



Universiteit Utrecht



Community aankarten

De rol van een kaart bij de
VeganChallengecommunity

Bianca Groffen, 3486605
Taal- en Cultuurstudies
Hoofdrichting: Nieuwe Media & Digitale Cultuur
BA Eindwerkstuk TFT, 200401010
2012-2013 Blok 3
Marianne van den Boomen
Sociale netwerken en communities
5 april '13

Inhoudsopgave

1. Veganist voor een maand	2
1.1 Communities	3
1.2 Genetwerkte individuen	3
1.3 De rol van locatie	4
1.4 Werkveld.....	7
2. Buddy's aan het woord	10
2.1 Teveel Buddy's	10
2.2 Eet je meer?	11
2.3 Bijdrage Buddy map aan de community	12
2.4 Op de kaart om te helpen.....	13
3. De theoretische kaart.....	15
4. Challenge failed	17
4.1 Volgende Challenge.....	18
5. Bibliografie.....	20
6. Bijlage enquête	21

1. Veganist voor een maand

Wat hebben honing, drop, een omelet, chocomel, kibbeling en een tosti ham-kaas met elkaar gemeen? Er zijn ruim 1700 mensen in Nederland en België die deze producten een maand lang niet eten in het kader van de VeganChallenge. De uitdaging om een maand lang veganistisch te eten. Geen vlees, vis, ei, zuivel en ander voedsel waar dierlijke producten in zijn verwerkt. De VeganChallenge is georganiseerd door de organisatie Viva las Vega's in samenwerking met de Nederlandse Vereniging voor Veganisten. De opzet van de VeganChallenge is als volgt: na aanmelding ontvang je 30 dagen lang dagelijks een nieuwsbrief met recepten, tips en informatie over alles met betrekking tot veganisme. Daarnaast stimuleert de VeganChallenge je contact te leggen met andere deelnemers zowel online als offline, omdat het sociale aspect van een veganistische levensstijl volgens de organisatie lastig kan zijn (Ruijter 2013). Het stimuleren van contact met andere deelnemers faciliteert de organisatie onder meer met de Buddy map. De Buddy map is een geografische kaart gebaseerd op Google Maps waarmee je jezelf met enkele persoonlijke gegevens letterlijk op de kaart zet. Onder meer via deze map kunnen deelnemers contact met elkaar opnemen. De deelnemers van de VeganChallenge vormen een community die afhankelijk van de eigen behoefte hecht of vrijblijvend is.

De VeganChallenge is een moderne community. Althans dat valt als zodanig te beargumenteren. Een community is een groep mensen die een geheel van waarden, interesses en ervaringen delen en een gevoel van aansluiting en betrokkenheid bij elkaar voelen (Hodkinson 2011). Deze omschrijving is erg algemeen, er worden zowel fysieke en virtuele communities mee bedoeld als hechte, lokale en losse communities. Ook de VeganChallengecommunity waarbij het om een vooraf gestelde tijdelijke verbinding gaat past binnen deze definitie.

1.1 Communities

Wat maakt een groep mensen met hetzelfde eetpatroon tot een community? Socioloog Ferdinand Tönnies legt een basis voor het begrip community met zijn begrippen *Gemein-* en *Gesellschaft* (1963). Hij signaleert eind 19^{de} eeuw een verschuiving van een *Gemeinschaft*, een gemeenschap met sterke, intieme banden, gezamenlijke afhankelijkheid en isolatie, als een dorp in het platteland waar men met iedereen verbonden is naar een *Gesellschaft*. *Gesellschaft*, een grootschalige ‘groep’ zonder sterke banden, heterogeen en gecentreerd rond mechanische en rationele relaties gebaseerd op gemak en waar het eigenbelang van het individu belangrijker is (Hodkinson 2011, 244). Deze ontwikkeling vindt deels plaats door moderniteit en industrialisatie. Een verschuiving van het platteland naar grote, anonieme steden. Deze tweedeling helpt bij het analyseren van moderne communities. Volgens schrijver Howard Rheingold (1993) heeft de komst van het internet juist gezorgd voor het ontstaan van virtuele communities omdat je mensen niet eerst hoeft te zien om ze te leren kennen. Het internet creëert mogelijkheden tot het vormen van *Gemeinschaft*, zonder het lokale en fysieke aspect. Anderzijds zou het internet de individualisatie die *Gesellschaft* kenmerkt versterken. Wat het op een bepaald niveau ook doet. We leven in een sterk geïndividualiseerde maatschappij (Bauman 2000), en dat heeft invloed op onze perceptie van groepsvorming, van communities.

1.2 Genetwerkte individuen

Mediawetenschappers Lee Raine en Barry Wellman signaleren een nieuw social operating system dat ze *networked individualism* noemen. Deze genetwerkte individuen zijn tot stand gekomen door ontwikkelingen op het gebied van sociale netwerken, internet en mobiliteit. Volgens Raine en Wellman is de komst van het internet meer dan welkom in de dan al opkomende maatschappelijke trend richting het genetwerkte operating system. De komst van het internet zorgt dat de ontwikkeling nieuwe hoogte en in nieuwe richtingen wordt gestuurd (Raine en Wellman 2012, 80). De komst van mobiele telefoons zorgt er voor dat er geen sprake meer is van plaatsgebondenheid om te communiceren en voor vervaging van de grens tussen publiek en privé door altijd online te kunnen zijn. De revolutie op het gebied van sociale netwerken is niet op technologisch gebied maar op de

manier waarop men zich tot elkaar verhoudt. Daarbij speelt onder meer het verlangen naar persoonlijke autonomie, mobiliteit en vermindering van plaatsgebondenheid een rol (Raine en Wellman 2012, 21). Deze verschuiving die langzaam plaatsvond was een basis voor de andere twee revoluties.

