma (KNAUF 2019, S. 164).

Die Entlohnung der Werbung wird in unterschiedlichen Modellen abgerechnet, diese können je nach Zeit und Aufwand variieren. In (Tab 2.) sind diese Modelle genauer aufgeschlüsselt.

Tabelle 2: Vergütungsmodelle bei Instagram-Werbung nach (DEGES 2018).

Vergütung pro Sponsored Post	Blogger:in wird allein für das Posten des Produktes bezahlt, bzw. das Integrieren in den geposteten Alltag bezahlt.
Prämie pro Leadgenerierung, Neukund:innengewinnung	Blogger:in wird für jede:n (durch einen Post) gewonne:n Neukund:innen bezahlt.
Umsatzbeteiligung/Provision	Blogger:in wird bezahlt, wenn Kund:in über die Verlinkung ¹ in der Story ein Produkt tatsächlich gekauft hat.
Pauschalen für Produkttests und Dienstleistungsbewertungen	Blogger:in bekommt eine pauschale Bezahlung, wenn sie*er das Produkt besonders in Szene gesetzt hat bzw. getestet hat und den:die Follower:in daran hat teilhaben lassen (z.B. bei Rezepten).

¹ Blogger:innen haben die Möglichkeit ihre Story mit einem Link zu verknüpfen mit welchem die Rezipient:innen direkt zum Produkt kommen.

Die Haupteigenschaften einer:s Werbebllogger:in sollten *Glaubwürdigkeit, Vertrauen, Authentizität* und *Identifikation* sein. *Glaubwürdigkeit* liegt z.B. vor, wenn einer Mom-Bloggerin Produkte für Kinder bewirbt. Um *Vertrauen* zu erlangen, muss der:die Blogger:in den Eindruck erwecken, dass ihre Ansicht zum Produkt tatsächlich positiv ist und er:sie die Produkte nutzt. *Authentizität* wird dadurch vermittelt, dass der:die Bloggende eine Verbindung zu seinen Follower:innen herstellt und selbst der Zielgruppe entspricht was einher geht mit der *Identifikation*. Follower sollen das Gefühl bekommen am Leben und dem privaten Alltag des:der Blogger:in teilzunehmen und diese:n zu kennen. Durch diese Verhaltensweisen wird Nähe zum Follower hergestellt, obwohl diese räumlich nicht vorliegen. (eb. d. S. 16-20).

2.1.4 Bedeutung von Privatsphäre und Öffentlichkeit im Internet

Das folgende Kapitel widmet sich der Frage, wo die Grenzen zwischen „öffentlich“ und „privat“ liegen und wie sich die Begriffe im digitalen Raum unterscheiden lassen.

Oft haben Kinder nicht erst nach der Geburt eine Präsenz in Social Media, rund 60.000 Beiträge finden sich 2021 bei Instagram unter dem „#ultraschall“ (INSTAGRAM, INC. 2021). Im Jahr 2016 gab es etwa 11.500 Beiträge innerhalb von drei Monaten mit dem Hashtag #ultrasound gabt, die Föten im Mutterleib abbildeten (LEAVER, HIGHFIELD 2018, S. 6: vgl. Kap 3.1).

Privatheit geht auch mit dem Begriff Distanz einher, wobei Distanz nicht ausschließlich mit einem tatsächlichen räumlichen Abstand gleichzusetzen ist. *"Distanz ist ein in den Verhältnissen der Menschen zu sich selbst, seinem Ich, Über-Ich und Es sowie zu seiner sozialen, physischen und symbolischen Welt [...]"* (LUTHE 1985, S. 87).

Der Begriff Distanz wird vornehmlich von einer Kultur selbst definiert und demnach in verschiedenen Regionen bzw. Kulturen der Welt verschieden skaliert. So wurde Distanz und Privatheit im Mittelalter anders definiert als in der heutigen Zeit. Erst durch eine Distanz, wobei die Größe dieser irrelevant ist, kann ein selbstbestimmtes Handeln des:der Einzelnen möglich werden. Privatsphäre kann nur existieren, wenn hingegen auch Öffentlichkeit existiert. Erst wenn es die Freiheit gibt, die eigene Person im öffentlichen Raum zu positionieren, wird Privatsphäre relevant und genauso umgekehrt. Nur wenn es das private Leben gibt, gibt es auch das öffentliche (LAMNEK, TINNEFELD 2003, S. 42 ff.).

WESTIN (1967) definiert den Begriff der Privatheit, als das Selbstbestimmen darüber, wann und welche Informationen mit jemandem geteilt werden, sowie die Freiheit darüber, sich aus der Gesellschaft entfernen zu können, wie lange es beliebt. Dabei wird Privatheit in vier Kategorien eingeteilt: *das Alleinsein*, gänzlich ohne Beobachtung zu sein, dies ist der höchste Grad der Privatheit, *Intimität*, bedeutend mit einer selbstgewählten kleinen Gesellschaft, abgesondert von der personellen Umwelt zu sein, *Anonymität*, meint das Existieren in einem öffentlichen Raum, ohne identifiziert zu werden oder aufzufallen, *Reserviertheit*, welche gleichbedeutend mit Zurückhaltung gemeint ist, also das Vermeiden von personellen Interaktionen und

dem Aufbau einer psychischen Abgrenzung zu den Mitmenschen. (Zitiert nach LAMNEK 2000, S. 202 f.).

Diese Definition von 1967 hat LAMNEK (2003) auf die heutige Zeit der voranschreitenden Digitalisierung angepasst und merkt an, dass eine solche Grenzziehung zwischen den verschiedenen Privatsphären nicht mehr möglich ist (LAMNEK, TINNEFELD 2003, S. 44).

Privatsphäre beschreibt viel mehr die Kontrolle über die Nähe, sowohl räumlich als auch persönlich zu anderen Menschen selbst bestimmen zu können. Es gibt verschiedene Bereiche der Privatheit aus heutiger Sicht, eine ortsabhängige Privatheit, die Privatheit der Informationsquelle und der Entscheidung (RÖSSLER 2001, S. 84).

Rössler formuliert eine Definition von Privatheit wie folgt: *„[...] als privat gilt etwas dann, wenn man selbst den Zugang zu diesem „etwas“ kontrollieren kann. Umgekehrt bedeutet der Schutz von Privatheit dann einen Schutz vor unerwünschtem Zutritt anderer.“* (eb. d. S. 23)

Durch die Digitalisierung und das Aufbrechen der Distanz, dadurch, dass Fremde im eigenen Haus zu sehen sind, auf Handys oder Fernsehern, wird die Grenze zwischen privat und öffentlich immer schmaler (LAMNEK, TINNEFELD 2003, S. 47).

Die Wahrnehmung von Eltern auf das Thema Privatsphäre bezüglich Social Media ist ambivalent, laut einer Umfrage von Kutscher und Bouillon werden Social-Media-Netzwerke von Eltern unterschiedlich eingestuft. Kutscher und Bouillon fanden heraus, dass Eltern zum Teil zu wenig aufgeklärt zum Thema Datenschutz sind und diesbezüglich von ihren Kindern aufgeklärt werden (KUTSCHER, BOUILLON 2018, S. 47).

Facebook gilt demnach als „öffentlich“ und der Messenger-Dienst WhatsApp als „privat“. Aus diesem Grund versenden Eltern z.B. bedenkenloser Bilder ihrer Kinder auf WhatsApp (eb. d., S. 6). Das Öffentlichmachen und Austausch von privaten Inhalten auf Social Media, kann die Grenze zwischen „öffentlich und privat“ verschwimmen lassen (SCHMIDTKE ET AL. 2019, S. 211), Maleyka benennt es als „Privatheit in der Öffentlichkeit“.

Die Beiträge stammen aus dem täglichen Leben der Bloggenden und sind in einer Vielzahl von Menschen zugänglich.

Im antiken Griechenland stand das Öffentliche über dem Privaten, das Private wurde eher abwertend behandelt (MALEYKA 2019). Laut Arendt war jede:r Bürger:in, welche:r in der Antike als privat galt, zu der ärmeren Schicht gezählt, die Bedienstete waren und daher auch kein besonderes Ansehen genossen. Öffentliche Persönlichkeiten hingegen galten als Vorbild und vornehm (ARENDR 1958; LINDNER 2014).

Unter dem Begriff Öffentlichkeit ist all jenes zu verstehen, was für die allgemeine Bevölkerung zugänglich ist und damit für jeden Menschen frei verfügbar. (SCHUBERT, KLEIN 2020)

„Privat“ und „öffentlich“ werden als Begriffe nicht nur im wissenschaftlichen verwendet, sondern auch im umgangssprachlichen Kontext, dadurch wird eine Definition schwieriger. Öffentlichkeit meint auch Einrichtungen oder Ämter und dient zudem als Überbegriff für die Bevölkerung. Öffentlichkeit steht immer im Gegensatz zu allem Privaten, das nur einer bestimmten Person oder Gruppe offensteht. In welcher unter anderem intime Themen und Inhalte geteilt und thematisiert werden, diese Informationen stehen dann nur dieser Person oder Gruppe zur Verfügung und nicht der breiten Bevölkerung.

Kommunikation spielt sich zunehmend digital ab, deswegen bedarf es einer neuen Definition von Öffentlichkeit und Privatheit. Persönliche Daten sind leichter zugänglich, da sie von jedem selbst in Plattformen eingegeben werden (können). Die Privatsphäre wird immer transparenter und der Begriff schwerer zu definieren (PIETRINI, LARSEN 2016).

2.1.5 Rechte von Kindern in der Öffentlichkeit

Dieses Kapitel bezieht sich auf die ethischen und gesetzlichen Rechte von Kindern in der Öffentlichkeit und im Speziellen auf Instagram.

Kinder haben nicht dieselben Rechte wie Erwachsene, dies dient vor allem ihrem Schutz. Beispielsweise sind sie haben sie nicht das Recht darauf Kaufverträge abzuschließen oder zu Wählen. Ab dem siebten Lebensjahr sind sie beschränkt

geschäftsfähig, darunter geschäftsunfähig (BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ).

Frantz, Hojak und Lauber haben in Bezug auf das Veröffentlichen von Kinderbildern online die Rechte von Kindern geprüft (weiterführend Kap. 4). Das Recht am eigenen Bild zählt zu den Persönlichkeitsrechten und steht auch Kindern zu. Sobald ein Mensch geboren wurde, ist er vor dem deutschen Gesetz Träger:innen von Rechten, jedoch als Kind nicht geschäftsfähig. Die Eltern als Stellvertreter:innen für die Interessen und Rechte ihre Kinder ein. Sie gelten erst ab einem Alter von acht Jahren als beschränkt geschäftsfähig. Solange das Kind noch nicht volljährig ist, obliegt die Entscheidung, was veröffentlicht werden darf und welche Rechte in Anspruch genommen werden, bei den Eltern (FRANTZ ET AL. 2016, S. 100).

„Absolut höchstpersönliche“ Rechte sind nicht vertretbar, sie können nur von einer vollgeschäftsfähigen Person selbst entgegengenommen werden, nicht durch eine Vertretung. Dies trifft auf wenige Ausnahmen zu, diese sind Heirat, Todesverfügungen, Anfechten eines Erbvertrages sowie dessen Aufhebung und bestimmte Willenserklärungen, die im Gesetz verankert sind (§1930 BGB).

Das sogenannte „Recht am eigenen Bild“ ist in Deutschland in mehreren Gesetzen verankert, wie z.B. „§ 201a Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs und von Persönlichkeitsrechten durch Bildaufnahmen“ (BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ) sowie „§ 22 Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie“ (BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ).

Inhalt dieser Gesetze ist, dass Bilder ohne Einwilligung der abgebildeten Person nicht veröffentlicht werden dürfen, ebenso Einblicke in die Intimsphäre.

Vollgeschäftsfähige Personen, also all jene ab dem 18. Lebensjahr können gebrauch vom *Recht auf Vergessen* machen. Dies besagt, dass digitale Daten umgehend gelöscht werden müssen, wenn es vom: von der Betroffenen verlangt wird (EUROPÄISCHES PARLAMENT 2016).

Ein weiteres Recht bzw. Gesetz, das durch Mom-Blogs und „Sharenting“ berührt wird, ist das Kinder- bzw. Jugendarbeitsschutzgesetz, da das Teilen von Kindern im Internet beinhaltet, dass Foto-, Video-, und Tonaufnahmen von ihnen angefertigt

und veröffentlicht werden. Dahinter steht oft das Ziel etwas zu bewerben oder die Reichweite (also die Abonnent:innen-Zahl) zu erhöhen.

Vor dem Deutschen Gesetz ist ein Mensch bis zum 15. Lebensjahr ein Kind, danach bis zur Vollendung des 17. Lebensjahres ein:e Jugendliche:r. Das Gesetz besagt, dass Kinderarbeit verboten ist, dabei gibt es nur wenige Ausnahmen. Eine der Ausnahme ist das Aufnehmen von Bild-, Ton-, Filmaufnahmen auf Antrag. Dabei gelten sehr strikte Regeln (siehe Anhang T). Zusätzlich bestimmt die Aufsichtsbehörde darüber, in welchem Zeitraum das Kind beschäftigt werden darf, an welchem Tag und wie lange, sowie die Festlegung der Pausenzeiten (BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ).

