

Gezamenlijke Actie voor de Individuele Vrouw

*De bijdrage van feministische Sociale Beweging Organisaties op het
behoud van een collectieve identiteit van het moderne feminisme in
Nederland*

Tabita Slimmens



Universiteit Utrecht

geschreven door

Tabita Slimmens, 5909910
(BSc. Liberal Arts of Sciences,
Major Ontwikkelingsgeografie)

supervisor

W. H. Bor

tweede lezer

Dr. I. van Liempt

17,946 woorden

26 juni, 2020

Sociale Geografie en Planologie

Faculteit Geowetenschappen

Universiteit Utrecht

Voorwoord

Voor u ligt het onderzoek naar het moderne feminisme in Nederland. In dit onderzoek wordt onderzocht hoe organisaties bijdragen aan het behoud van de collectieve identiteit van het feminisme in het digitale tijdperk.

Het onderzoek is de scriptie ter afronding van de major Ontwikkelingsgeografie voor de studie Liberal Arts and Sciences aan de Universiteit van Utrecht.

Graag wil ik iedereen bedanken die heeft meegewerkt aan mijn onderzoek. De respondenten die tijd hebben gemaakt om mijn vragen te beantwoorden en vaak met veel enthousiasme en passie over hun werk wisten te vertellen.

Daarnaast wil ik Wiebe Bor bedanken voor de begeleiding tijdens het schrijven en de kritische blik waarvan hij mijn onderzoek heeft gezien.

Veel leesplezier,
Tabita Slimmens

Samenvatting

De collectieve identiteit van een sociale beweging, is cruciaal voor de mobilisatie van de beweging. Binnen de feministische beweging in Nederland lijkt echter verdeeldheid tussen activisten over de exacte vorm die het feminisme aanneemt in de maatschappij. Waar oorspronkelijk Sociale Beweging Organisaties (SBO's) een belangrijke rol speelde in het creëren van saamhorigheid en een eenduidige definitie van het feminisme, wordt nu – in het digitale tijdperk – steeds meer nadruk gelegd op individuen en diversiteit. Het moderne feminisme wordt gekenmerkt door de hoofdthema's intersectionaliteit, inclusiviteit en autonomie, en deze lijken samen met een toenemende populariteit te lijden tot versplintering van de collectieve identiteit. In dit onderzoek is onderzocht hoe SBO's toch bijdragen aan het behoud van de collectieve identiteit. Aan de hand van semigestructureerde interviews bij diverse feministische organisaties in Nederland is ondervonden dat organisaties inderdaad bijdragen aan het behoud van saamhorigheid en een collectieve identiteit. Dit doen zij op nationale en lokale schaal door samenwerkingsverbanden aan te gaan die zorgen voor de terugkeer van een gebalanceerd sociaal netwerk, centralisatie en organisatorische structurering. Organisaties waarborgen structuur en leiderschap en het internet maakt het mogelijk makkelijk veel mensen te bereiken. Dit samen draagt bij aan het verklaren van heropleving van het feminisme in Nederland.

Inhoud

Inleiding	6
Aanleiding	6
Hoofdvraag en deelvragen.....	7
Relevanties	8
Leeswijzer	10
Hoofdstuk 1: Theoretisch kader	11
1.1. Feminisme in Nederland.....	11
1.2. Collectieve identiteit.....	14
1.3. Sociale Beweging Organisaties in het digitale tijdperk.....	19
1.4. Conceptueel model	21
Hoofdstuk 2: Methode	23
2.1. Verantwoording sample.....	23
2.2. Beschrijving organisaties.....	28
2.3. Operationalisaties	31
2.4. Dataverzameling.....	33
Hoofdstuk 3: Modern feministische collectieve identiteit	34
3.1. Hoofdthema's van de modern feministische beweging.....	34
Hoofdstuk 4: Overeenkomst doelstellingen organisaties	37
Hoofdstuk 5: Een gebalanceerd sociaal netwerk	39
5.1. Zwakke netwerkrelaties op nationale schaal	39
5.2. Sterke netwerkrelaties op nationale schaal.....	40
5.3. Wisselwerking lokale en nationale schaal.....	41
5.4. Sterke netwerkrelaties op lokale schaal.....	43
Hoofdstuk 6: Centralisatie	44
6.1. Organisatorische coalities.....	44
6.2. Strategische relaties en solidariteit	46
6.3. Leiderschap	47
6.4. Overzicht sociale netwerkrelaties.....	49
Hoofdstuk 7: Netwerkrelaties organisatie en individu	50
Hoofdstuk 8: Discussie	52
8.1. Koppeling bevindingen en theorie.....	52
8.2. Kritische analyse en aanbevelingen.....	55
Hoofdstuk 9: Conclusie	57
Literatuurlijst	59
Bijlagen	63
Bijlage 1: Overzicht activiteit sociale media per organisatie	63