De drie, elkaar versterkende revoluties zorgen volgens Raine en Wellman voor het sociale operating systeem van vandaag: networked individualism. Kenmerkend van de genetwerkte individuen is 'that people function more as connected individuals and less as embedded group members' (Raine & Wellman 2012, 12). Waarbij een huishouden het ultieme voorbeeld van group members is. Een verschuiving die Tönnies ook al opmerkte; van homogene kleine gemeenschappen, naar heterogene groepen waarbij het individuele belang voorop staat ten opzichte van het groepsbelang. Deze verschuiving signaleert communicatiewetenschapper Jan van Dijk ook om zijn visie over de huidige netwerkmaatschappij te illustreren. Volgens Van Dijk is een netwerkmaatschappij een maatschappij in de vorm van heterogene individuen, verbonden door sociale netwerken en interactieve medianetwerken zoals telefoon en internet (2011, 17). Deze individuen vormen volgens Van Dijk, in tegenstelling tot de eerder genoemde 'embedded group members' (huishoudens) de basiseenheid van de moderne maatschappij.

Moderniteit, industrialisatie en mobiliteit speelden ook een rol bij het verschuiven van Gemeinschaft naar Gesellschaft. Mobiliteit is volgens Raine en Wellman (2012) één van de redenen dat we verschuiven naar genetwerkte individuen. Die rol van mobiliteit met betrekking tot communityvorming omschrijft Rheingold in zijn boek *Smarth Mobs, the Next Social Revolution*. Daarin duidt hij onder meer aan hoe men de kracht van mobiele en pervasive communicatie kan gebruiken voor het organiseren van sociale groepen op nieuwe manieren (2009, 29). Bijvoorbeeld bij het politieke protest in Engeland in 2000 tegen de plotselinge stijging van benzineprijzen. Honderden mensen kwamen bijeen en men gebruikte mobiele telefoons, e-mail en de radio in taxi's om de verspreide groepen mensen die de brandstoftoevoer bij geselecteerde tankstations blokkeerde te coördineren (Rheingold 2002, 158).

1.3 De rol van locatie

Het debat rond community versus genetwerkte individuen gaat weinig in op

media die koppelingen maken met geo-lokale informatie, bijvoorbeeld het inchecken via Facebook en FourSquare. Als het gebeurt gaat het vaak over de mobiliteit van personen en de afstand tussen hen die wordt overbrugd (Raine en Wellman 2012, 108; Mok e.a. 2009). Of extremer geformuleerd over de *The Death of Distance* (Cairncross 1997). In het boek *Networked* van Raine en Wellman over genetwerkte individuen is de rol van geografische kennis onderbelicht. Waar dat bij Tönnies wel een rol speelt (stad vs dorp) wordt dat aspect door het mobiele internet minder belangrijk. Het wegvallen van afstand en plaats als belemmering tot communiceren, tot communityvorming, kan betekenen dat communiceren toegankelijker wordt. Marshall McLuhan's (1962) visie van een *global village*, een wereld zonder grenzen en een eindeloze hoeveelheid kennis en mogelijke vriendschappen (Raine en Wellman 2012, 126). Communityvorming vindt volgens Rheingold beslist online plaats (1993), misschien zelfs met dezelfde waarde en gevoelens die Tönnies omschreef bij een *Gemeinschaft*, maar dan met de individuele behoefte op de eerste plaats en niet het collectieve. Raine en Wellman concluderen ook dat communities blijven bestaan, maar meer als ruimtelijk verspreide en gedifferentieerde persoonlijke netwerken en niet zozeer als wijken/buurtten of dicht geknoopte groepen (2012, 146). Dit heeft grotendeels te maken met de mogelijkheid altijd en overal online te zijn en contact te hebben met anderen. Bovendien heeft, volgens Wellman, het begrip community tegenwoordig een andere lading dan het had rond de jaren '70. Dat komt deels omdat een huishouden niet meer het vanzelfsprekende uitgangspunt is maar vooral omdat communities minder plaatsgebonden afhankelijk zijn en veel meer individueel-persoonsgebonden (Wellman 2005, 53).

Ik vermoed dat wijken en buurtten wel degelijk een rol spelen binnen een community. Zeker als er specifiek aandacht wordt besteed aan locatie, wat het geval is bij de VeganChallenge. Zoals al eerder vermeldt stimuleert de organisatie contact tussen de deelnemers. Dit doet ze via de online kanalen Facebook, Twitter, het vermelden van evenementen in de nieuwsbrief, het forum op de website en met de Buddy map. De Buddy map van de Veganchallenge is de case study van dit essay. Naast de reguliere aanmelding bij de VeganChallenge kan je je ook op de Buddy map plaatsen. Op deze kaart geef je de volgende gegevens: e-mailadres, naam of een alias, woonplaats, straatnaam, je vegan-ervaring (beginner/ervaren) en een

boodschap. De boodschap varieert van een directe vraag naar recepten en verwijzingen naar blogs tot motiverende ‘slogans’ en uitnodigingen om samen te koken. Bijvoorbeeld de boodschap van An uit Oude-Tonge: “Hallo! Ik ben An en nu 11 jaar veganist. Mocht er iemand tips nodig hebben voor boodschappen etc. voor regio Goeree Overflakkee kun je contact opnemen.” Of de boodschap van Anita uit Almelo: “Ik probeer al een tijd zo veganistisch mogelijk te leven, maar dat vind ik soms lastig. Zeker tijdens drukke weken. Ik hoop tijdens de VeganChallenge er weer extra goed voor te gaan. En in contact te komen met andere (wannabe) vegans :). Groetjes, Anita.”