Neben den gesetzlichen Rechten kommen Kindern auch in der Ethik bestimmte Rechte zu. Dazu wirft Feinberg eine Kinderrechtsfrage auf. Die Frage um das *Recht auf offene Zukunft* ist viel diskutiert und über die Bedeutung dahinter herrscht wenig Einigkeit. Dieses ethische Recht besagt, dass nichts für Kinder entschieden werden darf, dass ihre Zukunft maßgeblich beeinflusst bzw. behindert. Feinberg teilt Rechte in *A*, *C* und *A-C Rechte* ein. Das sind zum einen Rechte, die nur Erwachsenen (Adults) zukommen, zum anderen Rechte, die nur Kindern (Children) zukommen und Rechte die sowohl Erwachsenen als auch Kindern zukommen. *C-Rechte* ergeben sich aus der Abhängigkeit des Kindes, dazu zählt ein Recht auf Nahrung, Unterkunft, Schutz, zusammengefasst unter dem Begriff *Unterhaltsrechte*. Zu den *C-Rechten* zählen des Weiteren die *Vertrauensrechte*, diese sind gleichzusetzen mit dem *Recht auf Autonomie*. Dieses bezeichnet Feinberg als *A-Recht* und kommt Kindern zu, wenn sie imstande sind eigene Entscheidungen zu treffen und diese zu überblicken. Das Recht bezeichnet also den Umstand, dass es dem Kind gesichert ist, dass ihm nichts "vorentschieden" wird, bevor es selbst fähig ist eine Entscheidung zu treffen. Es wird dem Fall verletzt, wenn für das Kind mit Folgen für seine Zukunft entschieden wird und ihm damit Möglichkeiten im späteren Leben genommen oder beschränkt werden. Solange ein Kind noch nicht volljährig ist, sollen ihm alle Zukunftsoptionen offengehalten werden. Bei dem *Recht auf offene Zukunft* geht es vornehmlich darum, dass die Autonomie, die ein Kind als Erwachsener erlangen wird, während seiner Kindheit geschützt und bewahrt wird (FEINBERG 1992, S. 76 ff.).

3 Methoden und Daten

3.1 Online-Recherche von Mom-Blogs

Die Auswahl der Mom-Blogs wurde anhand von den Kriterien Follower:innenanzahl, Account-Ausrichtung, Sprache, Aktivität und Relevanz ausgewählt. Die drei Blogs sind deutschsprachig und haben zwischen 50.000 – 300.000 Follower:innen. Sie legen ihren Hauptfokus auf Kinder und sind täglich aktiv. Die Kinder werden deutlich sichtbar und erkennbar fotografiert. Der Vollständigkeit halber ist zu sagen, dass es viele Mom-Blogs auf Instagram gibt, die ihr Kind nicht vollständig zeigen, diese Accounts sind aber nicht Analysegegenstand dieser Arbeit, da sie aufgrund der begrenzten Sichtbarkeit anders zu bewerten wären und die Privatsphäre-verletzung der Kinder dabei möglicherweise geringer ausfallen könnte. Die Anzahl der Follower:innen, der ausgewählten Mom-Blogs ist entsprechend hoch, um Werbeaufträge bekommen zu können (HAJOK, WÜSTEFELD 2020, S. 3).

Sie bewerben die Produkte zudem auch mit ihren Kindern, was möglicherweise schwerer wäre, würden sie das Gesicht ihrer Kinder verbergen. Gegenstand dieser Arbeit ist es zu erforschen, was der aktuelle Stand der Forschung zu „Sharenting“ aufzeigt, wenn die Kinder offen, mit Namen und Daten abgebildet werden. Diese drei Blogs dienen beispielhaft der Anschaulichkeit und tragen zum Verständnis bei, wie die tägliche Praktik ausgeführt wird und sie sollen belegen, wie die recherchierten Fakten in der Realität umgesetzt werden.

3.1.1 Mom-Blog „die.reuters“

Im Profil von „die.reuters“ ist erkenntlich, dass die Mom-Bloggerin drei weibliche Kinder hat. Die Namen derer sind aufgereiht, mit den Tags: #motherhood #travel #fashion, die umschreiben was ihr Blog thematisiert. Diesbezüglich werden Ratschläge und Anregungen gegeben.



Abbildung 4 Screenshot per Handy vom Profil "die.reuters" vom 28.07.2021. Eigenaufnahme.

Die Anzahl der geposteten Bilder beläuft sich am 28.07.2021 auf 705 mit 83.000 Followern. Der Kreis um das Profilbild, auf dem die Mutter mit ihren Töchtern zu sehen ist, weist darauf hin, dass eine neue Story verfügbar ist. Der erste Beitrag stammt aus dem Jahr 2015 und bildet die Mutter ab mit einem Baby-Jäckchen in den Händen (Anhang B). Der Mom-Blog „die.reuters“ ist ein Beispiel für einen „Good-Mommy“-Blog. Darin werden ausschließlich inszenierte Fotografien abgebildet, die das Aufwachsen von Kindern und das Familienleben idealisiert präsentieren (Anhang C).

Die Kinder treten stets gepflegt und schön, abgestimmt gekleidet in Erscheinung. Die Bilder sind mit einem hellen Filter belegt, sodass alles einen glänzenden Effekt bekommt. Das Leben der Kinder wird darin detailreich gezeigt, wie zum Beispiel Geburtstage, sie werden auffällig und detailreich in mehreren Posts inszeniert und zuvor angekündigt.



Abbildung 5: Bildschirmaufnahme per Handy von Geburtstagsaufnahmen von "die.reuters". Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

Alle Kinder sind schon vor ihrer Geburt mit einem Ultraschallbild sowie direkt nach der Geburt im Instagram-Profil in Erscheinung getreten (Anhang D, E).



Abbildung 6: Screenshot vom PC von einem Beitrag von "die.reuters" worauf die Mutter mit einem Ultraschallbild ihrer Tochter gezeigt ist. Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

Bei „die.reuters“ hat jedes Kind ein eigenes Story-Highlight, in dem Beiträge gespeichert sind, die das Aufwachsen des Kindes dokumentieren. Darin sind unter anderem besondere Momente, wie die ersten Schritte des Kindes oder Urlaube zu finden (Anhang F). Unter dem Highlight „Codes“ sind Werbung und Werberabatte aus Kooperationen abgespeichert (Anhang G).



Abbildung 7: Bildschirmaufnahme vom Handy von einer Highlight-Story von "die.reuters". Darauf ist die Tochter abgebildet, während sie das erste Mal läuft. Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

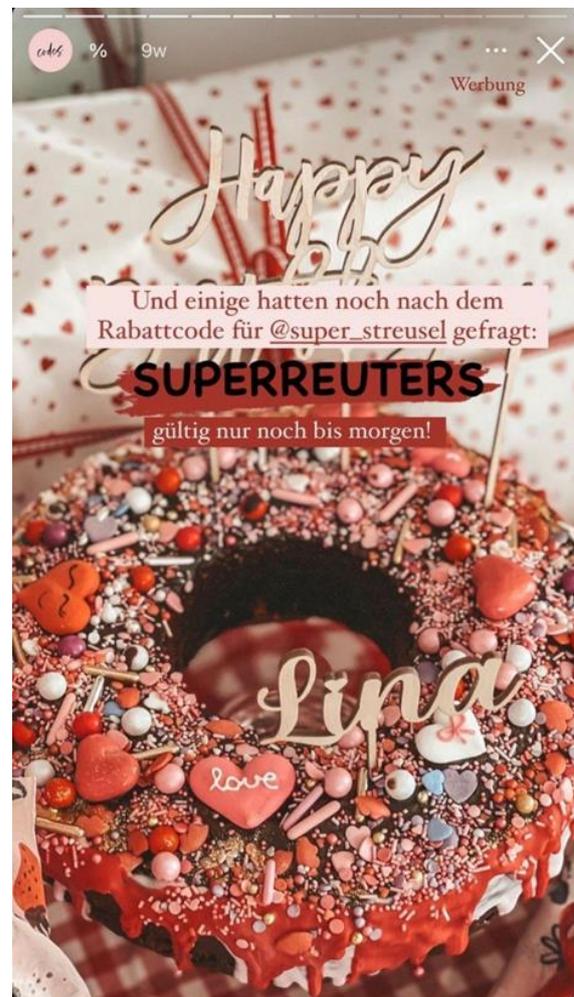


Abbildung 8: Bildschirmaufnahme per Handy von einer Highlight-Story von "die.reuters". Diese Abbildung zeigt den Geburtstagskuchen für die Tochter Lina und bewirbt Gebäckdekoration. Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

3.1.2 Mom-Blog „lisarrey“

Im Gegensatz dazu steht der Blog „lisarrey“. Er ist ein Beispiel für einen „Bad-Mommy“-Blog, der alle Seiten des Mutter-Seins zeigt und dabei auch vor allem die negativen Aspekte herausstellt.



Abbildung 9: Screenshot vom PC von einem Beitrag von "lisarrey". Darauf ist der Sohn beim Füttern mit verschmierem Mund und beschmutztem Lätzchen zu sehen. Eigenaufnahme 28.07.2021.

Kinder sind mit schmutziger Kleidung abgebildet, verschmierem Gesicht oder wenn sie weinen (Anhang H).

„lisarrey“ hat mit 298.000 eine hohe Follower:innenzahl. Bei der Betrachtung des Profils wird direkt sichtbar, dass es sich um einen Mom-Blog handelt.

Die Namen und Geburtsjahre sowie -monate der Kinder sind offen zu lesen. Die Profilbeschriftung zeigt auch ihren Beziehungsstatus. Sie beschreibt, dass ihre Inhalte in eine sexuell-humorvolle Richtung gehen, welche sich auch in ihren Highlights wiederfinden.

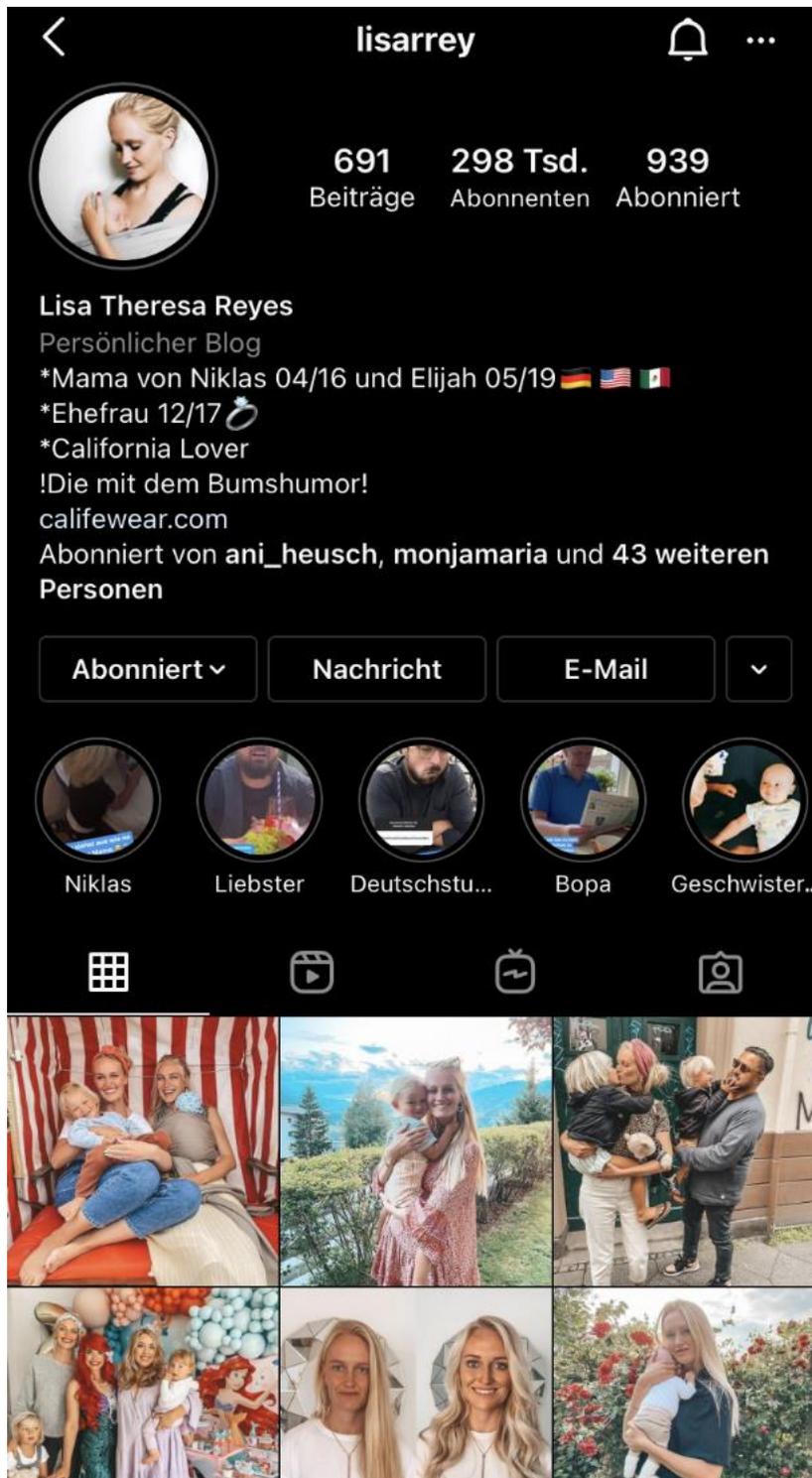


Abbildung 10: Screenshot per Handy vom Mom-Blog "lisarrey". Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

„lissarrey“ hat zudem eine eigene Kleidungskollektion für Kinder konzipiert, der Link dazu ist auch zu sehen (Anhang I). Im Blog „lissarrey“ befinden sich einige Beiträge zum Thema Stillen. Die Mutter stillt ihren Sohn auch während der Video-Sequenzen in ihren Stories.



Abbildung 11: Screenshot per PC vom Beitrag von „lissarrey.. Darauf ist die Mutter abgebildet, wie sie ihren Sohn stillt, während die sich schminkt. Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

Werbepartnerschaften sind auch bei „lissarrey“ zu finden, sowohl für Produkte für Mütter als auch für Kinder. (siehe Anhang J und K) Der erste Post des Profils ist von 2017 und ist eine Werbebeitrag der Mutter für ein Beauty-Produkt (Anhang L).

Die Leben der Kinder werden im Profil genau wie bei „die.reuters“ von Geburt an öffentlich gezeigt (Anhang M).