Bijlage 2: Topiclijsten	64
Topiclijst organisaties.....	64
Topiclijst feministen.....	66
Topiclijst expert.....	67
Bijlage 3: Codeboom.....	68
Bijlage 4: Transcripten interviews.....	72

Inleiding

Aanleiding

In de afgelopen jaren heeft het feminisme in Nederland opnieuw een belangrijke rol aangenomen binnen de maatschappij. Er lijkt echter verdeeldheid tussen activisten over de definitie van het feminisme. Waar oorspronkelijk Sociale Beweging Organisaties (SBO's) een belangrijke rol speelde in het creëren van saamhorigheid en een eenduidige definitie van het feminisme, wordt nu – in het digitale tijdperk – steeds meer nadruk gelegd op individuen en diversiteit.

Het feminisme wordt vaak verdeeld in verschillende golven. Tijdens de eerste en de tweede golf van het feminisme waren er duidelijke doelen om te behalen: het vrouwenstemrecht, betere kwaliteit onderwijs, seksuele vrijheid en een gelijke arbeidsmarkt (Reger, 2005). Na de tweede feministische golf (eind jaren '80), waren de basis principes voor vrouwenrechten behaald (Reger, 2005) en bestempelden sommigen het feminisme als succesvol en voltooid (Marseille, 2019). In de afgelopen jaren is het feminisme als stroming weer actueel. Diversiteit en inclusiviteit zijn belangrijke speerpunten geworden. Dit lijkt echter tot versplintering van de beweging te leiden (Munro, 2013). Er is verdeeldheid over wat het inhoud en activisten lijken voor hun persoonlijke verhaal te strijden (Wiel, 2019). Daardoor lijkt gericht actie voeren moeilijker te realiseren (Redfern & Aune, 2010; Munro, 2013).

De saamhorigheid en gedeelde collectieve identiteit van het feminisme in Nederland lijkt dus te verdwijnen. Dit gaat in tegen theorieën die er vanuit gaan dat sociale bewegingen bestaan uit groepen mensen met een gedeelde collectieve identiteit. Zo beweert Diani (1992) dat sociale bewegingen worden opgemaakt uit een netwerk van (in)formele interacties tussen individuen en organisaties die op basis van een gedeelde identiteit collectieve actie ondernemen.

Hoe kan het dan dat de moderne feministische stroming opnieuw een belangrijke rol heeft aangenomen in Nederland? Om dit te kunnen onderzoeken moet gekeken worden naar organisaties. Volgens Saunders (2007) kunnen sociale bewegingen namelijk niet los gezien worden van de actieve SBO's. De rol van organisaties bij het opzetten en behouden van sociale bewegingen is volgens Hyde (2018) voornamelijk de coördinatie: "*SMOs [Social Movement Organisations] serve as overall coordination centers in which resources are mobilized, participants are socialized and educated, communication networks are developed, and movement histories are transmitted*" (Hyde, 2018). De organisaties functioneren dus als coördinatie centra, die nadruk leggen op organisatiestructuur en transformaties (Hyde, 2018).

Een van de transformaties binnen sociale bewegingen en SBO's is de toename van het gebruik van het internet en sociale media. Hierdoor is de functie van organisaties veranderd (Earl & Kimport, 2011; Earl, 2019; Walker & Martin, 2019). Doordat communicatie nu makkelijk online kan en er meer mensen bereikt worden via het internet, nemen de coördinatie en actie kosten van SBO's af (Earl, 2019). Bovendien zou de functie van organisaties minder belangrijk worden als er de mogelijkheid is om samen actie te voeren zonder fysiek samen te komen (Earl & Kimport, 2011). De sociale media hebben een organiserende rol gekregen die oorspronkelijk bij de SBO's lag. De rol van organisaties binnen sociale bewegingen wordt flexibeler en meer gedecentraliseerd (Walker & Martin, 2019). Echter, de rol van SBO's blijft aanzienlijk.

Hoewel door het internet het bereik van organisaties groter wordt, communicatie sneller gaat en individuele activisten een groter podium krijgen, zijn SBO's van belang om collectieve identiteit te vergroten en het vertrouwen van mensen te blijven winnen (Earl, 2019; Walker & Martin, 2019). Earl (2019) benoemt een onderzoek waaruit blijkt dat protest wel kan plaatsvinden zonder organisaties, maar dat sociale bewegingen niet kunnen functioneren zonder SBO's die zorgen voor het behoud van continuïteit, emotionele banden en populariteit. Deze functie kan dus simpelweg niet worden verwezenlijkt met uitsluitend het gebruik van het internet (Earl, 2019). Zonder organisaties zal populariteit en continuïteit van een sociale beweging afnemen.