Interessant is de vraag in hoeverre deze Buddy map bijdraagt aan online contacten tussen (nieuwe en ervaren) veganisten. En om welke type contact het gaat. Is het vooral informatief, richt het zich op praktische tips of draait het om uitwisseling van de ideeën achter het veganisme? En welke rol speelt de geografische kennis die door de Buddy map wordt onthuld? De geografische kennis houdt de precieze woonplaats in van de deelnemers. Overige informatie die ook een rol kan spelen is tot welk type deelnemer (beginner/ervaren) hij behoort en met welke boodschap hij/zij mee doet aan de uitdaging. Deze vragen leiden tot de hoofdvraag: Welke bijdrage levert de Buddy map op de website van de VeganChallenge aan online contact ter bevordering van een veganistische levensstijl voor een maand?

Dit roept de volgende deelvragen op: Wat zijn de belangrijkste motieven voor participatie aan de Buddy map? Worden deze verwachtingen waargemaakt? Welke contacten zijn er (mogelijk) tussen de deelnemers van de VeganChallenge? De beantwoording van deze vragen zal inzicht geven in de intenties van de deelnemers aan de Buddy map en belangrijker: de rol die deze kaart speelt binnen de VeganChallengecommunity. Om vervolgens daaruit te kunnen afleiden of de Buddy mapdeelnemers een community vormen binnen de VeganChallengecommunity of dat het gaat om relatief losse genetwerkte individuen. Ik verwacht dat de Buddy map een sterke verbindende factor is bij de VeganChallengecommunity. Dit uit zich in contact tussen onbekenden, vooral online en met het doel elkaar met informatie te voorzien. Als men contact zoekt met het doel elkaar fysiek te ontmoeten zal dat vooral zijn in het kader van potlucks en etentjes. Een potluck is een informele avond waarbij elke gast eten meeneemt. De voor de hand liggende verwachting is dat de contacten die men zoekt, dicht in de eigen buurt zijn, zowel voor informatievergaring als potlucks en dergelijke.

1.4 Werkveld

De methode om de centrale vraag van dit essay te beantwoorden bestaat deels uit een gebruikersonderzoek. Het uitzetten van enquêtes haalt zowel de reden van gebruik van de Buddy Map alsmede hoe de kaart wordt gebruikt naar boven. Vervolgens worden de resultaten vergeleken met de visie van Raine en Wellman over genetwerkte individuen.

De enquêtes zijn gemaakt via Thesistools, een website waar men eenvoudig online enquêtes kan maken en hosten. Vanwege de verwachting een klein aantal respondenten te verkrijgen worden de resultaten handmatig verwerkt.

Het gebruiksonderzoek gaat enkel over de deelnemers van de Buddy map. Bijna 500 deelnemers, ruim 25% van het totaal aantal deelnemers aan de VeganChallenge. Dit creëert de beperking dat er geen uitspraken gedaan worden over alle deelnemers aan de VeganChallenge, maar dat is ook niet het doel. Het gaat enkel om de Buddy mapgebruikers en welke rol de deelname aan de map speelt bij de VeganChallenge en het zoeken naar contacten. Overige factoren die een rol kunnen spelen bij het maken van contact is leeftijd, woonplaats, de levensstijl en -fase (ervaren of beginnend vegan). De reden om contact met elkaar te zoeken via de Buddy map lopen vermoedelijk uiteen. Enkele redenen kunnen zijn:

- uitwisseling van informatie

 - (van recepten tot goede winkels tot waar je je calcium vandaan haalt)

- nieuwe contacten maken – vriendschap

- praktisch contact (samen eten of boodschappen doen)

- uitwisseling van informatie voor de mensen in je omgeving

 - (uitleggen waarom je geen dierlijke producten eet)

De ene reden zal de andere waarschijnlijk niet uitsluiten. Naar verwachting zullen ervaren veganisten zich aangemeld hebben om hun ervaringen te delen in de vorm van kennis, tips en recepten. De organisatie zegt dat ervaren vegans uit ervaring weten dat het sociaal lastig kan zijn, zeker wanneer je niemand in je omgeving kent die ook vegan is (Ruijter 2013).

Daarnaast haal ik uit de enquêtes informatie over de intensiviteit waarin de Buddy map is gebruikt en op welke manier. Bijvoorbeeld persoonlijk contact of algemeen, met iemand uit de buurt of niet? Voor het organiseren van evenementen, of puur alleen om jezelf letterlijk op de kaart te zetten. Vanwege beperkingen in tijd is het niet mogelijk alle deelnemers

van de Buddy map te benaderen. Daarom kies ik er voor enkel de bewoners uit de steden Den Haag en Utrecht en een evenredig aantal bewoners uit kleine dorpen en steden tot een inwonersaantal van 20.000 mensen te benaderen voor het onderzoek. De keuze voor Utrecht is gebaseerd op een persoonlijke uitnodiging voor een potluck. De keuze voor Den Haag is gemaakt vanwege een nieuwsbrief tijdens de Challenge waarin speciale aandacht is besteed aan de groei van het aantal vegetarische en vegan restaurants en winkels in Den Haag. Onder meer de supermarkt Veggie4u, de vegetarische slager en in maart de opening van de eerste vegetarische snackbar.

Een factor die mee kan spelen in het gebruik van de Buddy Map is de woonplaats (stad of dorp) vandaar dat hier bewust rekening mee wordt gehouden bij het benaderen van respondenten. 12% van alle deelnemers aan de VeganChallenge is man, 88% vrouw en de leeftijdsgroep 26 tot 30 jaar is het sterkst vertegenwoordigd met 30% (Ruijter 2013). Dergelijke informatie is niet bekend over de Buddy map, enkel het totaal aantal deelnemers (494) en de verhouding beginnend-ervaren vegans (42%-58%). Bij het benaderen van respondenten werd er rekening gehouden met de verhouding tussen inwoners uit dorpen en steden omdat de verwachting is dat men in steden eerder contact met elkaar zoekt dan de deelnemers in dorpen. Er zijn 50 deelnemers uit steden en 50 deelnemers uit dorpen benaderd om deel te nemen aan de enquête. Deze selectie vond minder strikt plaats tussen beginnend en ervaren deelnemers omdat de verhouding tussen alle Buddy mapdeelnemers redelijk in balans is (41%-58%). Met de man-vrouw verhouding is geen rekening gehouden. Deels omdat er geen verwachtingen zijn in verschillen tussen de twee maar vooral omdat het onwaarschijnlijk is dat mannen bij de respondenten sterker vertegenwoordigd zijn dan bij alle deelnemers van de Buddy map (12%).