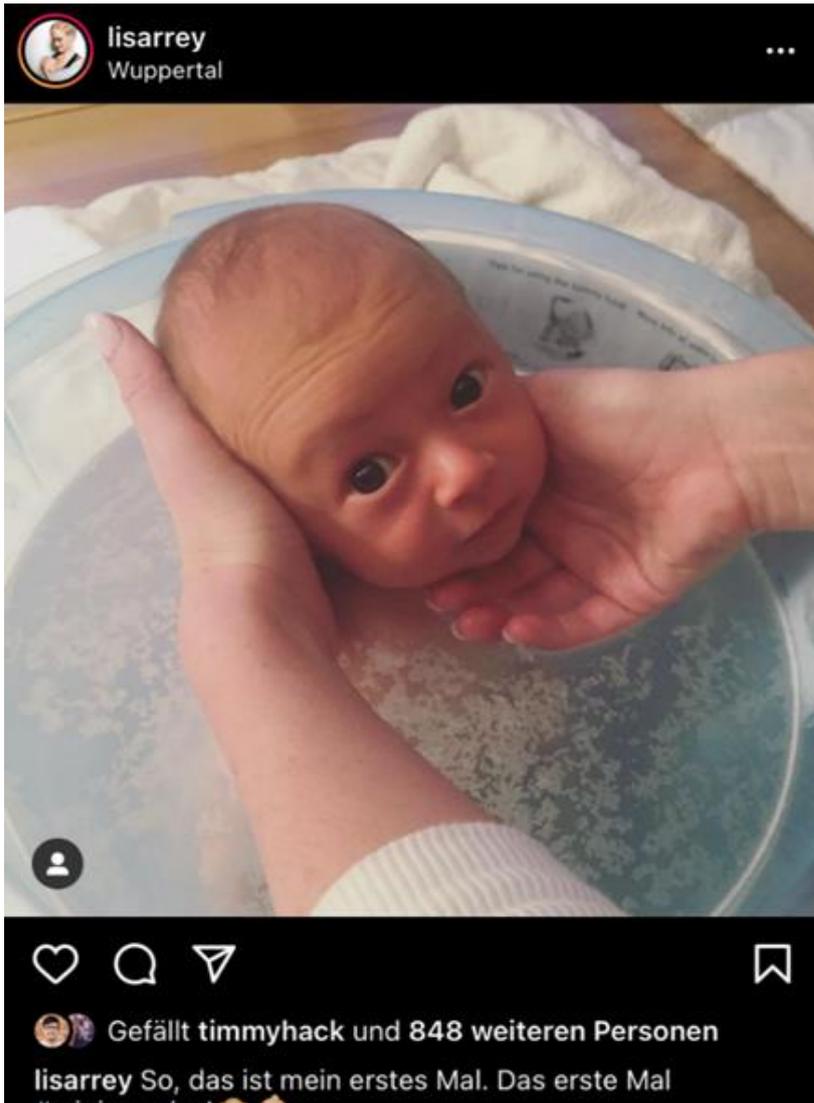


Abbildung 12: Screenshot per Handy von einem Beitrag von "lisarrey" auf der ihr Sohn als Neugeborener abgebildet ist und gebadet wird. Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

Auffällig war, dass im Blog von „lisarrey“ anders als bei reuter, weniger besondere Inszenierungen zu finden waren, wie z.B. bei Geburtstagen oder anderen Anlässen.

3.1.3 Mom-Blog „ally_eliyah_and_me“

Der Blog „ally_eliyah_and_me“ ist in seiner Ausrichtung darauf bedacht Ratschläge und Werbeempfehlungen zu geben. Es wird auch hier direkt deutlich, dass es sich um einen Mom-Blog handelt. Die Namen der Kinder finden sich im Blogname wieder. Die Beschreibung des Blogs handelt weniger von den Kindern als von der Mutter selbst.

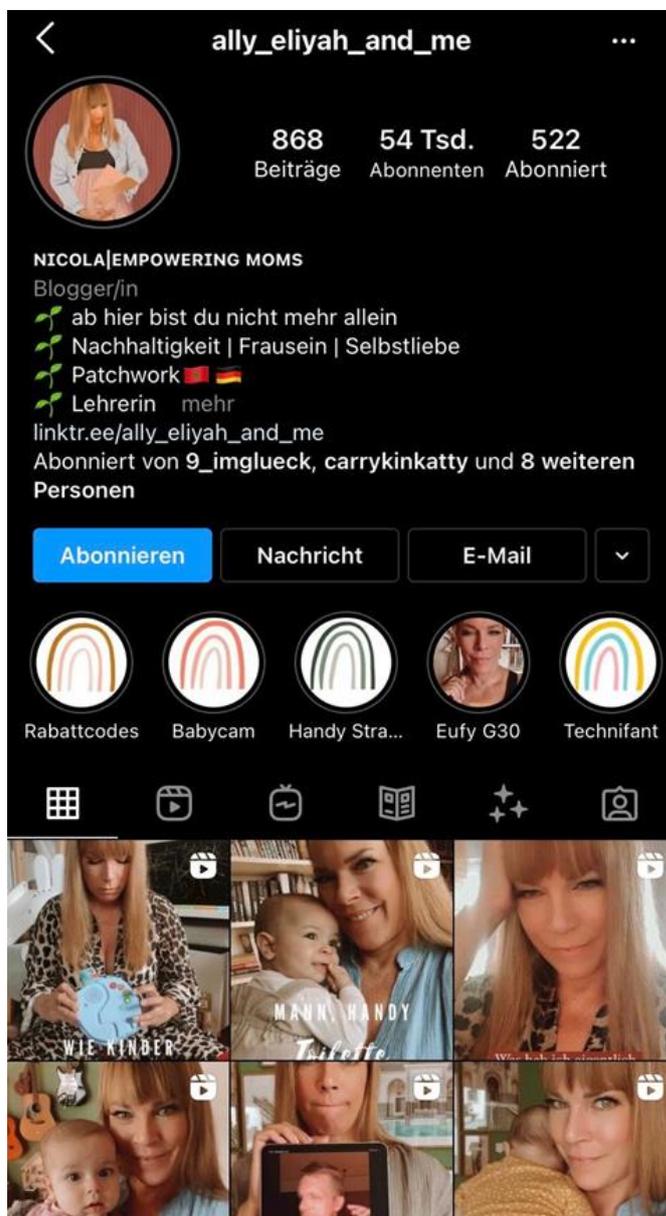


Abbildung 13: Bildschirmaufnahme vom Blog „ally_eliyah_and_me“ worauf die letzten Beiträge zu sehen sind. Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

Die Inhalte des Blogs sind multimedial und vermehrt Videos. Der erste Beitrag von „ally_eliyah_and_me“ stammt aus dem Jahr 2016 und zeigt eine Katze (Anhang N). Die Kinder werden auch hier von Geburt an offen gezeigt bzw. auch per Ultraschall schon vor der Geburt.



Abbildung 14: Bildschirmaufnahme per PC vom Blog "ally_eliyah_and_me". Darauf ist ein Ultraschallbild zu sehen, was das Kind zeigt. Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

„ally_eliyah_and_me“ gibt in vielen Inhalten Ratschläge über Kindererziehung oder gesundheitlichen Problemen von Kindern. Darüber hinaus werden Erfahrungen geteilt und nach der Meinung von anderen Müttern gefragt, dabei werden die Kinder zum Teil beschämenden Situationen gezeigt. In Anhang O ist eine Bildschirmaufnahme eines Videos zu sehen, welches die Tochter als Säugling

abbildet. Darauf hat sie Bauchschmerzen, weint und Geräusche sind hörbar. Werbeinhalte sind im Blog ebenfalls zu finden, sie werden auch von den Kindern präsentiert und sind detailreich gestaltet (Abb. 14). Die Kinder sind Hauptbestandteil der Beiträge, sie werden nicht nur in positiv inszenierten Situationen dargestellt, sondern auch wenn sie weinen (Abb. 15).



Abbildung 15: Bildschirmaufnahme per PC von einem Werbebeitrag von "ally_elyah_and_me". Der Sohn präsentiert das Tablet in seinem Kinderzimmer. Eigenaufnahme vom 28.07.2021



Abbildung 16: Bildschirmaufnahme per PC von einem Beitrag von "ally_elyah_and_me". Zuseher ist die weinende Tochter in einem Korb liegend. Eigenaufnahme vom 28.07.2021.

3.1.4 Übergreifende Ergebnisse aus der Recherche

Die Mütter der Mom-Blogs sind auch untereinander vernetzt und treffen sich privat. Diese Treffen sind auf den Accounts für die Follower:innen dargestellt, sodass sie die daran teilhaben können (Anhang P).

Bei allen drei Accounts konnte beobachtet werden, dass bei jeder neuen Geburt ein Zuwachs an Likes auf Beiträge verzeichnet, werden konnten. Was möglicherweise einen Zusammenhang zwischen Kinder-Bildern und Follower:innen bzw. Like-Höhe aufzeigt und zur These führt, dass *Mom-Bloggerinnen bewusst mehr Kinder bekommen und diese online zu präsentieren, um mehr Follower:innen zu generieren* (Anhang Q, R und S).

4 Diskussion und Ergebnisse

4.1 Auswirkungen von „Sharenting“ auf die Grundbedürfnisbefriedigung von Kindern

Anschließend sollen die Forschungsfragen beantwortet und die wichtigsten Aspekte der Arbeit zusammengefasst werden.

Wie die Literaturrecherche zeigte, konnte in vielen Bereichen, wie z.B. Privatsphäre (Kap. 2.1.4), Datensicherheit, Ethik und Psychologie, eine Benachteiligung für Kinder festgestellt werden, wenn ihre Eltern „Sharenting“ betreiben. Gerade im Bereich des Kinderrechts werden viele Grenzen übertreten. Auch das Jugendarbeitsschutzgesetz, welches verankert, dass Kinderarbeit verboten ist, wird von Eltern durch „Sharenting“ missachtet.

Die in Kapitel 2.1.1 aufgeführten Grundbedürfnisse lassen sich auf die Situation von Kindern, die in Mom-Blogs geteilt werden, übertragen. An die Theorien von Maslow, Murray und Grawe werden im Folgenden angeknüpft und es wird akzentuiert, welche Aspekte auf „Sharenting“ zu übertragen sind.

Laut MURRAY (1938) und FREUD (1923), besitzt jeder Mensch neben dem „Es und Ich“ auch das „Über-Ich“ und „Ich-Ideal“, Kinder die täglich in der Öffentlichkeit ausgesetzt, entwickeln möglicherweise einen ausgeprägteren Bezug zu ihrem Ich-Ideal und Über-Ich. Schon im Alter von einem Jahr entwickelt sich das „Ich“ des Kindes, ab 3 Jahre das „Über-ich“ (BATTEGAY 1992, S. 117).

Vor allem in „Good-Mommy“-Blogs werden Kinder so platziert, wie sie „ideal“ erscheinen. Durch passende Kleidung und der Mutter, die die Kinder lobend motiviert, werden diese Momente für das Kind als Belohnung verstanden, die aber potenziell als unangenehm wahrgenommen werden können. Um der Mutter zu gefallen und zu entsprechen, wird dieses Gefühl möglicherweise unterdrückt (NAMKA 2016). Dabei kann ausgeblendet werden, dass diese Situationen eher unnatürlich scheint und deswegen eine Illusion beim Kind erzeugen könnte. Das Lob der Mutter kann manipulierend sein, da sie das Kind zu ihrem Zweck mobilisiert (vgl. SCHMID 2019, SACHSE 2021).

Wird das Kind für etwas gelobt, was nicht mit dem eigenen Empfinden übereinstimmt, kann die Selbstachtung leiden (MASLOW 1981, S. 56).

Es ist also davon auszugehen, dass die Bilder in Mom-Blogs oftmals konstruiert und nicht aus einer Situation heraus entstanden sind. Stories und Beiträge können überlegter gestaltet und gestellt werden als das Verhalten im persönlichen Kontakt (KRÄMER ET AL. 2017, S. 44).

Durch diese gefühlte Realität, die sich, da sie auch zeitlich nachvollziehbar angeordnet ist, wie die tatsächliche Realität anfühlt, wird ein Bild inszeniert, welches es dem Nutzenden und möglicherweise auch dem:der Abgebildeten schwer macht, dies zu unterscheiden. Durch dieses Inszenieren ist es verlockend, eine Identität zu kreieren, die nur ein geschöntes Abbild der Wirklichkeit ist und nicht die Wirklichkeit selbst, da sich diese meist nicht in voller Perfektion und Schönheit abspielt, und dies von den Nutzer:innen eher ungern gesehen wird (BROSCH 2016). Dabei greift die Wortwahl von Maleyka (MALEYKA 2019) der „Hyperrealität“ (BAUDRILLARD 2001) wieder. Die Kinder werden in die Inszenierung des Blogs durch die Mutter abgebildet (Maleyka 2019, S. 199 f.).

Gerade für Kinder könnte es schwierig sein, dieses Realitätskonstrukt zu durchschauen, tagtäglich werden Geschichten aus ihrer Lebenswelt von einer

subjektiven Person, ihrer Mutter, in die Öffentlichkeit getragen, daraus entsteht eine völlig neue Normalität. Für den:die Rezipierende:n ist der eigentliche Zusammenhang aus den Schilderungen nicht ersichtlich, da es sich immer nur um Bruchstücke der tatsächlichen Geschichte handelt. Es bleibt dabei zu viel Spielraum, um den Ablauf exakt nachvollziehen zu können, dieser lässt sich auch vom Erzählenden nicht in voller Gänze beherrschen (KIM, GROTE 2020, S. 25 ff.).

Für die Mütter kann ihr Mom-Blog auf Instagram als Ventil zum Alltag dienen, sie können sich mit Gleichgesinnten austauschen und mentale Unterstützung erfahren (eb. d. S. 12.).