Binnen het feminisme in Nederland lijkt er een afname te zijn van collectieve identiteit, die wordt aangewakkerd door het toenemende gebruik van internet en sociale media. Individuele activisten krijgen een belangrijkere rol en de functie van SBO's is aan het veranderen. Toch laat het feminisme een ervaring zien, die moeilijk te verklaren valt uit bovenstaande inzichten. Er is nog niet bekend hoe feministische organisaties in Nederland daadwerkelijk bijdragen aan de moderne feministische collectieve identiteit.

Hoofdvraag en deelvragen

De vraag die in dit onderzoek centraal staat is als volgt:

Hoe dragen feministische Sociale Beweging Organisaties bij aan het behouden van de collectieve identiteit van het moderne feminisme in het digitale tijdperk in Nederland?

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn verschillende deelvragen geformuleerd.

Deze zijn als volgt:

1. Wat voor rol spelen feministische SBO's in Nederland?
2. Hoe heeft het digitale tijdperk de rol van SBO's veranderd?
3. Wat is de collectieve identiteit van het moderne feminisme in Nederland?
4. Hoe komt de collectieve identiteit van het feminisme overeen met de doelstellingen van SBO's?
5. Hoe dragen SBO's bij aan het behoud van structuur in het sociale netwerk van het feminisme?
6. Hoe dragen SBO's bij aan het behoud van een kern in het sociale netwerk van het feminisme?

Relevanties

Dit onderzoek is relevant om verschillende redenen. Zo kan het inzicht geven die relevant zijn voor zowel de maatschappij als voor de wetenschap. Omdat het onderzoek geschreven is vanuit een sociaal geografisch perspectief, zal het specifiek voor deze discipline erg relevant zijn.

Maatschappelijke relevantie

Maatschappelijk gezien is dit onderzoek relevant omdat er nog geen gelijkheid is voor mannen en vrouwen in Nederland. De feministische beweging bestaat om maatschappelijke redenen en zonder deze stroming zal het moeilijk worden om gelijkheid te behalen. Wanneer de collectieve identiteit daadwerkelijk verdwijnt, zal de continuïteit van de gehele beweging in gevaar zijn omdat collectieve identiteit de basis vormt van een sociale beweging (Charles, Wadia, Ferrer-Fons, & Allaste, 2018; Diani, 1992; Melucci, 1995; Polletta & Jasper, 2001; Whittier 1995). Dit onderzoek kan bijdragen aan het begrijpen van het moderne feminisme in Nederland en specifiek hoe het behoud van collectieve identiteit al dan niet bevorderd wordt door SBO's. Dit inzicht kan bijdragen aan het voeren en het begrijpen van het maatschappelijk debat over het feminisme. Op die manier kan continuïteit en populariteit van de beweging bevorderd worden (Melucci, 1995; Fominaya, 2019). Wanneer de verdeeldheid die lijkt te ontstaan binnen het feminisme niet tegen gegaan wordt, kan dit ertoe leiden dat actie niet meer mogelijk is (Melucci, 1995; Fominaya, 2019). Dit moet voorkomen worden om het succes van het feminisme te kunnen realiseren. Dit onderzoek is dus maatschappelijk relevant omdat het kan bijdragen aan

het voorkomen van de verdwijning van de collectieve identiteit en daarmee de effectiviteit van de feministische beweging in Nederland.

Wetenschappelijke relevantie

In de wetenschap is veel onderzoek gedaan naar sociale bewegingen op veel verschillende gebieden. Wetenschappelijk onderzoek over moderne sociale bewegingen en ook over het moderne feminisme specifiek, wordt vaak gefocust op de verandering die veroorzaakt wordt door een toenemend gebruik van digitale media (Chamberlain, 2017; Charles et al., 2018; Fotopoulou, 2016; Krinsky & Crossley, 2014; and Munro, 2013). Internet speelt een centrale rol in de maatschappij en kan daarom niet onderschat worden als onderdeel van de organisatie van sociale bewegingen (Charles et al., 2018; Munro, 2013). De daadwerkelijke invloed van het gebruik van internet op het moderne feminisme en de wisselwerking tussen digitale media en SBO's is erg relevant om hedendaagse bewegingen te begrijpen (Charles et al., 2018; Munro, 2013). Collectieve identiteit binnen sociale bewegingen is cruciaal, maar toch wordt er gesproken van een afname of afwezigheid van deze collectieve identiteit bij het feminisme in Nederland. Door te onderzoeken hoe organisaties structuur en leiderschap brengen in het sociale netwerk, kan een bijdrage geleverd worden aan het begrijpen van deze tegenstrijdigheid. Dit onderzoek kan kortom meer inzicht bieden op de werking en betekenis van moderne sociale bewegingen, en de nieuwe vorm die zij aannemen in het digitale tijdperk.