Overigens sprak ik eerder over nieuwe en ervaren veganisten. Zo zwart-wit is de scheiding niet in de praktijk. Ondanks dat deelnemers aan de Buddy map zich slechts in een van deze twee categorieën kunnen indelen is er een verschil tussen een iemand die totaal onervaren is met vegetarisme en deelnemers die al jaren veganistisch eten. Bovendien kan iemand die een half jaar veganistisch eet dat zelf als beginnend ervaren en zich in die categorie indelen. De deelnemers aan de VeganChallenge worden door de organisatie ingedeeld op hun eetpatroon voor de deelname: 42%

was omnivoor, 43% at vegetarisch en 16% was al veganist (of streng vegetariër).

In het volgende hoofdstuk staan de resultaten van het gebruikersonderzoek. Omdat het een kleinschalig onderzoek betreft zijn de statistieken die er uit volgen slechts indicaties. Vervolgens komt in het derde hoofdstuk de theorie van Wellman over genetwerkte individuen en de rol van neighbourhoods in communities aan bod. Ik tracht met de resultaten van het gebruikersonderzoek een grotere rol voor (de kennisneming van) locatie op te roepen binnen het vormen van communities en individuele netwerken.

2. Buddy's aan het woord

Voor het gebruikersonderzoek nam ik aan dat de deelnemers op de Buddy map automatisch ook deelnemers waren van de VeganChallenge. Na het verwerken van de enquêtes blijkt dit niet zo te zijn. Vijf respondenten hebben expliciet aangegeven niet deel te nemen aan de VeganChallenge. Relatief veel respondenten (76,3%) gaven aan al veganistisch of streng vegetarisch te eten voor de challenge begon. Uiteraard staan er ervaren deelnemers op de map (58%) maar dit aantal is sterker vertegenwoordigd bij de respondenten. Dit heeft enkele consequenties voor het onderzoek: de gestelde vragen en geponeerde stellingen zijn vanuit de invalshoek gemaakt dat de Buddy map een onderdeel is van de VeganChallenge voor alle deelnemers. Door de uitkomsten en opmerkingen bij de enquête lijkt de Buddy map een ontmoetingsplek te zijn voor zowel deelnemers als ervaren veganisten naast de VeganChallenge. De Buddy map is wel degelijk een onderdeel van de VeganChallengewebsite want het wordt als zodanig gepresenteerd. De deelnemers van de Buddy map zijn echter niet allemaal een onderdeel van de VeganChallengecommunity. Een respondent geeft aan: “Beetje verwarrend in de vragenlijst, als buddy ben ik al veganist, dus doe ik niet mee aan de challenge, ik hoef niets vol te houden en mijn eetpatroon is ook niet veranderd.”

Aan de VeganChallenge in februari 2013 deden 1791 mensen mee (27-02-2013). 82,4% van de deelnemers woont in Nederland. De 26 tot 35-jarigen zijn het meest vertegenwoordigd met 30%. Het eetgedrag van de deelnemers was voor de challenge erg verschillend. De grootste groep, 43% was vegetariër. Een bijna net zo grote groep was omnivoor toen ze begon aan de challenge (41%). De overige 16% van de deelnemers at al zo goed als veganistisch (Ruijter 2013).

2.1 Teveel Buddy's

Van de 494 deelnemers op de kaart waren er 269 ervaren en 195 beginnende vegans. Overige deelnemers waren teamleden van de VeganChallenge of eetgelegenheden/afhaallocaties. Er zijn 100 deelnemers benaderd om de enquête in te vullen, in totaal zijn er 38 ingevuld. Dat is geen laag responspercentage, maar de aantallen zijn te laag om uitspraken te kunnen doen over alle deelnemers van de Buddy map. Helaas was het technisch niet mogelijk om respondenten te verplichten elke vraag te

beantwoorden waardoor niet alle vragen zijn ingevuld. Bovendien heeft een respondent aangegeven met zijn bedrijf op de kaart te staan. Wanneer het om minder dan de 38 respondenten gaat is dit aangegeven.

In totaal komen er 16 respondenten uit Den Haag en Utrecht, en 22 uit kleine dorpen en steden. De verhouding man-vrouw is representatief voor alle Buddy mapdeelnemers met 31 vrouwelijke en 7 mannelijke respondenten. De gemiddelde leeftijd ligt tussen de 36 en 49 jaar (39,5%) de leeftijdscategorie 18 t/m 25 jaar is daarna het sterkst vertegenwoordigd (30%). Een opvallend aantal respondenten (76,3%) is al veganist of streng vegetariër voordat ze deelnamen aan de VeganChallenge. Als diegene al deelnam aan de challenge. Een respondent geeft aan: “Ik denk dat veel van de deelnemers sowieso al bezig zijn of waren plantaardiger te gaan eten dus dat het feitelijke aantal deelnemers veel lager is dan nu het geval. Bijna al mijn vrienden van dierenwelzijnsorganisaties hebben zich aangemeld en die waren al veganist.” Een onbekend aantal mensen staat wellicht aangemeld als deelnemer aan de VeganChallenge terwijl zij niet echt deelnemen omdat ze al veganist zijn. Het aantal respondenten dat al veganist of streng vegetariër is, is vergeleken met de totale groep VeganChallengers, te sterk vertegenwoordigd (76,3% tegenover 16%). Ook vergeleken met alle Buddy mapdeelnemers (76,3% tegenover 58%).