Klucarova und Hasford (KLUCAROVA, HASFORD 2021) vermuten einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Postens von Kinderbildern und dem Wunsch nach Zugehörigkeit der Mom-Bloggerin. Sie gehen davon aus, dass je öfter und exzessiver Eltern ihre Kinder posten, und damit ethisch und moralische Grenzen überschreiten, desto weniger wollen andere tatsächlich mit ihnen in Kontakt kommen, da es auf andere so wirken kann, als würden sie durch das Posten ihrer Kinder Aufmerksamkeit suchen. Also der Effekt von Zugehörigkeit, den sich die postende Mutter wünscht, wird nicht erfüllt. Folglich kann der Wunsch nach Zugehörigkeit schwierig erfüllt werden (KLUCAROVA, HASFORD 2021, S. 2, 7).

Andererseits kommen Mütter durch ihren Blog in Kontakt mit anderen Eltern in einer ähnlichen Situation, die ihre Beiträge positiv kommentieren, somit ist anzunehmen, dass es nicht in jedem Fall zutrifft, dass Mütter aufgrund ihrer Postings prinzipiell Ablehnung von allen anderen Müttern erfahren. Dies zeigt sich auch in den Follower:innenzahlen der exemplarischen Blogs in Kapitel 3.1.

UMFRAGEERGEBNISSE ZUM POSTEN VON KINDERFOTOS IN SOZIALEN NETZWERKEN DURCH DIE ELTERN 2019

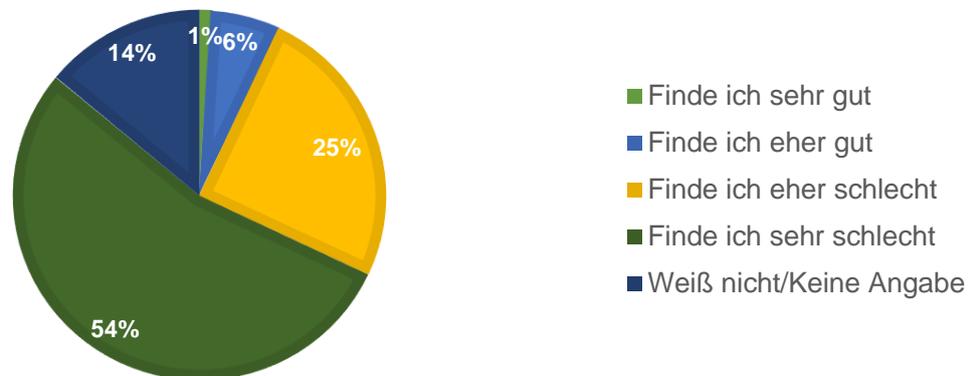


Abbildung 17 Meinungsumfrage von 1.205 Befragten; ab 18 Jahren zum Posten von Kinderfotos durch die Eltern, verändert nach (YouGov 2019)

Sicher ist hingegen, dass einige Menschen dieses Verhalten kritisieren (DIEBEL 2019). Wie die Umfrage der YouGov zeigt, empfinden über die Hälfte der Befragten das Posten von Kinderbildern auf Sozialen Netzwerken durch ihre Eltern als „sehr schlecht“. Nur ein Prozent bewertet diesen Umstand als „sehr gut“ (vgl. Abb. 17).

Darüber hinaus geben Kinder (zwischen 11-12 Jahren) an, bei der Entscheidung was von ihnen gepostet wird, aktiv beteiligt sein zu wollen und dass ohne ihre Zustimmung nichts veröffentlicht werden soll (FANKHAUSER ET AL. 2017, S.206 f.).

Neben dem Wunsch nach Zugehörigkeit ist laut der Umfrage von Pettigrew, Archer und Harrigan die größte Motivation für Mütter „Sharenting“ zu betreiben, der Wunsch sich mit anderen Müttern auszutauschen, die dieselben Ansichten haben, dieser Faktor war vor allem für Mütter wichtig, die im realen Leben wenig soziale Kontakte hatten (PETTIGREW ET AL. 2016, S. 1027).

Einkommenssicherung kann ein weiterer Grund sein, warum Mütter auf Instagram aktiv ihren Familienalltag teilen. Ein weiterer positiver Aspekt von „Sharenting“ ist, dass das Teilen der eigenen Lebenswelt für eine Aufklärung sorgt und die weibliche Perspektive auf das Elternsein in den Fokus stellt. Nicht nur heteronormative Familien präsentieren ihren Alltag auf Instagram. Dies kann dazu dienen, die Gesellschaft zu sensibilisieren und Gleichgesinnte zueinander zuführen. Dies eint

laut Knauf alle Familienblogs, sie wollen sich vernetzen und das Gefühl von Gemeinschaft herstellen (KNAUF 2019, S. 158; vgl. Anhang P).

Neben sozialen und finanziellen Gründen könnten Rückschlüsse auf die persönlichen und psychologischen Motive einer Mom-Bloggerin gezogen werden. Der Gefährdungsatlas für jugendgefährdende Medien warf dazu den Begriff der *exzessiven Selbstdarstellung* ein, also das ständige Inszenieren der eigenen Person im Internet, das z. T. Eltern über ihr Kind online betreiben (BRÜGGEN ET AL. 2019, S. 97).

Diese Selbstdarstellung trifft auf ein breites Publikum, welches schnell auf die Beiträge reagiert und Rückmeldung gibt, ob ein Beitrag gefällt, oder nicht. Da es wahrscheinlich das Bestreben der:des Blogger:in ist, überwiegend positive Resonanz zu erhalten, werden die Beiträgen dementsprechend angepasst. Welche Themen keine positive Rückmeldung bekommen, werden vermieden. Dadurch kann eine angepasste idealisierte Darstellung der vorgegeben Realität erzeugt werden (MALEYKA 2019, S. 202 ff).

Ein weiterer Punkt, der daran bedenklich erscheinen könnte, ist die Abhängigkeit von der positiven Resonanz der Follower:innen. Die Ansprüche dieser werden wahrscheinlich auf die Kinder übertragen, damit diese sich bei den Alltagsaufnahmen so verhalten, wie es dem Publikum beliebt.

Die Mutter, die möglicherweise ihre Einkünfte aus den Werbeaufträgen generiert, ist diese positive Resonanz wichtig. Sie benötigt eine konstante Follower:innenanzahl um weiterhin Aufträge zu erhalten (DEGES 2018, S. 17). Diesen Druck gibt sie potenziell auch an ihre Kinder weiter, welche dann unter Stress stehen könnten. Die Privatsphäre, die in Kapitel 2.1.4 beschrieben wurde, kommt den Kindern in Mom-Blogs kaum bis gar nicht zu (vgl. Kapitel 3.1).

Bei diesen Phänomenen werden die Grenzen des Kinderrechts häufig übertreten. (BRÜGGEN ET AL. 2019, S. 97). Laut Fankhauser und Fischer sollte das *Recht am eigenen Bild* kein vertretbares Recht sein. Sodass nicht von ein:e Vertreter:in entschieden werden kann, ob eine Fotografie die Intimsphäre der:des Abgebildeten verletzt, sondern nur dieser selbst. Wenn ein Bild eines Kindes veröffentlicht wird, auf dem es beschämend abgebildet ist, läge dann eine Persönlichkeitsverletzung vor. Da Kinder dies noch nicht selbst entscheiden bzw. sich dem Ausmaß nicht

bewusst sein können, sei es auch nicht vertretbar, dass eine Dritte Person, also demnach die Eltern, dies entscheiden dürfen (FANKHAUSER ET AL. 2017, S. 200 f.).

Im Gesetz ist verankert, dass kein Bildnis ohne die Einwilligung des Abgebildeten ausgestellt werden darf. Ein Bildnis setzt voraus, dass die abgebildete Person identifizierbar ist. Bei besonders jungen Kindern ist es fraglich ab wann diese Erkennbarkeit vorliegt. Einerseits ist davon auszugehen, dass sie als Säugling noch keine markanten Gesichtszüge besitzen, welche sie eindeutig identifizierbar machen, andererseits sind Menschen auch dann schon für nächstehende Personen klar erkennbar und differenzierbar (eb. d., S. 199; VETTER 2017).

Ähnlich verhält es sich mit dem Recht informationelle Selbstbestimmung, welches sich mit dem *Recht auf Vergessenwerden* vergleichen lässt. Wird der Name oder andere persönliche Informationen des Kindes offen mit seinem Foto präsentiert, bleibt dem Kind keine Wahl mehr darüber, welche Informationen von ihm weitergetragen werden (eb. d. S. 207, vgl. Kap. 2.1.5).

Diese potenziellen Rechtsübertretungen könnten darin begründet sein, dass Eltern sich über ihre Kinder identifizieren und sie deshalb als Teil ihrer Selbst online präsentieren wollen. Wenn Eltern dann Beiträge, die ihre Kinder thematisieren online posten, identifizieren sie sich wiederum auch mit anderen Eltern und fühlen sich zugehörig. Wenn immer die Eltern ein Bild der Familie und der Kinder definieren, inwiefern kommt das Selbst des Kindes dabei zum Tragen (KLUCAROVA, HASFORD 2021, S. 2)?

Das tatsächliche „Ich“ des Kindes könnte dabei eng mit dem der Mutter verbunden sein und damit überlagert werden. Mutter und Kind ergeben eine Symbiose. Das *Bedürfnis nach Autonomie* bliebe dabei unbefriedigt und dem Kind würde Kontrolle entzogen. *Konsistenz*, welche Grawe in seiner Theorie als besonders relevant herausstellt, würde dem Kind möglicherweise nicht gewährt. Ebenfalls in Stresssituationen wird das Kind fotografiert oder gefilmt, entgegen dem Wunsch nach Bindung und Beruhigung. Dadurch könnte ein Gefühl von *Inkongruenz* ausgelöst werden. Die Mutter ist möglicherweise für das Kind in diesen Momenten nicht auf die benötigte Weise verfügbar, was sich wiederum auch auf das *Kontrollbedürfnis* auswirken kann. (vgl. GRAWE 2004, S. 260 f.)

Auch das *Bedürfnis nach Selbstverwirklichung* kann in diesen Situationen, in denen die Mutter das Kind definiert, auftreten. Wenn das Kind z.B. Anerkennung für etwas bekommt, das es nicht selbst wählt und was nicht das ist, was es als Individuum ausmacht und nicht darin unterstützt wird, sondern nur mit dem Bild, welches die Mutter vom Kind kreieren möchte (MASLOW 1981, S. 57).

Es ist davon auszugehen, dass das Kind miterlebt, wenn die Mutter der medialen Öffentlichkeit, von Problemen mit ihm erzählt. Es ist dadurch einer negativen „press“, wie Murray definiert, ausgeliefert (MURRAY, MCADAMS 2007). Das *Sicherheitsbedürfnis* kann durch diese Einflüsse zwingend bedroht werden. Das *Bedürfnis nach Sicherheit* kann mit dem *Kontrollbedürfnis* korrelieren und das Kind wird in Stress versetzen. Besonders betroffen könnte das *Bedürfnis nach Achtung* (Maslow, 1981), was gleichzusetzen mit dem *Bedürfnis nach Selbstwerterhöhung* (Murray, 1948) und *Selbstdarstellung* (Grawe, 2004) ist. Durch die ständige Konfrontation mit vermeidlich anstrengendem Verhalten, welches das Kind aufweist, kann das Selbstwertgefühl leiden und die Befriedigung des Bedürfnisses nach *Selbstwerterhöhung* bliebe aus. Hans-Joachim Maaz formulierte, dass unbewusste Botschaften von Müttern, wie „Sei nicht anstrengend!“ oder „Sei so, wie ich dich brauche!“ schädlich für die Psyche des Kindes sein können (MAAZ 2004, S. 53 ff.).

Im geschilderten Fall sind es nicht nur unbewusste Botschaften der Mutter, sondern das Kind kann sie hören und wahrnehmen.

Die Mutter-Kind-Beziehung durchläuft verschiedene Stadien, von einer symbiotischen Beziehung und damit *Fremdbestimmung* durch die Mutter hin zur *Selbstbestimmung* (SÖLLNER ET AL. 1989, S. 26 ff.).

Über die Hemmung dieses Vorgangs schreibt BIERMANN (1968): „*Symbiosis, Miterleben, Teilhabe an den intimsten Vollzügen einer psychosomatischen Existenz, ist das kennzeichnende Charakteristikum neurotischer Mütter, denen das Kind, lebendiger Teil ihrer selbst, immer wieder zur narzisstischen Selbstbestätigung wird.*“ (BIERMANN 1968)

Es lässt vermuten, dass Mütter, deren Selbst hauptsächlich über ihre Kinder definieren, möglicherweise eine Neurose aufweisen und narzisstisch veranlagt sein könnten. Narzisstische Mütter könnten auf die Bedürfnisse ihrer Kinder negativ

einwirken, je nachdem wie die Persönlichkeit des Kindes ausgerichtet ist, könnte es seine Gefühle entweder unterdrücken, um der Mutter zu gefallen und sich schuldig fühlen, wenn sie ihr nicht entsprechen. Das Kind lernt dadurch möglicherweise, dass es richtig ist, sich für den anderen „aufzuopfern“. Eine andere Reaktion auf ein narzisstisches Elternteil könnte sein, dass das Kind die Verhaltensweisen der Eltern adaptiert und ähnlich manipulativ agiert. In jedem Fall würde dieses Familienkonstrukt der psychischen Entwicklung des Kindes schaden und könnte z.B. einer Abgrenzung zur Mutter entgegenwirken (eb. d.; NAMKA 2016).