Geografische relevantie

Binnen de sociale geografie is veel kennis over verschillende aspecten van sociale bewegingen. Er wordt vooral focus gelegd op de rol van plaats en ruimte op de vorming en het behoud van sociale bewegingen en het belang van sociale netwerken. Zo is bekend geworden dat steden een belangrijke rol spelen in de vorming en op het behoud van sociale bewegingen (Nicholls, 2008). Routledge (2003) heeft de theorie van convergentieruimte geopperd, waarmee hij uitlegt dat sociale bewegingen dynamische systemen zijn die sociale netwerken bevatten in meerdere sociaal geografische schalen. Ook is onderzoek gedaan naar hoe een plaats, en zelfs het gevoel over een plaats bijdraagt aan het succes van collectieve actie (Bosco, 2001). Fysiek contact wordt gezien als een stimulans voor sterke relaties, waardoor mensen eerder geneigd zijn tot collectieve actie (Nicholls, 2009). Doordat er in onze moderne samenleving steeds meer sprake is van online contact, zonder fysieke bijeenkomsten, kan dit het behoud van sociale bewegingen in gevaar brengen. Juist omdat plaatsen dus belangrijk zijn in de vorming en het behoud van sociale bewegingen (Bosco, 2001; Nicholls, 2009). Binnen de sociale geografie hebben andere

wetenschappers ook de rol van het internet op de vorming en het behoud van sociale netwerk relaties regelmatig onderzocht (Hampton, 2016; and Vriens & van Ingen, 2018). De combinatie van beide type onderzoeken en wat ze wetenschappelijk gezien voor elkaar kunnen betekenen, is nog niet eerder onderzocht. Dit onderzoek is dus relevant voor sociaal geografen om de wisselwerking tussen lokaal en digitaal en de invloed daarvan op sociale bewegingen beter te begrijpen.

Leeswijzer

In de volgende hoofdstukken wordt ingegaan op de theorie die bekend is over het feminisme, de collectieve identiteit, sociale netwerken en organisaties, en in hoeverre deze theorie toe te passen valt op het uit te voeren onderzoek. Als eerste worden theorieën over deze onderwerpen geanalyseerd. Van hieruit wordt bestudeerd hoe deze concepten toe te passen zijn op het moderne feminisme in Nederland. Aan de hand van deze operationalisaties zijn interviews gedaan, die verwerkt en gekoppeld worden aan de theorie. Deze resultaten worden besproken in verschillende hoofdstukken die ingedeeld zijn op thema (hoofdstuk 3 tot en met hoofdstuk 7). Daaropvolgend worden deze resultaten gekoppeld aan de theorie en er wordt een kritische bespiegeling gegeven van dit onderzoek. Ten slotte wordt een conclusie geformuleerd waarin terug wordt verwezen naar de geformuleerde hoofdvraag.

Hoofdstuk 1: Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader opgesteld. In het theoretisch kader worden relevante theorieën en concepten besproken die nodig zijn om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden. Het concept van collectieve identiteit en de constructie hiervan wordt onderzocht binnen de context van dit onderzoek. Er wordt daarom eerst uitgeweid over deze context: het (moderne) feminisme in Nederland. Vervolgens wordt er een analyse gedaan van het concept collectieve identiteit, geanalyseerd in relatie tot SBO's. Daaropvolgend wordt de veranderde rol van organisaties door de opkomst van het internet beschreven. Ten slotte worden collectieve identiteit, SBO's en de opkomst van het internet aan elkaar gerelateerd in het conceptuele model.

1.1. Feminisme in Nederland

Feminisme wordt vaak beschreven in golven, om overzicht te creëren en analyse te versimpelen. Er is echter kritiek op deze manier van analyseren, omdat er veel onderwerpen en thema's terug komen in meerdere golven en omdat golven niet van de ene op de andere dag eindigen (Reger, 2005). Er wordt daardoor te veel gegeneraliseerd. Toch wordt in dit onderzoek de golftheorie toegepast om een kort en duidelijk overzicht te geven van de geschiedenis van het feminisme. Er wordt onderscheid gemaakt tussen de eerste en tweede golf, om bepaalde hoofd thema's te benoemen.