Op de vraag: wat was de belangrijkste reden om mee te doen aan de VeganChallenge? kon men meerdere antwoorden geven. Van de 37 respondenten die deze vraag beantwoordden werd 21 keer *informatie uitwisseling* genoemd, 12 keer *tips met betrekking tot de omgeving* en 10 keer voor *het leggen van nieuwe contacten*. 16 keer koos men voor de optie: *Anders, namelijk...*, daarvan geeft de helft aan dat ze buddy zijn om andere, beginnende veganisten te helpen. Overige redenen die worden gegeven zijn het steunen van het initiatief, veganisme uitdragen, als bedrijf en als steun voor zichzelf (4 respondenten).

2.2 Eet je meer?

De belangrijkste reden voor 41,7% van de respondenten om zich aan te melden op de Buddy map was *het aanbieden van kennis en ervaring* (15 van 36 respondenten). Wat in de lijn der verwachting ligt binnen een groep ervaren veganisten. Daarnaast is *in contact komen met andere challengers* (7) en *mezelf op de kaart zetten* de belangrijkste reden (6).

14 respondenten hebben contact gezocht met andere deelnemers van de VeganChallenge, 10 daarvan in ieder geval via de Buddy map en overige contacten verliepen via het forum, Twitter en/of Facebook. Daarvan was 1 persoon een beginnende vegan. Wanneer een aantal vragen verder in de vragenlijst expliciet wordt gevraagd: heb je contact gezocht met andere deelnemers via de Buddy map? (met wie, welke reden en met welke afstand?) antwoorden nog slechts 7 respondenten bevestigend in plaats van de 10 respondenten die eerder aangaven contact te hebben gezocht met andere deelnemers via de Buddy map. Alle 7 respondenten benaderde onbekende personen woonachtig in dezelfde regio. Twee met als doel het opstarten van een potluck/eetclub, de overige met vragen, tips en adviezen. 52,6% is benaderd door andere deelnemers via de Buddy map. Dat zijn 20 respondenten, 10 uit Den Haag en Utrecht en 10 uit dorpen. Van de 20 respondenten zijn er 5 beginnende vegans. 6 respondenten gegeven aan dat ze zijn benaderd voor commerciële en onderzoeksdoeleinden (waarvan 3 deze enquête bedoelden). 7 personen zijn uitgenodigd voor een gezamenlijke maaltijd. Zowel potlucks als een persoonlijkere uitnodiging tot samen koken vallen in deze categorie. 4 personen zijn benaderd voor het geven van informatie en 3 personen voor persoonlijk contact (nieuwe mensen leren kennen). Helaas is niet bekend hoeveel respondenten daadwerkelijk in zijn gegaan op de uitnodigingen, omdat dit niet is bevraagd in de enquête. Het grootste gedeelte van de deelnemers die zijn benaderd door anderen (10 respondenten), is benaderd door mensen uit de eigen regio (zelfde provincie of 5 tot 30 km afstand). 5 respondenten door mensen uit dezelfde stad. Slechts 2 personen door iemand buiten de eigen regio en bij 3 respondenten is het onbekend.

14 respondenten (36,8%) kende niemand uit hun omgeving (buren, vrienden, collega's en Facebook/Twitter vrienden) die mee deden aan de VeganChallenge. Op 1 uitschieter na, die respectievelijk 42 mensen kent die ook deelnamen, kende de respondenten gemiddeld 2 personen die meededen aan de Challenge.

2.3 Bijdrage Buddy map aan de community

20 van de 37 respondenten antwoordden bevestigend op de stelling *Ik voel me deel uitmaken van de VeganChallengecommunity*. Van de 17 respondenten die zich daar niet van deel voelen uitmaken zijn er 6

beginnende vegans. Dat is tweederde van alle beginnende respondenten. Van de 36 respondenten vinden er 28 dat de Buddy map niet bijdroeg aan het volhouden van de VeganChallenge. 16 van de 36 respondenten voelen zich betrokken bij de andere deelnemers door de Buddy map. Dit wordt voornamelijk ervaren door ervaren vegans (13). Op de stelling *De Buddy map draagt bij aan communityvorming* antwoordden 75% bevestigend (27 van de 36 respondenten). 24 van de 27 respondenten zijn ervaren veganisten. 3 van de 8 beginnende vegans reageerden positief op deze stelling, zij vonden de Buddy map bijdragen aan communityvorming. Kortom 86% van de ervaren vegans tegenover 38% van de beginnende vegans vindt dat de Buddy map bijdraagt aan communityvorming.

20 respondenten (van de 34) geven aan dat de verwachtingen die ze hadden van de Buddy map niet zijn uitgekomen. De meest genoemde reden is vanwege het gebrek aan contact tussen andere deelnemers. Bij 14 respondenten voldeed de Buddy map wel aan de verwachtingen omdat ze contact hebben gehad met andere deelnemers, wat bij 7 respondenten de reden was. Een respondent gaf aan “blijvend contact/vriendschap met vier vegans in haar omgeving te hebben.” 3 respondenten gaven aan dat de Buddy map wel aan hun verwachtingen voldeed juist omdat er geen contact (of commercieel van aard) was. Op de stelling *Ik had meer van de Buddy map verwacht* antwoordde 64,9% bevestigend (24 van de 37 respondenten). 16 respondenten doen in juni weer mee aan de VeganChallenge, 15 weten het nog niet en 7 respondenten nemen niet deel aan de volgende VeganChallenge.