Laut FROMM (2001) birgt die Liebe einer Mutter immer Bedingungslosigkeit bzw. sollte sie das. Wenn diese Bedingungslosigkeit nicht gegeben ist, sei „[...] *alle Schönheit aus dem Leben verschwunden* [...]“ (FROMM 2001, S. 68). Bedingungslose Liebe bedeutet das Kind anzunehmen, wie es ist, ohne es verändern zu wollen und ohne die Liebe verdienen zu müssen (KOHN 2010, S. 18). Dabei soll Eltern, die ihre Kinder besonders loben, wenn sie vor der Kamera posieren, nicht unterstellt werden, dass sie ihre Kinder nicht bedingungslos lieben. Sondern viel mehr, ob Kinder dies wahrnehmen. „*Welche Gefühle wir gegenüber unseren Kindern empfinden, ist nicht so wichtig wie die Frage, wie sie diese Gefühle erleben und wie sie unsere Art, mit ihnen umzugehen, ansehen.*“ (eb. d. S. 29) Was auf die Thematik „Sharenting“ übertragen heißen soll, dass die Mütter versuchen ihr Kind nach ihren Vorstellungen präsentieren und möglicherweise auch die Vorstellungen der Follower:innen eine Rolle spielen. Dies dann auf das Kind wie ein Druck und eine „Bedingung“ wirken soll. Selbst wenn die Mutter dies dem Kind nicht direkt kommuniziert, wird das Kind vermutlich bemerken, wann sie es mehr lobt und anerkennt.

Die geschilderten Umstände könnten sich unter anderem auf das Bindungsverhalten der Kinder auswirken. GRAWE (2004) hat in seinem Buch Bindungsstörungen definiert: *unsicher-vermeidend*, *unsicher-ambivalent* und *unsicher-desorganisierte* Bindungsstile. Anhand des abgebildeten Story-Beitrags von „lissaray“ soll darauf Bezug genommen werden.



Abbildung 18: Bildschirmaufnahme per Smartphone von einer Story von „lisarrey“ auf diese ist ein Dialog zu erkennen

Die Mutter filmt darauf das Kind beim Spielen, welches davon berichtet sich übergeben zu haben. Es lässt darauf schließen, dass der Bindungsstil von Mutter und Sohn *unsicher-ambivalente* Züge haben könnte. Typisch dafür ist, dass die Mutter das Kind, während es abgelenkt ist, stört, aber es jedoch nicht genauer wahrnimmt, wenn es den Kontakt ihr gegenüber sucht (vgl. GRAWE 2004, S. 205).

Zudem ist der direkte Kontakt zwischen Mutter und Sohn in diesen Momenten durch das filmende Smartphone gestört. Die Perspektive das Kind direkt zu betrachten, bleibt aus und erfolgt lediglich durch die Kamera. Da die Mutter nicht jeden Moment mit dem Kind filmt, könnte die Frage aufkommen, ob das Kind eine Wertung der Momente wahrnimmt, darüber ob die Mutter filmt oder nicht. Es könnte auf das Kind so wirken, als würde die Mutter nur in Situationen filmen, wenn es etwas

Bewundernswertes tut, was sie nun öffentlich teilen möchte. Dies könnte das Kind in seinem alltäglichen Verhalten (unterbewusst) beeinflussen, sodass es sich nur dann wertvoll fühlt, wenn die Mutter es filmt.

Abschließend soll auf die Hauptproblematik von „Sharenting“ für Kinder hingewiesen werden. Diese Beiträge lassen sich in zwei Kategorien teilen; Beiträge, die akut eine Gefährdung für Kinder darstellen und Beiträge die vornehmlich die Zukunft der Kinder beeinträchtigen könnten. Bilder von Kindern, welche von den Bloggerinnen als angemessen betrachtet werden, könnten von Dritten missbraucht werden und auf Pädophilen-Websites auftauchen. Darüber hinaus sind vor allem Bilder, die Kinder nackt oder nur bedeckt zeigen für diese Websites besonders interessant. Besonders bedenklich und als letztes Risiko, welches zur ersten Gruppe zu zählen ist, sind Fotos, die Kinder degradieren und zur Strafe auf sozialen Netzwerken veröffentlicht wird.

Zur zweiten Gruppe zählen unangenehme und beschämende Bilder und Informationen über Kinder, welche möglicherweise im späteren (Berufs-) Leben negativen Einfluss haben könnten. Auch Informationen über den Gesundheitszustand des Kindes können sich negativ auf die Zukunft des Kindes auswirken. Alle Anhaltspunkte, die das Kind identifizieren sind eine Gefährdung für den Verlauf des weiteren Lebens. Vor allem das Recht auf offene Zukunft wird in den beschriebenen Fällen missachtet (vgl. Kap. 2.1.5; STEINBERG 2017).

5 Fazit

Durch die Literaturanalyse und exemplarischen Belege in dieser Arbeit konnte eine Grundlage für zukünftige empirische Forschungen gegeben werden, darüber welche Beeinflussungen der Persönlichkeitsentwicklung von Kindern durch „Sharenting“ möglich sind.

Es wurde recherchiert, dass die Gründe der Mütter, warum sie ihre Kinder öffentlich zeigen, weitreichend sein können. Über Einkommenssicherung bis hin zu

persönlicher Entfaltung, kommen Müttern Vorteile durch „Sharenting“ zu. Da der Fokus der Arbeit jedoch auf der Frage liegt „inwieweit die Entwicklung von Kindern durch die mediale Praxis des „Sharenting“ beeinflusst wird, konnten einige Risiken und Bedenken aufgedeckt werden.

Vor allem im Bereich Privatsphäre sind bedenkliche Mängel festzustellen, die das Wohlergehen des Kindes (zukünftig) beeinträchtigen können.

Die Arbeit konnte einen Überblick über den aktuellen Stand der Literatur geben, der jedoch noch Lücken in langfristigen empirischen Studien offenlässt und damit folglich nur eine hypothetische Beantwortung der Forschungsfrage zulässt. Jedoch gibt sie Hinweise darauf, wie der psychische Verlauf der Kinder aussehen könnte und gibt Anregungen wie eine weitere Forschung aussehen könnte (Kap. 6).

Die Forschungsfrage kann jedoch nur teilweise beantwortet werden, da verschiedene nötige Indikatoren nicht einbezogen werden konnten. Das grundlegende Problem bei der Beantwortung der Forschungsfrage waren die Fehlenden empirischen Daten. Instagram ist zu jung, um Beobachtungen anstellen zu können, inwieweit „Sharenting“ Einfluss auf die Entwicklung der Kinder *hatte*. Die einzige mögliche Herangehensweise ist gegenwärtige Daten zu prüfen und auf vorliegende Bedürfnismodelle, die den Terminus „Medien“ noch nicht kennen, anzuwenden und eine Transferleistung dazu aufzustellen. Diese Transferleistung ist in Kapitel 4 dargestellt und eröffnete weitere Fragen.

6 Ausblick

Diese Fragen beziehen sich vornehmlich auf mögliche Bildpraktiken, die Wünsche sowohl von Rezipienten, Eltern und Kinder berücksichtigen. Die Aufgabe von zukünftigen Erhebungen könnte sein, einen Leitfaden für Eltern zum ethisch-moralisch und psychologisch wertvollen Umgang mit Kinderbildern auf Social Media zu formulieren. Die Literatur zeigte zudem auf, dass Medienbildung vor allem auch

für Eltern bezüglich Datenschutzes nötig wäre, diese Thematik könnte zusätzlich Platz im Leitfaden finden.

Ein weiterer interessanter Forschungsansatz könnte eine langfristige empirische Beobachtung von Kindern, die in einer Familie leben in der „Sharenting“ zum familiären Alltag gehört, sein. Dies wäre nötig, um Rückschlüsse auf die Entwicklung des Kindes zu ziehen und über die Folgen, die es im Erwachsenenleben davonträgt.

Auch die Perspektive der Rezipient:innen wurde in dieser Arbeit nicht genauer beleuchtet und lässt die Frage offen, warum Mom-Blogs auf Instagram und „das Teilen“ des Kindes eine solche Beliebtheit zukommt. Es wäre folglich ein Forschungsansatz zu analysieren, ein psychologisches Profil von Nutzer:innen zu erstellen, die Mom-Blogs folgen.

Abschließend bleibt zu sagen, dass der Forschungsspielraum zur Thematik sehr groß ist und viele Potenziale birgt. Die vorliegende Arbeit gibt einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung. Es wurde versucht anhand von vorliegenden Theorien Hypothesen darüber aufzustellen, wie die Entwicklung der Kinder innerhalb dieses Settings aussehen könnte und gibt einen wissenschaftlich fundierten Einblick in die gegenwärtige mediale Praxis des „Sharenting“.

Literaturverzeichnis

- ABIDIN, C. (2017): #familygoals: Family Influencers, Calibrated Amateurism, and Justifying Young Digital Labor. In: Social Media + Society 3, Heft 2, 205630511770719.
- ACADEMIC DICTIONARIES AND ENCYCLOPEDIAS (2015a): Henry A. Murray. URL: <https://de-academic.com/dic.nsf/dewiki/603412> (25.07.2021).
- ACADEMIC DICTIONARIES AND ENCYCLOPEDIAS (2015b): Klaus Grawe. URL: <https://de-academic.com/dic.nsf/dewiki/772998> (24.07.2021).
- ARENDT, H. (1958): Vita activa oder Vom tätigen Leben. München, Berlin, Zürich.
- AUTENRIETH, U. (2017): Die Visualisierung Von Kindheit Und Familie Im Social Web Als Forschungsfeld Einer Mediatisierten Gesellschaft. In: HOFFMANN, D., KROTZ, F., REIßMANN, W. (Hrsg.): Mediatisierung Und Mediensozialisation. Wiesbaden.
- AUTENRIETH, U., BIZZARRI, S., LÜTZEL, N. (Hrsg.) (2017): Kinderbilder Im Social Web.
- BAK, P. M. (Hrsg.) (2019): Lernen, Motivation Und Emotion.
- BATTEGAY, R. (1992): Die Taktil-Symbiotische Beziehung Als Früheste Stufe Der Kindesentwicklung. Basel.
- BAUDRILLARD, J. (2001): Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen. Frankfurt/Main.
- BIERMANN, G. (1968): Symbiotische Mutter-Kind-Beziehung. In: Psyche 22, 9/11.
- BORG-LAUFS, M. (2012): Die Befriedigung Psychischer Grundbedürfnisse Als Weg Und Ziel Der Kinder-Und Jugendlichenpsychotherapie.
- BOYD, D. M., ELLISON, N. B. (2007): Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: Journal of Computer-Mediated Communication 13, Heft 1.
- BROSCH, A. (2016): When the Child Is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend Among Parents on Facebook. In: The New Educational Review 43, Heft 1.

- BRÜGGEN, N., DREYER, S., GEBEL, C., LAUBER, A., MÜLLER, R., STECHER, S. (2019):
Gefährdungsatlas. Digitales Aufwachsen. Vom Kind Aus Denken.
Zukunftssicher Handeln. Herausgegeben Von: Bundesprüfstelle Für
Jugendgefährdende Medien. Bonn.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ: §
104 Geschäftsunfähigkeit. § 104 BGB.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ: §
106 Beschränkte Geschäftsfähigkeit Minderjähriger. § 106 BGB.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ: §
1903 Einwilligungsvorbehalt. § 1903 BGB.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ: §
201a Verletzung Des Höchstpörsönlichen Lebensbereichs Und Von
Persönlichkeitsrechten Durch Bildaufnahmen. § 201a StGB.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ:
Gesetz Betreffend Das Urheberrecht an Werken Der Bildenden Künste Und
Der Photographie § 22. §22 KunstUrhG.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ UND VERBRAUCHERSCHUTZ/BUNDESAMT FÜR JUSTIZ
(1976): Gesetz Zum Schutze Der Arbeitenden Jugend
(Jugendarbeitsschutzgesetz - JArbSchG). JArbSchG.
- DE MOOR, A. & EFIMOVA, L. (2004): An Argumentation Analysis of Weblog
Conversations. In M. Aakhus & M. Lind (Eds.), Proceeding of the 9th
International Working Conference on the Language-Action Perspective on
Communication Modelling (LAP 2004). International Working Conference on
the LAP on Communication. Tilburg, Tilburg University.
- DEGES, F. (2018): Quick Guide Influencer Marketing.
- DIEBEL, T. (2019): So Ein Bild Von Dir Würdest Du Auch Nicht Posten? Dein Kind
Auch Nicht. URL: <https://deinkindauchnicht.org/> (08.08.2021).
- EBERSBACH, A., GLASER, M., HEIGL, R. (2016): Social Web. Konstanz, München.
- EPSTEIN, S. (1998): Cognitive-Experiential Self-Theory. In: BARONE, D. F. (Hrsg.):
Advanced Personality. New York u.a.

- ETTINGER, P., EISENEGGER, M., PRINZING, M., BLUM, R. (Hrsg.) (2019): Intimisierung Des Öffentlichen. Wiesbaden.
- EUROPÄISCHES PARLAMENT (2016): Artikel 17 Datenschutzgrundverordnung. DSGVO.
- FANKHAUSER, R., REUSSER, R. E., SCHWANDER, I. (Hrsg.) (2017): Brennpunkt Familienrecht. Festschrift für Thomas Geiser zum 65. Geburtstag. Zürich, St. Gallen.
- FEINBERG, J. (1992): The Child's Right to an Open Future. In: FEINBERG, J. (Hrsg.): Freedom and Fulfillment.
- FLANAGAN, C. M. (2010): The Case for Needs in Psychotherapy. In: Journal of Psychotherapy Integration 20, Issue no. 1.
- FOX, A. K., HOY, M. G. (2019): Smart Devices, Smart Decisions? Implications of Parents' Sharenting for Children's Online Privacy: An Investigation of Mothers. In: Journal of Public Policy & Marketing 38, Heft 4.
- FRANTZ, A., HAJOK, D., LAUBER, A. (2016): Wenn Eltern Bilder Ihrer Kinder Online Stellen. Kinderrechte Und Elternpflichten Im Kontext Des Kinder- Und Jugendmedienschutzes. In: Jugend Medien Schutz-Report 39, Heft 6.
- FREES, B., KOCH, W. (2018): ARD/ZDF-Onlinestudie 2018: Zuwachs Bei Medialer Internetnutzung Und Kommunikation.
- FREUD, S. (1923): Das Ich Und Das Es.
- FROMM, E. (2001): Die Kunst des Liebens. München.
- GIBRAN, K. (2013): Der Prophet. Ostfildern.
- GRAWE, K. (2004): Neuropsychotherapie. Göttingen.
- HABERMACHER, A., GHADIRI, A., PETERS, T.: The Case for Basic Human Needs in Coaching: A Neuroscientific Perspective—The SCOAP Coach Theory. In: The Coaching Psychologist, Vol. 10.
- HAJOK, D., WÜSTEFELD, L. (2020): Momblogs Auf Instagram Ergebnisse Einer Analyse Von Kinderfotos Und Darauf Bezogenen Kommentaren. In: Jugend Medien Schutz-Report 43, Heft 2.