Een ander discussiepunt naar aanleiding van de golftheorie is hoeveel golven er zijn sinds de 2^e feministische golf. Voornamelijk Amerikanen en Engelsen betogen dat er een derde feministische golf is begonnen rond 1990 (Henry, 2004; Reger, 2005), maar anderen benoemen dit niet. Ook betogen sommigen dat we momenteel in de 4^e feministische golf zijn beland (Charles et al., 2018). In de Nederlandse literatuur en media wordt regelmatig naar de derde of vierde feministische golf verwezen. Echter, deze worden niet consequent toegepast en refereren regelmatig naar de Amerikaanse feministische golven (Dean & Aune, 2015). In dit onderzoek zal er niet in gegaan worden op de vraag of het moderne feminisme valt onder een derde of vierde golf. In plaats daarvan worden processen beschreven aan de hand van jaartallen om verschillende analyses met elkaar te kunnen vergelijken zonder verwarring te veroorzaken.

1.1.1. De eerste en de tweede feministische golf

In de 19^e eeuw kende Nederland – net als veel andere landen wereldwijd – een eerste strijd om gelijke rechten tussen man en vrouw zonder dat de term feminisme gebruikt werd (de Vries,

2010). De eerste golf van het feminisme in Nederland begon rond het jaar 1867 (Kaplan, 1992). Er werd gestreden voor wettelijke gelijke rechten voor vrouwen, waarbij het kiesrecht en recht op scholing centraal stonden. Zo werd de eerste vrouwelijke school geopend in Haarlem in 1867 en werd De Vereniging voor Vrouwenkiesrecht opgezet in 1884. Aletta Jacobs wordt vaak gezien als de kopvrouw van de eerste Nederlandse feministische golf. Ze was de eerste Nederlandse vrouw die afstudeerde en de eerste vrouwelijke arts (Kaplan, 1992). Een ander boegbeeld uit de eerste golf is Wilhelmina Drucker. Zij zette in 1889 de Vrije Vrouwen Vereniging op en ze zette zich voluit in voor vrouwen emancipatie. In 1919 kregen alle Nederlandse vrouwen actief kiesrecht. Dit wordt gezien als de belangrijkste overwinning van de eerste feministische golf (Kaplan, 1992). Tijdens en na de wereld oorlogen werd er weinig bereikt op het gebied van vrouwenrechten. Ook vervaagden enige rechten die eerder verkregen waren (de Vries, 2010).

Na de Tweede Wereldoorlog stond de weder opbouw van het land centraal. Tussen 1950 en 1960 behaalde Nederland economisch gezien enorme ontwikkeling, maar vrouwen profiteerden daar weinig van (Kaplan, 1992). Eind jaren '60 kwamen vrouwen opnieuw in opstand. Er was ontevredenheid over de familie situatie en bovenal over de ongelijkheid op de arbeidsmarkt. Er werden feministische organisaties en vrouwen praatgroepen opgericht (Kaplan, 1992). Thema's als abortusrechten, gelijke lonen, participatie van vrouwen in de politiek, en seksuele vrijheid waren belangrijk. In 1971 opende de eerste polikliniek voor abortus en rond 1974 stond vrijwel de hele feministische beweging in het teken van abortusrechten (Kaplan, 1992). Halverwege de jaren '70, implementeerde de overheid nieuwe structuren en programma's om vrouwenrechten te waarborgen, waarmee ze gehoor gaven aan de vrouwenbeweging. Zo werd bijvoorbeeld in 1975 de Nederlandse Vrouwen Raad (NVR) opgezet en er werd een wet 'gelijk loon voor gelijk werk' geïmplementeerd. In de jaren '80 investeerde de overheid aanzienlijke bedragen in universiteiten om vrouwenonderzoek te promoten en werkgelegenheid voor vrouwen te ontwikkelen (Kaplan, 1992).

Vanaf de jaren '90 wordt het onderscheid tussen feministische golven onduidelijker. In de literatuur is er consensus over een reactie op de tweede feministische golf die gefocust was op inclusiviteit. Er ontstond behoefte aan een universele benadering van 'vrouwen' om de diversiteit van het leven van vrouwen te begrijpen (Reger, 2005). De kritiek op de 'witheid' van de eerste twee golven, werd luider en kreeg meer draagvlak (Ghorashi, 2010). Er kwam vraag naar meer ruimte voor diverse groepen vrouwen, die hun eigen emancipatieproces vorm konden geven. Ghorashi (2010) beschrijft dit als volgt: "*A lesson that can be drawn ... is that emancipation is the goal, but that the roads towards emancipation and the meanings attached*

to it, can be manifold". Het doel van emancipatie moet volgens haar belangrijker zijn dan de weg ernaar toe. Na de tweede feministische golf kwam dus meer aandacht voor thema's als diversiteit en inclusiviteit. Het moderne feminisme wordt hier nog steeds door gekenmerkt.