2.4 Op de kaart om te helpen

Er zijn slechts 9 respondenten die zich als beginnend (en hoogstwaarschijnlijk als deelnemer aan de VeganChallenge) hebben aangemeld op de kaart. De overige 29 respondenten staan op de Buddy map maar wellicht niet als deelnemer aan de VeganChallenge (2 respondenten hebben uitdrukkelijk aangegeven niet mee te doen aan de challenge). De verhouding ervaren-beginnend lag op de Buddy map redelijk in balans (42% beginnend en 58% ervaren). Deze verhouding is bij alle VeganChallenge deelnemers moeilijk te maken omdat de organisatie een genuanceerder onderscheid maakt. Ze kijkt namelijk naar het eetpatroon vooraf aan de challenge (43% vegetariër, 41% omnivoor en 16% al zo goed als

veganistisch). Sommige vegetariërs beschouwen zichzelf waarschijnlijk als onervaren en anderen als ervaren. Persoonlijk beschouw ik mezelf als vegetariër, terwijl ik wel af en toe vis eet. Hierdoor beschouw ik mezelf als een onervaren veganist. Alle gradaties in een vegetarisch eetpatroon maken het onderscheid verwarrend. Wat echter duidelijk is, is de scheve verhouding tussen ervaren en onervaren onder de respondenten: 76%-24%. Dit kan deels verklaard worden door de hulpvaardigheid van de ervaren vegans. Zij hebben zich tenslotte aangemeld om andere, beginnende vegans te helpen en zijn wellicht geneigd eerder deze enquête in te vullen.

Ruim een derde (36,8%) van de deelnemers is benaderd door anderen (de benaderingen om commerciële en onderzoeksdoeleinde niet meegeteld) en hetzelfde aantal heeft contact gezocht met andere deelnemers. Degene die contact zochten met andere deden dat vooral met het doel kennis, tips en adviezen te vragen. Het overgrote deel dat is benaderd door andere deelnemers werd uitgenodigd voor een potluck, een persoonlijk etentje of voor het geven van informatie over een veganistisch eetpatroon. Via de nieuwsbrieven is bekend dat er 10 potlucks zijn georganiseerd. Op de potluck in Best na zijn ze allemaal georganiseerd in grotere steden (onder andere Zoetermeer, Utrecht, Amstelveen en Den Haag).

Ondanks de verwachting verschillen aan te treffen tussen deelnemers die in steden wonen en degene die in kleinere steden of dorpen wonen zijn ze niet gevonden. Niet wat verschillen betreft tussen ervaren en beginnende vegans en het aantal mensen dat contact zocht of werd benaderd. Het enige opvallende is dat de inwoners uit Den Haag, op een persoon na, allemaal meerdere mensen kennen die ook deelnamen aan de challenge.

In het volgende hoofdstuk wordt besproken wat de resultaten betekenen binnen de theorieën over communities en genetwerkte individuen.

3. De theoretische kaart

Zonder twijfel blijkt dat Wellman gelijk had. In meerdere papers beargumenteert hij dat “community goes beyond the neighbourhood” (2001, 2012). De tijd waarin communities werden gevormd vanuit plaatsgebondenheid, door Wellman *door-to-door* communities genoemd, is door meerdere factoren achter ons gelaten, waarvan het mobiele internet een sterk zichtbare factor is. Daarnaast vormen families, in de zin van huishoudens, niet meer de basis zoals dat wel het geval is bij Tönnies Gemeinschaft. Iedereen heeft zijn eigen toegang (tv, computer, mobiel) binnen een huishouden en vormt van daaruit de basis tot een persoonlijk individueel netwerk. Door Wellman omschreven als *person-to-person* communicatie, een sociaal netwerk van individuen (2005, 55).

Het definiëren van een community, zoals eerder omschreven aan de hand van Hodkinson, gebeurt voornamelijk op maatschappelijke gronden en niet op ruimtelijke. Daardoor zijn moderne communities zelden beperkt tot neighbourhoods (Wellman 2001, 233). Dat geldt tevens voor de VeganChallengecommunity. De basis voor deze community heeft in principe niets te maken met de woonplaats van de deelnemers. Door de Buddy map speelt het in mijn ogen wel een rol binnen een community of in de woorden van Wellman: binnen een sociale netwerk van individuen. Ondanks dat beide termen iets anders betekenen zijn ze allebei te gebruiken om de deelnemers op de Buddy map te omschrijven. Ik zie sterke argumenten voor het networked individualism van Raine en Wellman maar heb de Buddy map ervaren als een community. Het deed mij iets: weten dat er zowel in Denemarken, Portugal als in dezelfde wijk in mijn eigen stad mensen mee doen aan de challenge en dat ze in zekere zin openstaan voor contact.

Open staan voor contact is echter nog geen garantie tot. Wellman stelt: “Although characteristics of neighbourhoods remain important (...) neighbourhoods are not important sources of community” (2001, 233). Ik neem aan dat neighbourhoods (bij gebrek aan een goede Nederlandse vertaling) op zichzelf inderdaad geen kiem tot communityvorming zijn. Alhoewel ik me bij een bepaalde stadswijk of een hechte dorpsgemeenschap zoals Urk, wel iets dergelijks kan voorstellen. Bij het geval van de VeganChallenge kan de Buddy map een dergelijke subcommunity in een buurt faciliteren. De potlucks, contacten en georganiseerde etentjes tussen

de deelnemers zijn daar uitingen van. Al vallen dergelijke activiteiten niet helemaal onder de definitie van community. Dat zie ik inderdaad eerder als, zoals Wellman het benoemt, als versterkingen in het sociale netwerk van een individu.