- HOCHWARTER, K. (2019): Sharing Is Caring?! Herausforderungen Im Umgang Mit Digitalen Kinderfotos in Sozialen Medien. Masterarbeit. Wien, Uni Wien.
- INSTAGRAM, INC. (2021): Hilfebereich Instagram. URL: help.instagram.com (09.08.2021).
- KANGUR, K. (2021): The 15 Biggest Social Media Sites and Apps [2021]. In: Dreamgrow.
- KIM, M., GROTE, T. (2020): Sollten Eltern Die Bilder Ihrer Kinder Auf Sozialen Medien Teilen Dürfen? In: BUCK, M. F., DRERUP, J., SCHWEIGER, G. (Hrsg.): Neue Technologien – Neue Kindheiten? Stuttgart.
- KLUCAROVA, S., HASFORD, J. (2021): The Oversharenting Paradox: When Frequent Parental Sharing Negatively Affects Observers' Desire to Affiliate with Parents. In: Current Psychology.
- KNAUF, H. (2019): Disenchantment of the Family. In: MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung.
- KOHN, A. (2010): Liebe und Eigenständigkeit. Die Kunst bedingungsloser Elternschaft, jenseits von Belohnung und Bestrafung. Freiburg im Breisgau.
- KOPECKY, K., SZOTKOWSKI, R., AZNAR-DÍAZ, I., ROMERO-RODRÍGUEZ, J.-M. (2020): The Phenomenon of Sharenting and Its Risks in the Online Environment. Experiences from Czech Republic and Spain. In: Children and Youth Services Review 110.
- KRÄMER, N. C., EIMLER, S. C., NEUBAUM, G. (2017): Selbstpräsentation Und Beziehungsmanagement in Sozialen Medien. In: SCHMIDT, J.-H., TADDICKEN, M. (Hrsg.): Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden.
- KUMAR, P., SCHOENEBECK, S. (2015): The Modern Day Baby Book. Enacting Good Mothering and Stewarding Privacy on Facebook. Michigan, University of Michigan.
- KUTSCHER, N., BOUILLON, R. (2018): Kinder. Bilder. Rechte. Persönlichkeitsrechte Von Kindern Im Kontext Der Digitalen Mediennutzung in Der Familie : Studie. Berlin.

- LAMNEK, S. (Hrsg.) (2000): Zeit und kommunikative Rechtskultur in Europa. Im Spiegelbild von Deutschen und Polen. Baden-Baden.
- LAMNEK, S., TINNEFELD, M.-T. (Hrsg.) (2003): Privatheit, Garten und politische Kultur. Von kommunikativen Zwischenräumen. Wiesbaden.
- LEAVER, T., HIGHFIELD, T. (2018): Visualising the Ends of Identity: Pre-Birth and Post-Death on Instagram. In: Information, Communication & Society 21, Heft 1.
- LECKART, S. (2012): The Facebook-Free Baby. URL: <https://yhoo.it/3yzLyUC> (09.08.2021).
- LEPA, S., SUPHAN, A. (2019): Der Elefant Im Wohnzimmer Der Kommunikationswissenschaft.
- LINDNER, M. (2014): Privatheit Im Informationszeitalter. Ethische Grundlagen Von Privatheit Und Anwendungsfragen in Der Informationstechnologie. Dissertation. Tübingen, Eberhards Karl Universität.
- LUTHE, H. O. (1985): Distanz. Untersuchungen zu einer vernachlässigten Kategorie. München.
- MAAZ, H.-J. (2004): Der Lilith-Komplex. Die dunklen Seiten der Mütterlichkeit. München.
- MALEYKA, L. (2019): „Instagram Ist Halt Ne App Für Bilder Und Wer Findet Bilder Denn Nicht Schön?“ Privatheit Und Öffentlichkeit in Bildzentrierter Kommunikation Auf Social Network Sites. In: ETTINGER, P., EISENEGGER, M., PRINZING, M., BLUM, R. (Hrsg.): Intimisierung Des Öffentlichen. Wiesbaden.
- MANOTIPYA, P., GHAZINOUR, K. (2020): Children's Online Privacy from Parents' Perspective. In: Procedia Computer Science 177.
- MARASLI, M., SUHENDAN, E., YILMAZTURK, N. H., COK, F. (2016): Parents' Shares on Social Networking Sites About Their Children: Sharenting. In: The Anthropologist 24, Heft 2.
- MASLOW, A. H. (1981): Motivation und Persönlichkeit. Reinbek b. Hamburg.
- MCDANIEL, B. T., COYNE, S. M., HOLMES, E. K. (2012): New Mothers and Media Use: Associations Between Blogging, Social Networking, and Maternal Well-Being. In: Maternal and child health journal 16, Issue no. 7.

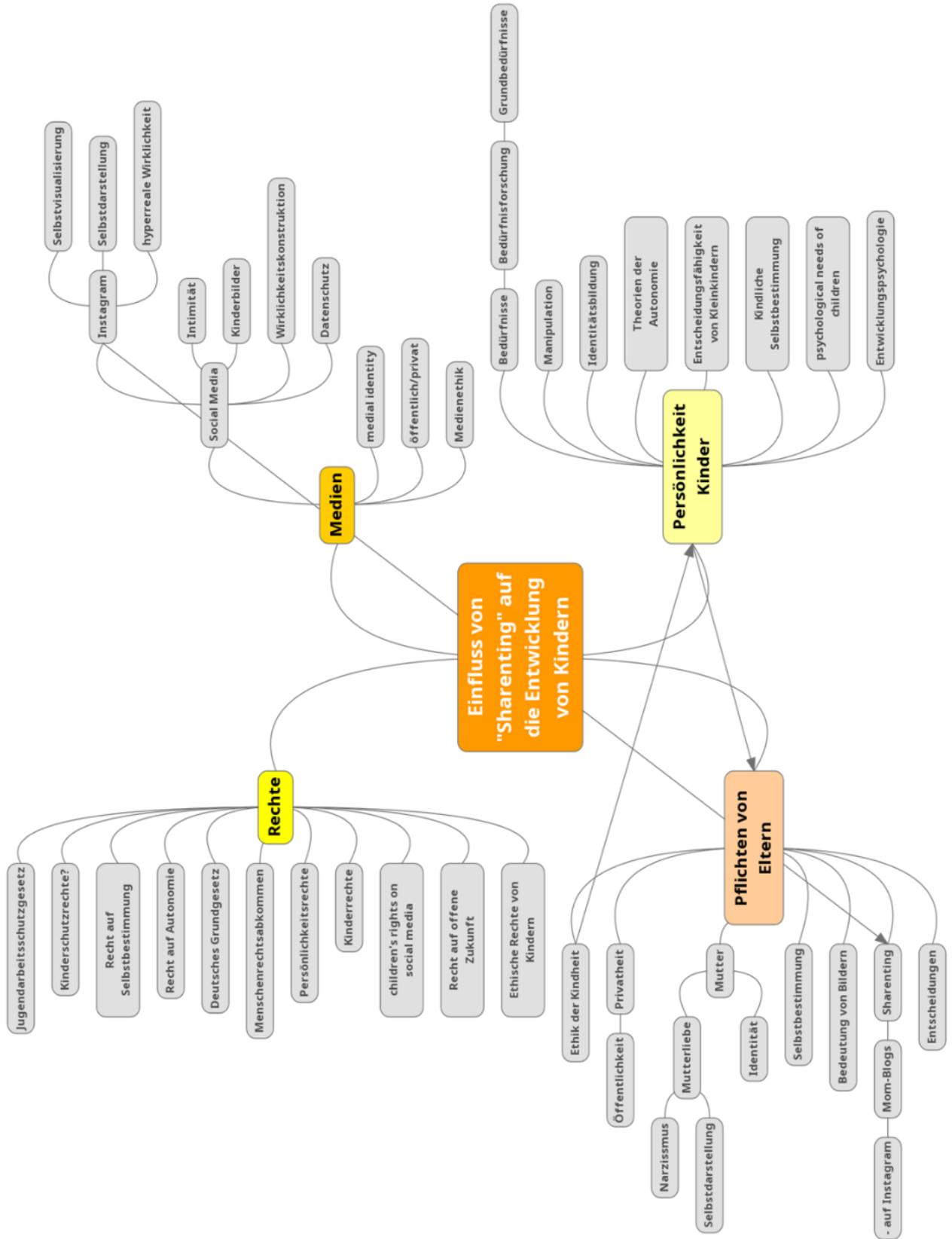
- MURRAY, H. A. (1938): Explorations in Personality. A Clinical and Experimental Study of Fifty Men of College Age.
- MURRAY, H. A., MCADAMS, D. P. (Hrsg.) (2007): Explorations in Personality.
- NAMKA, L. (2016): Selfishness and Narcissism in Family Relationships. URL: <https://lynnenamka.com/relationships/relationships-articles/selfishness-narcissism-family-relationships/> (05.08.2021).
- NUFER, G., LENZEN, C. V. (2017): Marketing mit Instagram.
- OFFURUM, C. J. (2019): The Basic Psychological Needs-Fundamentals of Schema-Oriented Therapy and Impact Techniques in Psychotherapy.
- ORTON-JOHNSON, K. (2017): Mummy Blogs and Representations of Motherhood: "Bad Mummies" and Their Readers. In: Social Media + Society 3, Heft 2.
- OSTENDORF-SERVISSOGLU (2015): Eltern Und Kita-Fachkräfte: Unterschiedliche Welten? Ein Interview über Milieu-Studien. Interview mit WIPPERMANN, C., 07.08.2015.
- PEDOCS: Open Access Erziehungswissenschaften. Fachportal Pädagogik. Frankfurt am Main. URL: <https://www.pedocs.de/>.
- PETTIGREW, S., ARCHER, C., HARRIGAN, P. (2016): A Thematic Analysis of Mothers' Motivations for Blogging. In: Maternal and child health journal 20, Issue no. 5.
- PIETRINI, P.-D. D., LARSEN, L. (2016): Privatheit Und Öffentlichkeit Im Wandel Der Zeit. Saarbrücken, Universität des Saarlandes.
- RÖSSLER, B. (2001): Der Wert des Privaten. Frankfurt am Main.
- SACHSE, R. (2021): Manipulation. In: SACHSE, R. (Hrsg.): Warum Gespräche Scheitern. Berlin, Heidelberg.
- SAFERINTERNET.AT (2020): Wie Oft Verschicken Sie Online Fotos Ihres Kindes? URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/164991/umfrage/haeufigkeit-mit-der-eltern-online-fotos-der-kinder-verschicken-in-oesterreich/> (14.07.2021).
- SCHMID, P. (2019): Der Unterschied Von Lob Und Wertschätzung. "Guter Junge!" Braves Mädchen! URL: <https://www.kommunikative-kompetenz.com/wp-content/uploads/2019/01/4.-Unterschied-von-Lob-und-Wertsch%C3%A4tzung.pdf> (05.08.2021).

- SCHMIDT, J.-H., TADDICKEN, M. (Hrsg.) (2017a): Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden.
- SCHMIDT, J.-H., TADDICKEN, M. (2017b): Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In: SCHMIDT, J.-H., TADDICKEN, M. (Hrsg.): Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden.
- SCHMIDTKE, O., ENGLERT, K., WALDECKER, D. (2019): Vom Alltäglichen Ziehen Fließender Grenzen. Die Veröffentlichung Von Intimität Bei Jugendlichen Social-Media-Nutzer/innen. In: ETTINGER, P., EISENEGGER, M., PRINZING, M., BLUM, R. (Hrsg.): Intimisierung Des Öffentlichen. Wiesbaden.
- SCHUBERT, K., KLEIN, M. (2020): Das Politiklexikon. Öffentlichkeit. In: Bundeszentrale für politische Bildung 2020, 7, aktual. u. erw. Aufl.
- SÖLLNER, W., WESIACK, W., WURM, B. (1989): Sozio-Psycho-Somatik. Berlin, Heidelberg.
- STAHL, S. (2015): Das Kind in dir muss Heimat finden. Der Schlüssel zur Lösung (fast) aller Probleme. München.
- STATISTA (2021a): Anteil Der Nutzer Von Instagram Nach Ländern Weltweit 2021. Hootsuite; DataReportal. We Are Social,. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/809674/umfrage/anteil-der-nutzer-von-instagram-nach-laendern-weltweit/> (14.07.2021).
- STATISTA (2021b): Anzahl Der Aktiven Social-Media-Nutzer Weltweit in Den Jahren 2015 Bis 2021 (In Milliarden). Hootsuite, DataReportal. We are Social. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/739881/umfrage/monatlich-aktive-social-media-nutzer-weltweit/> (14.07.2021).
- STAUFF, S. (2020): Parenting in the Public Eye. Humboldt State University.
- STEINBERG, S. B. (2017): Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media. Florida, University of Florida Levin College of Law.
- SZIRON, M., HILDT, E. (2018): Digital Media, the Right to an Open Future, and Children 0-5. In: Frontiers in psychology 9.
- TRAUM, A., MÜLLER, C., HUMMERT, H., NARDINGER, F. W. (2017): Digitalisierung: Die Perspektive Des Arbeitenden Individuums. White Paper. Universität Rockstock.