1.1.2. *Modern feminisme en heterogeniteit*

In tijden van het moderne feminisme, werd het concept intersectionaliteit geïntroduceerd. Intersectionaliteit kan gedefinieerd worden als een middel dat ingaat tegen ongelijke machtsverhouding op basis van bijvoorbeeld ras, klasse, geslacht, seksualiteit, ongeschiktheid, natie, etniciteit, religies en leeftijd (Collins & Bilge, 2016). Feminisme in de vorm van intersectionaliteit beschrijft niet alleen een behoefte aan gelijkheid tussen man en vrouw, maar ook alle andere mogelijke onderdrukking in de maatschappij. Er werd meer inclusiviteit van het feminisme verwacht waarbij alle manieren van uitsluiting meegenomen worden in de benadering. Discriminatie en racisme werd wijd besproken en geuit.

Naast dat het feminisme dus inclusiever moest worden, kwam er nog een externe invloed bij. Er was namelijk de opkomst en toename van het gebruik van het internet en digitale media. Dit versterkte het draagvlak van de kritiek op de tweede feministische golf, omdat mensen zich gemakkelijk online konden uitspreken en feministisch gedachtegoed konden verspreiden (Chamberlain, 2017). Op digitale media laten veel mensen zich horen over onderwerpen die daarvoor niet bespreekbaar waren. Door de ontwikkeling van *digital comfort zones*, zoals Fominaya (2019) ze noemt, durven activisten verhalen te delen en hun stem te laten horen. Het brengt een specifieke cultuur met zich mee waarin mensen kunnen uiten wat ze voelen en waar ze behoefte aan hebben (Chamberlain, 2017). Ook gevoelige onderwerpen werden dus bespreekbaar. Dit maakte het mogelijk om seksisme en vrouwenhaat te benoemen en tot actuele thema's te maken binnen de stroming (Munro, 2013).

In de afgelopen jaren zijn er veel feministische platforms en organisaties bij gekomen die zichzelf online profileren. Zo zijn de afgelopen paar jaar organisaties als Vileine (in 2016), de Bovengrondse (in 2017), Damn, Honey (in 2018) en de Feministische Werkplaats (in 2019) begonnen zich als feministen kenbaar te maken op digitale media. Ook in de offline media is sinds een paar jaar opnieuw veel aandacht voor het feminisme. Er zijn continu artikelen te lezen in nationale kranten en tijdschriften over feministische onderwerpen en over het feministische debat. Zo zijn er dit jaar bijvoorbeeld artikelen verschenen over het instagramfeminisme in de Volkskrant (Ezzeroli, 2020), over de vraag naar de versoepeling van de abortuswet door BNNVARA (Zembla, 2020) en over het advies om straatnamen meer divers te maken in het Parool (Koops, 2020). Kortom, het feminisme is de laatste jaren enorm visueel geworden en uit

zich op alledaagse manieren zoals in films, televisieseries, reclamespots, muziek en op sociale media (Munro, 2013).

Feminisme is dus opnieuw een actueel thema en bovendien toegankelijk gemaakt voor een groot publiek. Er zit echter ook een schaduw kant aan deze toegankelijkheid. Chamberlain (2017) beschrijft dat het internet er voor zorgt dat mensen persoonlijk aangevallen kunnen worden en dat vrouwen vaker geïntimideerd en vernederd kunnen worden. Ook betoogt hij dat het internet het mogelijk heeft gemaakt om informatie met een ‘ongelooflijke snelheid’ te verspreiden, waardoor het persoonlijke binnen korte tijd politiek gemaakt kan worden (Chamberlain, 2017). Munro (2013) spreekt dit voor een deel tegen. Zij benoemt dat de versplintering van het feminisme, waarbij activisten zich focussen op individuele verhalen en inclusiviteit het moeilijker maakt om effectief verandering te weeg te brengen omdat het persoonlijke juist niet politiek gemaakt kan worden (Munro, 2013). Hier wordt op ingehaakt door Redfern en Aune (2010). In hun boek *Reclaiming the F word: the new feminist movement* benoemen ze dat diversiteit niet door iedereen als kracht wordt beschouwd. De vrouwenbeweging zou te divers en versplinterd zijn waardoor een centrale organisatie mist. ‘Echte’ feministen die op bepaalde principes duidelijk overeenkomen lijken volgens hen verdwenen (Redfern & Aune, 2010).