4. Challenge failed

De resultaten uit het gebruikersonderzoek ondersteunen mijn vermoedens niet. Het voor de hand liggende resultaat is dat mensen die contact met elkaar opnemen, dat voornamelijk binnen hun eigen regio doen. Zowel wanneer het om praktische onderwerpen ging, bijvoorbeeld uitnodigingen voor potlucks, maar ook als het informatie vragen betreft. Slechts eenmaal ging het over de betreffende regio; een respondenten zocht contact met een buurtgenoot omdat hij meer wilde weten over een bepaalde 'toko'. Er is echter geen sprake van enige (extra) communityvorming door de Buddy map. Tterwijl ik verwachtte dat de Buddy map zou bijdragen als een verbindende factor bij de VeganChallengecommunity als geheel en binnen de Buddy map zelf. Uit de resultaten blijkt dat dit niet het geval is. Dat heeft wellicht ook te maken met het feit dat bijna de helft van de Buddy mapdeelnemers (46%) zich überhaupt niet deel voelt uitmaken van de VeganChallengecommunity. Het tegenstrijdige is dat 75% wel vindt dat de Buddy map bijdraagt aan communityvorming. Wellicht heeft het met de stelling te maken en de optimistische mogelijkheid die de inhoud impliceert, althans zo ervaar ik het achteraf. Bij de stelling *De Buddy map draagt bij aan communityvorming*, kan men inderdaad vinden dat alleen het bestaan van de map al bijdraagt aan communityvorming. Dit is slechts op een oppervlakkig niveau. Voor 17% van de respondenten was de belangrijkste reden om zich aan te melden op de map tenslotte om *de stad/omgeving te vertegenwoordigen*.

Dat de Buddy map niet zorgt voor zichtbare communityvorming heeft enerzijds te maken met de beperkingen van het onderzoek. Omdat er enkel enquêtes zijn afgenomen is oppervlakkig te achterhalen welke rol de Buddy map speelde. Anderzijds is de Buddy map verre van optimaal gebruikt. De verwachtingen die de Buddy map creëerde zijn zowel bij mij als bij de gebruikers (59%) niet uitgekomen.

De subtitel van het boek *Alone Together* (2011) van mediawetenschapper Sherry Turkle omschrijft mijn gedachte achter de verwachtingen: *why we expect more from technology and less from each other*. Het bestaan van de Buddy map is niet voldoende om men daadwerkelijk met elkaar te laten communiceren. De behoefte tot contact moet er ook zijn, en in een scheve verhouding tussen vraag en aanbod

(beginnende en ervaren vegans) blijkt die behoefte minimaal te zijn, “niemand heeft contact met mij opgenomen” wordt een aantal keer als reden genoemd. Bovendien is er de daadwerkelijke stap tot het nemen van contact. Een respondent zegt met betrekking tot haar verwachtingen van de Buddy map: “men wacht tot je zelf het initiatief neemt en ik het best eng vond zonder al te veel info contact met iemand op te nemen.” De aanwezigheid van de Buddy map impliceert dat het weinig moeite kost om contact op te nemen met mededeelnemers, dit is natuurlijk niet het geval.

De Buddy map is, zoals deze nu is vormgegeven en gebruikt een bevestiging van de visie van Raine en Wellman over de ontwikkelingen van het genetwerkte individu. Aanmelding en aanwezigheid op de map is niet gefocust op het vormen van een community noch gericht op het bevorderen of verstevigen van individuele netwerken. Dat laatste vindt wel plaats maar beperkt door de mogelijkheden van de map. Het blijft bij het versturen van uitnodigingen voor evenementen en het uitwisselen van praktische informatie.

4.1 Volgende Challenge

Om de eventuele rol van locatie en die het speelt bij genetwerkte individuen binnen een community als de VeganChallenge volledig te kunnen uitsluiten is uitgebreider onderzoek nodig. Daarbij kunnen andere netwerken naast de Buddy map meegenomen worden. Het Twitteraccount *#30dagenvegan* biedt inzichtelijke opties, zeker als deze gegevens gekoppeld zijn aan de Buddy map. Daarnaast zou de functionaliteit van de Buddy map verbeterd worden als de indeling niet is gebaseerd op ervaren en beginnende vegans. Aangezien er (mede dankzij het succes van deze editie (NVV 2013)) in juni weer een VeganChallenge is, kan deze tweedeling nogal voor verwarring zorgen. De mate van contactbehoefte zou een optie kunnen zijn.

Ondanks de uitkomsten van de enquête denk ik nog steeds dat het uitmaakt in welke plaats (en wijk) je woont en dat dit invloed heeft op de communityvorming, op je individuele netwerk. Invloed op de mate waarin en of je contact zoekt met andere deelnemers. Enerzijds lijkt er wel behoefte te zijn aan een online community zoals de Buddy map, binnen de VeganChallengecommunity. Dat geeft zowel de organisatie aan (Ruijter 2013) en door de Buddy map naast een forum en andere sociale kanalen te introduceren. Bovendien zijn er bijna 500 deelnemers die zich hebben

aangemeld. Aan de andere kant is alleen het aangemeld zijn op de Buddy map nog niet voldoende om daadwerkelijk een community te zijn, zeker niet als een groot gedeelte zich voornamelijk ter beschikking stelt als vraagbaak.

De huidige resultaten zijn wellicht een uiting van vele deelnemers die zichzelf op de kaart hebben gezet en er verder niets mee hebben gedaan. Daar is ondergetekende een voorbeeld van. Ondanks een uitnodiging voor een potluck (op een datum waarop ik niet kon) en een mededeelnemer om de hoek wonend heb ik verder weinig met de Buddy map gedaan. Misschien zei mijn eigen deelname aan de Buddy map al voldoende.