- UNIVERSITÄTS- UND LANDESBIBLIOTHEK SACHSEN-ANHALT. Halle (Saale). URL:
bibliothek.uni-halle.de (06.08.2021).
- ÜNLÜ, D. G., MORVA, O. (2020): Whose Information Should Be Shared with Whom?
Parents' Awareness of Children's Digital Privacy in Turkey. In: Media Literacy
and Academic Research 3, Issue no. 2.
- VETTER, S. (2017): Das Recht Am Eigenen Bild Minderjähriger in Sozialen
Netzwerken. In: AfP.
- WEIDINGER, H. P. (2005): Abraham Harold Maslow. In: STUMM, G. (Hrsg.):
Personenlexikon der Psychotherapie. Wien.
- WESTIN, A. F. (1967): Privacy and Freedom. New York, NY, USA.
- WUNSCH-VINCENT, S., VICKERY, G. (2007): Participative Web and User-Created
Content. Web 2.0, Wikis and Social Networking. Paris.
- YouGov (2019): "Was Halten Sie Davon, Wenn Eltern Fotos Ihrer Kinder Auf
Sozialen Netzwerken Posten?". URL:
[https://de.statista.com/statistik/daten/studie/988245/umfrage/posten-von-
kinderfotos-in-sozialen-netzwerken-durch-eltern-in-deutschland/](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/988245/umfrage/posten-von-kinderfotos-in-sozialen-netzwerken-durch-eltern-in-deutschland/) (15.07.2021).

Anhang

Anhang A: Mindmap von definierten Keywords, Eigendarstellung



Anhang B: Bildschirmaufnahme per Smartphone vom ersten Beitrag von „die.reuters“ – Mutter mit Babyjäckchen



Anhang C: Bildschirmaufnahme per Smartphone vom Familienbild von „die.reuters“



Anhang D: Bildschirmaufnahme per PC von einem Bild nach der Geburt der Tochter von „die.reuters“



die.reuters



die.reuters Ich möchte mich bedanken, bei meinem Ehemann @real_esdad der wieder einmal bewiesen hat, dass er immer für mich da ist und nicht von der Seite weicht, wenn ich ihn brauche!
Der meine Hand hält und nicht los lässt, da er genau weiß und spürt, sie gibt mir Halt.
Der mir nur durch seinen Blick - während des plötzlichen Kaiserschnitts - die Kraft gibt die ich brauche, auch wenn ich meine Tränen nicht mehr stoppen kann und sie wie ein Wasserfall laufen.
Der bei unserer Lina ist, wenn ich nicht kann, da ich noch im OP bin.
Der für Leni und Lou da ist, da ich sie nicht sehen darf und sie mich nicht



Gefällt **jasmin.mit.herz** und **15.590 weitere Personen**

30. MAI 2020



Kommentar hinzufügen ...

Posten

Anhang E: Bildschirmaufnahme per PC von einem Bild der Tochter von „die.reuters“ als Neugeborene im Krankenhaus



 **die.reuters** ...

 **die.reuters** ...und plötzlich musste es ganz schnell und ganz anders laufen, als wir es uns gewünscht hatten. Anders als geplant bedeutet aber nicht weniger besonders! Für uns das kostbarste Geschenk dich gesund und munter im Arm halten zu dürfen, nachdem du uns solch einen Schrecken eingejagt hast. Unsere über alles geliebte Lina Alicia: Happy Birthday 🍷 danke das wir deine Eltern sein dürfen 🙏. Deine Mama und dein Papa lieben dich jetzt schon unendlich ♡.
#happybirthday #twohoursold #lina #welcome #birth #babygirl #kaiserschnitt #unserelina #birthdaygirl

 Gefällt **macksimiliane** und **26.893 weitere Personen**

29. MAI 2020

 Posten

Anhang F: Bildschirmaufnahme per Smartphone von einer Highlight-Story von „die.reuters“ – Zeigt die Tochter mit bunten Fußnägeln



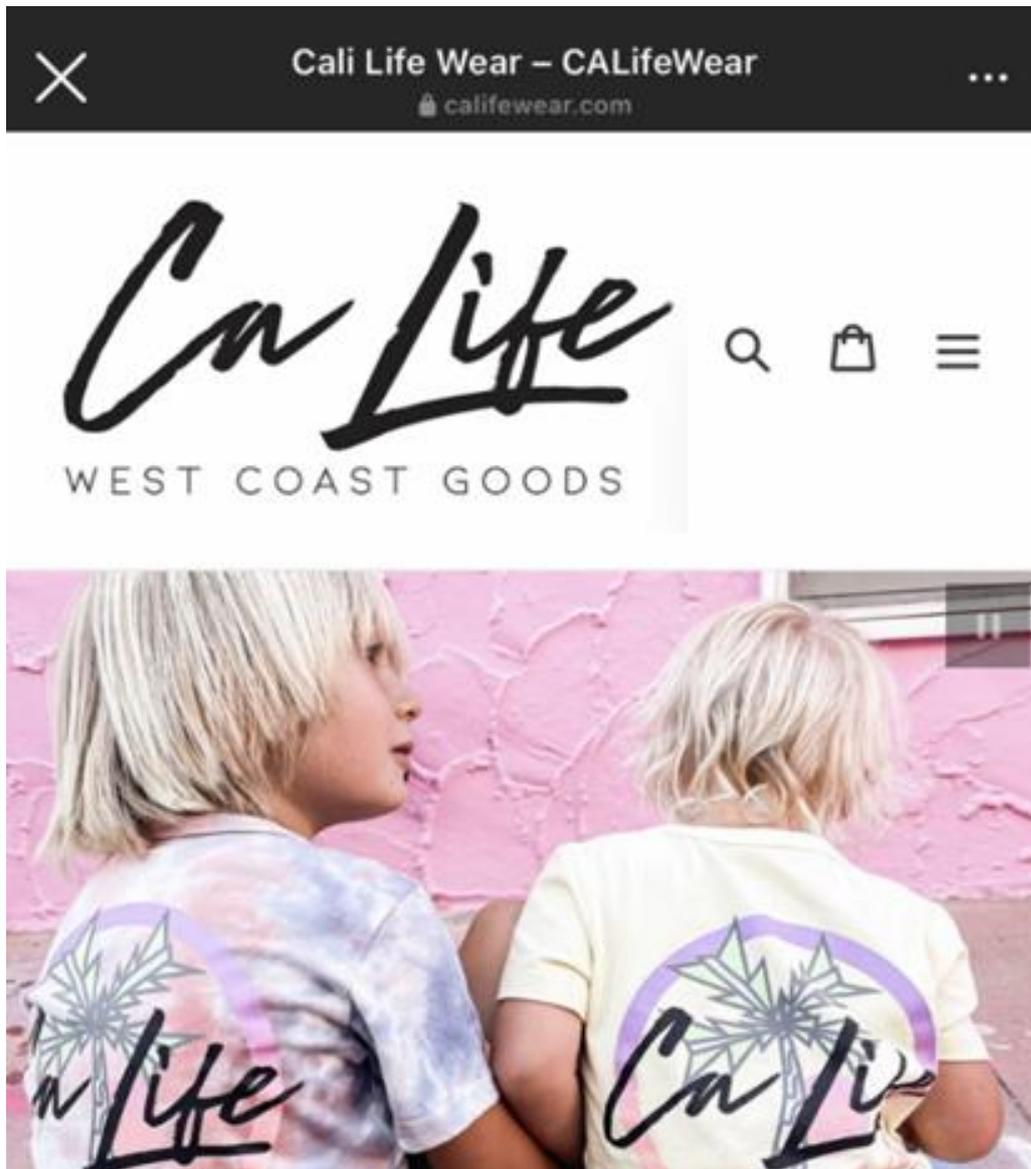
Anhang G: Bildschirmaufnahme per Smartphone von einer Werbestory von „die.reuters“ für ein Spielzeug



Anhang H: Bildschirmaufnahme per Smartphone von einem Beitrag von „lisarrey“ auf dem der Sohn weint



Anhang I: Bildschirmaufnahme per Smartphone vom Online-Shop von „lisarrey“



Anhang J: Bildschirmaufnahme per Smartphone von einer Werbe-Story von „lisarrey“ gemeinsam mit dem Sohn



Anhang K: Bildschirmaufnahme per Smartphone von einem Werbebeitrag von „lisarrey“ auf dem der Sohn das Produkt nutzt



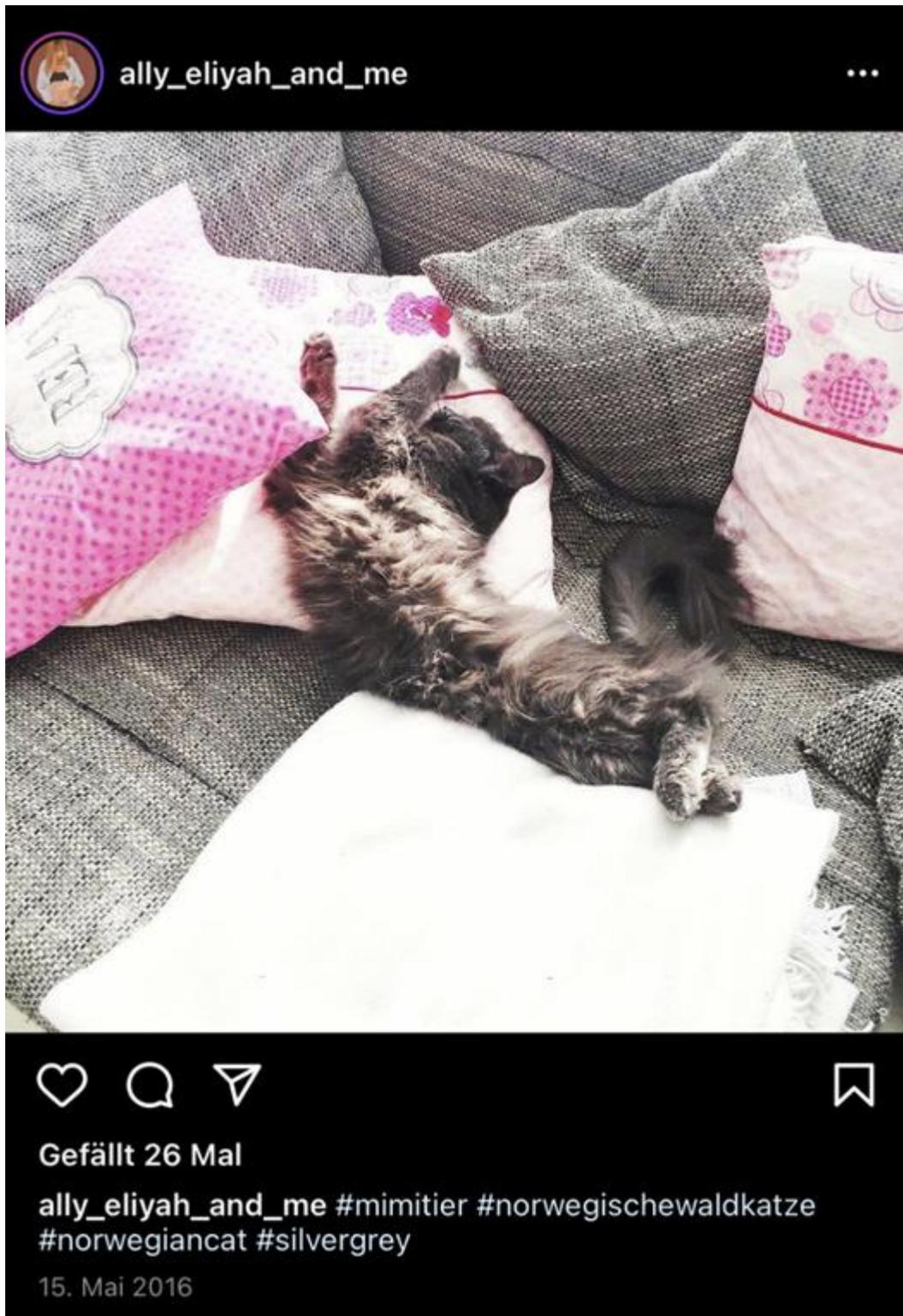
Anhang L: Bildschirmaufnahme per Smartphone vom ersten Beitrag von „lisarrey“



Anhang M: Bildschirmaufnahme per PC von einem Bild im Krankenhaus nach der Geburt des Sohnes von „lisarrey“