Het feminisme is kortom heterogener geworden. Sommige activisten en wetenschappers beweren dat door de toenemende mate van heterogeniteit het feminisme niet meer kan mobiliseren. Echter, dit hoeft niet het geval te zijn. Wanneer sociale bewegingen een collectieve identiteit hebben en waarborgen, zal het mogelijk zijn om te mobiliseren (Fominaya, 2019). Om het belang van de collectieve identiteit te begrijpen, zal in de komende paragraaf in gegaan worden op de rol van een collectieve identiteit voor het succes van een sociale beweging.

1.2. Collectieve identiteit

Collectieve identiteit vormt de basis van sociale bewegingen (Charles et al., 2018; Diani, 1992; Melucci, 1995; Polletta & Jasper, 2001; Whittier 1995). Melucci (1995) beschreef collectieve identiteit als een ontwikkelingsgang, waarbij elementen uit het verleden en het heden worden geïntegreerd en die samen tot een eenheid worden gevormd. De collectieve identiteit leidt uiteindelijk tot het vormen en in stand houden van een verenigde actor: de sociale beweging. De vorming van een sociale beweging is volgens hem dus een interactief leerproces, dat voort komt uit de collectieve identiteit (Melucci, 1995).

Fominaya (2019) breidt deze definitie uit en combineert de definities van Polletta & Jasper (2001) en Whittier (1995). Fominaya (2019) stelt dat collectieve identiteit uitsluitend kan bestaan als individuen zich ermee kunnen identificeren. “*It cannot exist unless individuals hold it within their self-conceptions*” (Fominaya, 2019). Bovendien benoemt ze dat collectieve identiteit moet worden uitgedrukt in actie en interactie, zodat het in de loop van de tijd kan worden gegenereerd, opgebouwd, onderhouden en ontwikkeld (Forminaya, 2019). Collectieve identiteit is dus iets wat mensen zowel individueel als generatief vorm geven, als resultaat van interacties binnen sociale bewegingen.

1.2.1. *Collectieve identiteit en sociale bewegingen*

De definitie van collectieve identiteit bestaat dus uit twee aspecten. Aanvankelijk zal het eerste deel van de definitie – de mogelijkheid voor individuen om zich met de collectieve identiteit te kunnen identificeren – toegepast worden op sociale bewegingen. Wanneer individuen zich identificeren met een collectieve identiteit, gaat dit vaak gepaard met sterke positieve emotionele gevoelens, zoals verbondenheid, trots, liefde en zelfverzekerdheid (Charles et al., 2018; Fominaya, 2019). Deze positieve emoties houden een sterke sociale cohesie in stand binnen de groep mensen die zichzelf identificeren met dezelfde collectieve identiteit (Fominaya, 2019). Er worden sterke banden tussen activisten gevormd, ook wel *strong ties* genoemd (Granovetter, 1973). Wanneer er sterke emotionele banden zijn ontwikkeld tussen mensen, zijn zij eerder geneigd om meer inzet te tonen voor elkaar (Granovetter, 1973; Nicholls, 2009). Binnen sociale bewegingen uit dit zich vaak in het bijdragen van *resources* of middelen (Nicholls, 2008; Sommerfeldt & Yang, 2017). Individuele mensen kunnen een bijdrage leveren door bijvoorbeeld geld te geven, tijd te investeren in organisaties of bijeenkomsten te organiseren voor andere activisten. De bereidheid van individuen om een bijdrage te leveren, is van cruciaal belang voor sociale bewegingen om te mobiliseren (Bosco, 2001; Fominaya, 2019; Snow et al., 2018). Wanneer sociale bewegingen een duidelijke collectieve identiteit hebben, wordt dit proces mogelijk gemaakt.

Het tweede aspect van collectieve identiteit – een continu proces dat wordt geuit in actie en interactie – is eveneens van belang voor het begrijpen van sociale bewegingen. De collectieve identiteit kan veranderen in de loop van de tijd (Forminaya, 2019; Melucci, 1995). Het wordt onder andere beïnvloed door de verschillende actoren die deel nemen aan bewegingen (Melucci, 1995), waaronder organisaties maar ook individuele activisten. En het wordt beïnvloed door actoren die invloed uitoefenen op de context van de beweging (Melucci, 1995), zoals overheden en digitale media. Collectieve identiteit staat aldus niet vast in de tijd,

daarom moeten sociale bewegingen als dynamisch systeem functioneren om te bewerkstelligen dat collectieve identiteit en actie met elkaar gepaard gaan.