5. Bibliografie

- Bauman, Zygmunt. 2000. *The Individualized Society*. Cambridge: Polity Press.
- Cairncross, Frances. 1997. *The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives*. Boston: Harvard Business School Press.
- Dijk, Jan, van 2011. Social media in de netwerkmaatschappij. In D. van Osch, D. & R. van Zijl (Eds.), *Basisboek social media*. 16-43. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Hodkinson, Paul. 2011. *Media, Culture and Society: An Introduction*. London: Sage Publications.
- McLuhan, Marshall. 1962. *The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.
- Mok, Diana, Juan-Antonio Carrasco en Barry Wellman. 2009, 'Does Distance Still Matter in de Age of Internet?' *Urban Studies*, 47(13): 2747-2783.
- Nederlandse Vereniging voor Veganisme (NVV). "Veganisme steeds populairder." Geraadpleegd op 14 maart, 2013.
<http://www.veganisme.org/2013/03/11/veganisme-steeds-populairder/?preview=true>
- Raine, Lee & Barry Wellman. 2012. *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Rheingold, Howard. 1993. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Massachusetts: Addison Wesley.
- Rheingold, Howard. 2002. *Smart mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge, MA: Perseus Publishers.
- Ruijter, Jurjen. Organisatie VeganChallenge. Emailcontact op 27-02-2013.
- Tönnies, Ferdinand. 1963. *Community and Society*. New York: Harper & Row.
- Turkle, Sherry. 2011. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basis Books.
- VeganChallenge. 2013. <http://www.veganchallenge.nl/>.
- Wellman, Barry. 2001. 'Physical Place and Cyberspace: The Rise of Personalized Networking.' *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2): 227-252.
- Wellman, Barry. 2005. 'Community, From Neighborhood to Network.' *Communications of the ACM*, 48(10): 53-55.

6. Bijlage enquête

Beste deelnemer van de VeganChallenge,

Ter afronding van mijn Bachelor Taal- en Cultuurstudies werk ik aan een afstudeerscriptie. Door mijn deelname aan de VeganChallenge kwam ik in aanraking met de Buddy map en vond zo een mooi onderwerp voor mijn scriptie. Aan de hand van deze enquête wil ik meer te weten komen over het gebruik van de Buddy map. Ik doe dit niet in opdracht van de organisatie van de VeganChallenge, puur voor mijn eigen onderzoek.

Ik stel het zeer op prijs als je de enquête wil invullen, het zal hooguit 7 minuten duren. De enquête wordt anoniem afgenomen en de verworven gegevens zullen enkel gebruikt worden voor onderzoeksdoeleinden.

Hartelijk dank voor je deelname!

Met vriendelijke groet,

Bianca Groffen
Studente Taal- en Cultuurstudies
Universiteit Utrecht

Enquête

1. Ik ben een man/vrouw

2. Wat is je leeftijd?

jonger dan 18

18 t/m 25

26 t/m 35

36 t/m 49

50 t/m 65

Ouder dan 65

3. Woonplaats

4. Dagelijkse bezigheid

Vegan & Challenge

5. Wat was je eetpatroon voor deelname aan de Challenge?

Vlees- en viseter

Pesco-tarier

Semi-vegetarier

Veganist of streng vegetarier

Rawer

Anders, namelijk

6. Wat was je belangrijkste reden om mee te doen aan de Challenge? Meerdere antwoorden mogelijk

Informatie uitwisseling

Nieuwe contacten leggen

praktisch (samen eten/boodschappen, samen bestellen webshop)

tops met betrekking tot omgeving, uitleggen waarom je geen dierlijke producten eet.

Anders, namelijk

7. Hoeveel mensen die je kent uit je omgeving doen mee aan de Challenge?

- Vrienden
- Kennissen
- Familie
- Collega's
- Huisgenoten
- Buren
- Facebook/Twitter vrienden
- Andere
- Totaal aantal mensen

8. Heb je contact gezocht met andere deelnemers van de VeganChallenge?

- ja
- nee

9. Hoe heb je contact gezocht met andere deelnemers?

- Via de Buddy Map
- Forum
- Facebookpagina
- Via Twitter
- Anders

Buddymap

10. Wat was de belangrijkste reden om je aan te melden op de Buddy map?

- Voor het aanbieden van kennis en ervaring
- Met vragen naar kennis en ervaring
- Om in contact te komen met andere Challengers
- Mezelf op de kaart te zetten (om stad/regio te vertegenwoordigen)
- Mezelf op de kaart te zetten (om reclame te maken voor blog/bedrijf/iets

anders)

Anders, namelijk

11. Had je daarnaast nog andere redenen om je aan te melden op de buddy map?

- Voor het aanbieden van kennis en ervaring
- Met vragen naar kennis en ervaring
- Om in contact te komen met andere Challengers
- Mezelf op de kaart te zetten (om stad/regio te vertegenwoordigen)
- Mezelf op de kaart te zetten (om reclame te maken voor blog/bedrijf/iets

anders)

Anders, namelijk

12. Zijn de verwachtingen die je had van de Buddy Map uitgekomen?

- Ja
- Nee

13. Ben je via de Buddy map benaderd door andere deelnemers?

- Ja
- Nee

14. Indien je bent benaderd?

- door wie?
- Met welke reden?
- Wat was de afstand?

15. Heb je contact gezocht met andere deelnemers via de Buddy Map?

- Ja
- Nee

16. Indien je contact hebt gezocht met andere deelnemers...

- Met wie?
- Met welke reden?
- Wat was de afstand?

Stellingen

17. Ik voel me deel uitmaken van de Veganchallenge community

- Ja
- Nee

18. Na de VeganChallenge ga ik anders eten dan voor de Challenge

- Ja
- Nee

19. De Buddy map droeg bij aan het volhouden van de VeganChallenge

- Ja
- Nee

20. In juni doe ik weer mee aan de VeganChallenge

- Ja
- Nee
- Weet ik nog niet

21. Door de Buddy map voel ik me betrokken bij de andere deelnemers van de VeganChallenge

- Ja
- Nee

22. De Buddy map draagt bij aan communityvorming

- Ja
- Nee

23. Ik had meer van de Buddy Map verwacht

- Ja
- Nee

Dit was de enquête. Dank je wel voor het invullen! Mocht je nog vragen of opmerkingen hebben, laat het me weten.

Groeten,
Bianca Groffen
bianca.groffen@hotmail.com