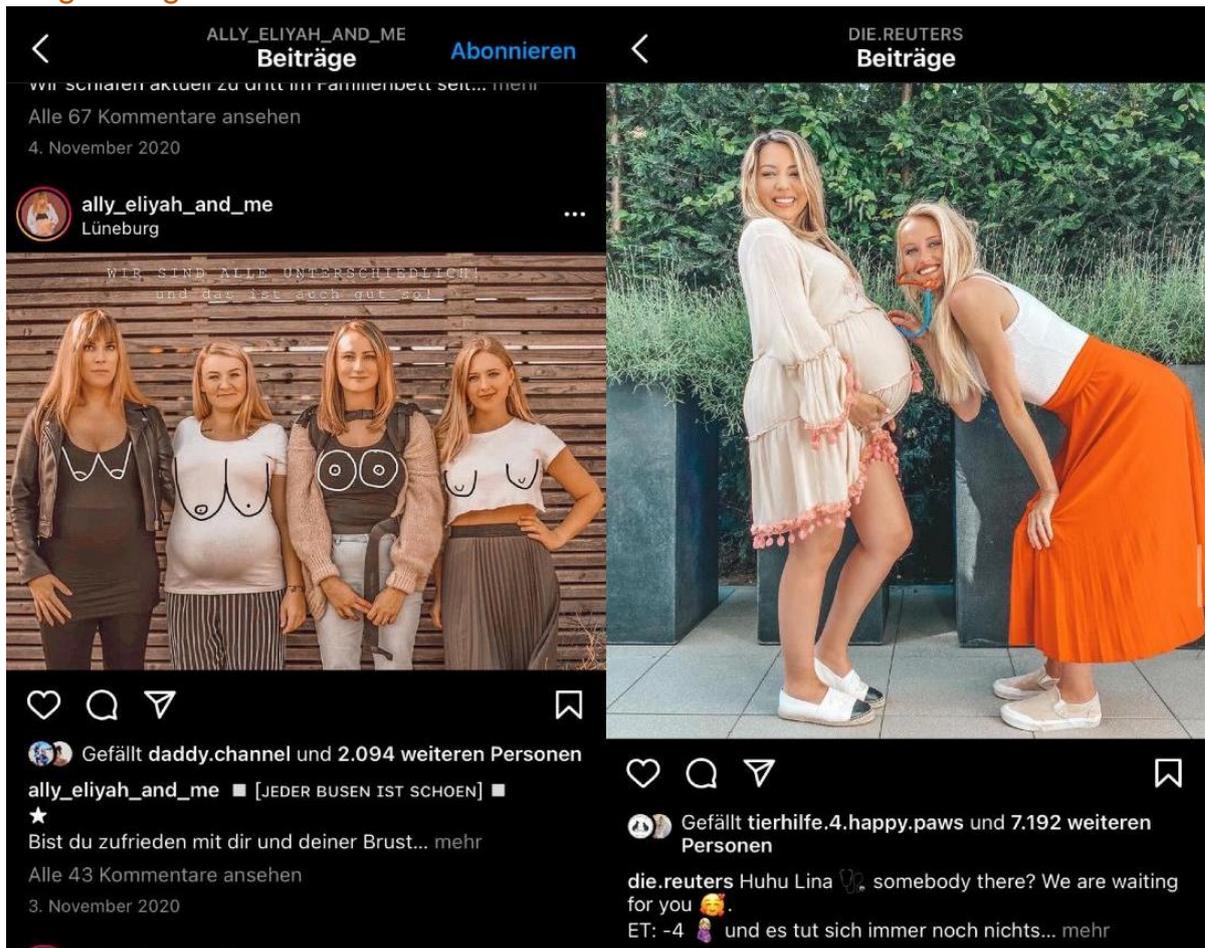
Anhang N: Bildschirmaufnahme per Smartphone vom ersten Beitrag von „ally_eliyah_and_me“



Anhang O: Bildschirmaufnahme per Smartphone von einem Video von „ally_eliyah_and_me“ worauf die Tochter zu sehen ist mit Bauchschmerzen und weinend, Blähgeräusche sind zu hören



Anhang P: Collage aus Bildschirmaufnahmen von den Müttern der Mom-Blogs auf gemeinsamen Treffen



Anhang Q: Likezahlen steigen je mehr Kinder bei „die.reuters“ geboren werden

die.reuters
Gefällt **263 Mal**
die.reuters 🍷👶
♥️ Leni Reuter | 30.06.2015 | 16:51
Das größte Geschenk unseres Lebens
Alle 7 Kommentare ansehen
8. Juli 2015

die.reuters
Standesamt Düsseldorf
3. August 2017

die.reuters
Gefällt **julicuori und 5.820 weiteren Personen**
die.reuters Nach einer Traumeinleitung und Hebamme der Welt, ist heute Nacht um 01:30 Std. starken Wehen und insgesamt nur 14 Minuten
Alle 922 Kommentare ansehen
sweet.but.ilko Sie schmilzt gerade dahin... ist wirklich einfach nur toll!!!! 🥰👶 ich hatte eine Hebamme bei unsere zweiten Tochter und ich spontan mit ihr in der Klinik entbunden & es war für mich eine Traumgeburt 🥰👶
die.reuters @herzens_angelegenheit2.0 sie auch mehrfach in meinem Blogbeitrag zur Geburt erwähnt, vielleicht hat sie ja mal Lust, das würde mich sehr freuen 🥰👶

die.reuters
Gefällt **jasmin.mit.herz und 15.587 weiteren Personen**
die.reuters Ich möchte mich bedanken, bei meinem Ehemann @real_esdad der wieder einmal bewiesen hat, dass er immer für mich da ist und nicht von der...
Alle 480 Kommentare ansehen
babykindundmeer Fühl dich ganz fest gedrückt! 🥰👶

30. Mai 2020

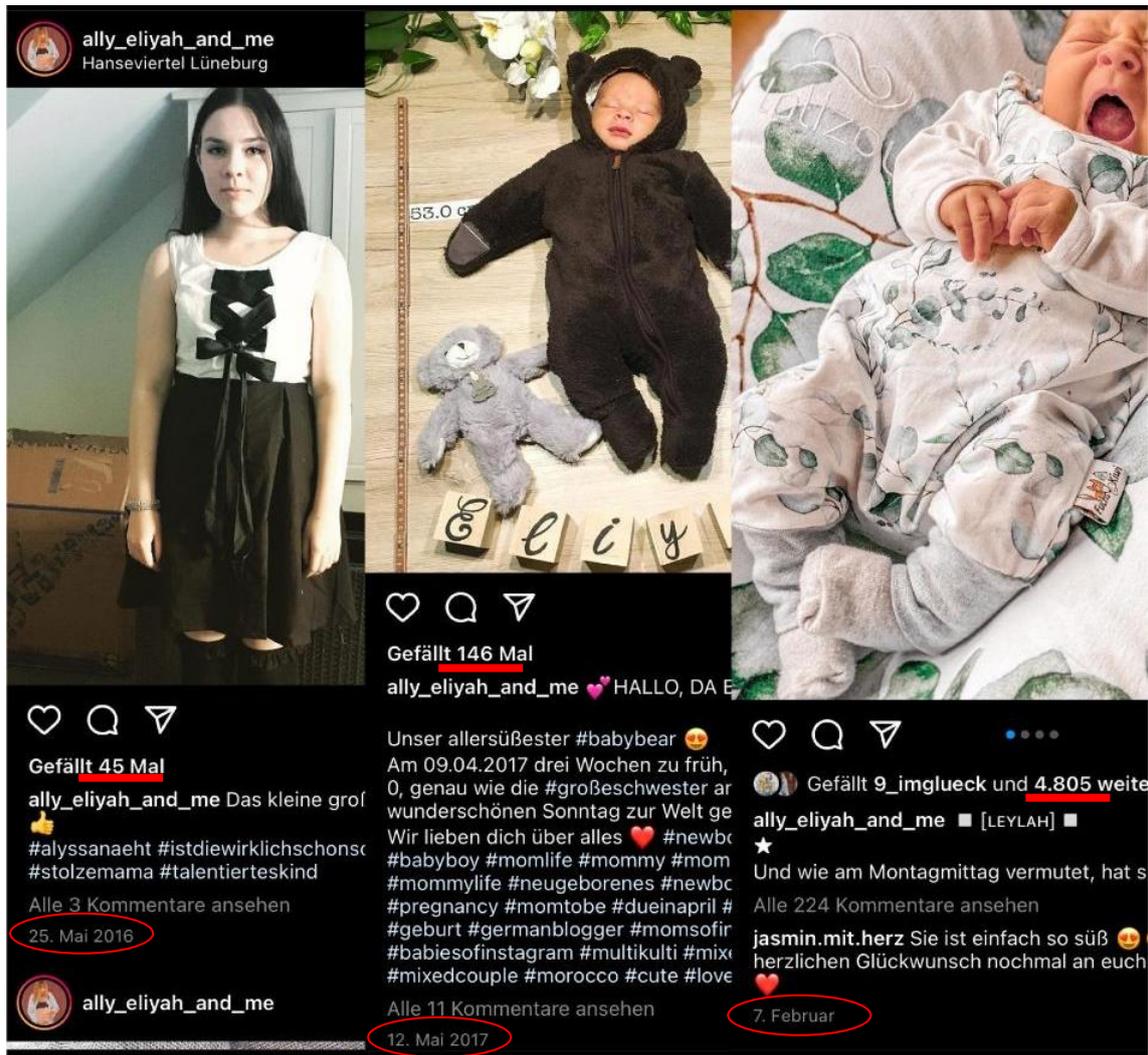
Anhang R: Collage aus Screenshots - Likezahlen steigen je mehr Kinder bei „lisarrey“ geboren werden

lisarrey
Palomar Health

lisarrey #geburtsbericht Teil 2
Als der Arzt ins Zimmer kam dachte ich, ich wäre im falschen Zimmer gelandet. 🤪 #wortwörtlich Ganz und gar nicht, weil er wie ein attraktiver Hollywoodstar wie der Anästhesist, der zu Genitalbereich lahm gelegt wurde, alte Stecher der... 🤪
Der geburtshelfende Arzt trug eine durchsichtige Plastikmaske und ich wehrlos wie ein Vieh, das kurz vor der Schlachtung steht. #chainsawmassacre Ich schwitzte Blut und was wahrsten Sinnes. Und dann sollte ich mich auf den Bauch drücken und...
Gefällt **meggili und 187 weiteren Personen**
lisarrey Wenn dein Kind auf den Geschmack gekommen ist... 🍷👶
#youunique#youuniquemakeup#splashliquidlipstick#
Alle 2 Kommentare ansehen
8. Mai 2017

lisarrey
Gefällt **meggili und 1.800 weiteren Personen**
28. Juli 2019

Anhang S: Collage aus Screenshots per Smartphone – Likezahlen steigen je mehr Kinder bei „ally_eliyah_and_me“ geboren werden



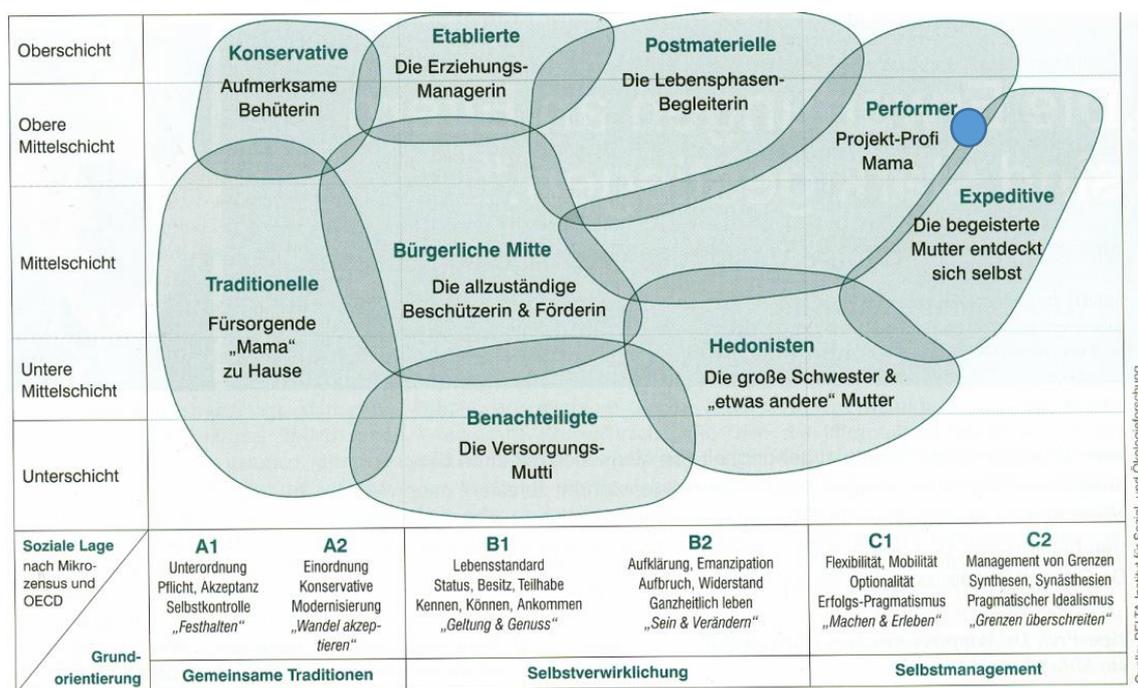
Anhang T: Regeln zur Kinderbeschäftigung

Diese Regeln belaufen sich für Kinder im Alter von drei bis sechs Jahren, darauf, dass sie nur zwei Stunden täglich beschäftigt sein dürfen, in der Zeit von 8-17 Uhr. Bei Kindern über sechs Jahren beläuft es sich auf höchstens drei Stunden pro Tag von 8-22 Uhr. Eine Behörde muss gemeinsam mit dem Jugendamt deinen Antrag genehmigen, in den die Eltern bzw. die Personenberechtigten schriftlich eingewilligt haben. Daneben muss eine aktuelle ärztliche Bescheinigung über den gesundheitlichen Zustand des Kindes vorliegen, welche nicht älter als drei Monate sein darf. Es müssen besondere Bedingungen erfüllt werden, damit das Kind keine gesundheitlichen oder geistigen Folgen von der Tätigkeit davonträgt. Für das Kind

muss vor Ort eine dauerhafte Betreuung gewährleistet sein und eine Freizeit von mindestens 14 Stunden. Die Bildung und Schulzeit dürfen von der Tätigkeit nicht beeinträchtigt werden.

Anhang U: Verortung von Mom-Bloggerinnen in Delta-Milieus

Anhang U zeigt Mütter in Delta-Milieus eingeteilt. Mütter, die „Sharenting“ betreiben, verorten sich darin wahrscheinlich in der oberen Mittelschicht in der Schnittstelle zwischen Expeditiv und Performer.



Anhang U: Delta-Milieus in Deutschland als Überblick von Arten von Müttern. Verändert nach (WIPPERMANN 2015)

Über ihre Blogs und die geposteten Inhalte definieren sich die Mütter selbst. Die Auswahl der Beiträge ist individuell und aufwendig in der Erstellung. Das viele Mom-Blogs Geld dadurch verdienen, ordnet sie eindeutig den *Performern* zu, was aber auch daran zu sehen ist, dass sie viele Ratschläge in ihrem Profil teilen und anderen Müttern dazu als Hilfe dienen. Wie am Beispiel von „Ilsarrey“ zu sehen ist, können Mom-Bloggerinnen auch über die Grenzen von Instagram hinaus expandieren und eigene Wirtschaftsfelder erschließen. (vgl. Kap. 3.1.2)