Kortom, collectieve identiteit maakt het mogelijk om de visie en acties van de sociale beweging te definiëren, vorm te geven en naar buiten te brengen. Individuen kunnen zich identificeren met de collectieve identiteit en voelen verantwoordelijkheid voor de acties van het collectief. Bovendien moeten sociale bewegingen én de ermee gepaard gaande collectieve identiteit als proces gezien worden dat afhankelijk is van de context waarin het zich bevindt. In de moderne samenleving wordt deze context voor een belangrijk deel gevormd door digitale media (Dolata & Schrape, 2016).

1.2.2. Moderne sociale bewegingen en heterogeniteit

Dolata en Schrape (2016) beschrijven de moderne samenleving als een verstrengeling van sociale processen met de technologie die niet los van elkaar geanalyseerd kunnen worden. Onderzoek naar sociale bewegingen en het internet laat zien dat het vormen en behouden van collectieve identiteit samen kan gaan met digitale media. Online collectieve identiteit kan volgens McKenna (2019) bestaan omdat individuen deel uitmaken van een grotere gemeenschap bij welke zij zich gemakkelijk thuis voelen. Daarnaast kan het eenvoudiger worden voor sociale bewegingen om de collectieve identiteit te verspreiden en zodoende bekend te maken bij een groter publiek (McKenna, 2019).

Volgens Castells (2015) heeft onze samenleving met de komst van het internet een culturele verandering ondergaan die gekenmerkt wordt door de opkomst van individuatie en autonomie. Individuatie is volgens Castells (2015) *“the cultural trend that emphasizes the projects of the individual as the paramount principle orienting her/his behaviour”*. Individuatie is het reflexief kijken naar de persoonlijke identiteit en gaat vaak gepaard met persoonlijke ontwikkeling (Castells, 2015). Er wordt nadruk gelegd op het ‘bijzondere’ ten opzichte van anderen (Giddens, 1991). Autonomie is vergelijkbaar met individuatie maar kan naast het individu ook verwijzen naar collectieve actoren zoals sociale bewegingen (Castells, 2015). Als gevolg van een toenemend gebruik van digitale media, is er dus een toenemende focus op het individu wat leidt tot meer diversiteit en heterogeniteit binnen de samenleving en binnen sociale bewegingen. Dit kan complicaties met zich meebrengen.

Melucci (1995) schreef als een van de eerste wetenschappers over heterogeniteit in sociale bewegingen. Hij bekritiseerde het uitgangspunt dat sociale bewegingen uitsluitend verenigd zijn. Ze bestaan volgens hem uit verschillende actoren die allemaal een eigen interpretatie hebben van de sociale beweging (Melucci, 1995). Fominaya (2019) bouwt voort

op zijn inzichten en betoogt eveneens dat een sociale beweging uit verschillende individuen bestaat met een persoonlijke interpretatie van de collectieve identiteit. Zij voegt toe, dat de collectieve identiteit verdwenen lijkt wanneer individuen gefocust zijn op uitsluitend de individuele autonomie. Dit gaat er namelijk mee gepaard dat activisten weigeren zichzelf te identificeren met een collectieve identiteit omdat ze diversiteit als prioriteit zien (Fominaya, 2019). Dit zou een complicatie zijn voor sociale bewegingen, omdat er geen mobilisatie mogelijk is zonder aanwezigheid van een collectieve identiteit.

Fominaya (2019) weidt nog meer uit over dit onderwerp. Ze noemt autonome, heterogene sociale bewegingen waarbij een collectieve identiteit mist: *anti-identitarian collective identities*. Ze veronderstelt dat deze sociale bewegingen wél een collectieve identiteit ontwikkelen. Ze vormen sociale cohesie doordat actoren zich identificeren met de verschillen die zij ervaren ten opzichte van andere actoren. “*In short, it highlights that paradoxically, collective identity can be based on a refusal to define a collective identity, and on a political approach that systematically refuses to apply identity labels or to organize around primary or organizational identities.*” De weigering om een collectieve identiteit te definiëren kan volgens haar de basis vormen voor een autonome collectieve identiteit (Fominaya, 2019).

Heterogeniteit hoeft binnen sociale bewegingen dus niet direct te leiden tot conflicten of het verdwijnen van de beweging. Wel valt te concluderen dat een collectieve identiteit – of deze nou gebaseerd is op overeenkomsten of verschillen – cruciaal is voor de mobilisatie van sociale bewegingen. Juist in het digitale tijdperk moet en kan de collectieve identiteit van sociale bewegingen gewaarborgd worden. Bij dit proces, kunnen SBO's een vooraanstaande rol spelen.

1.2.3. De rol van Sociale Beweging Organisaties

SBO's hebben altijd een centrale rol gespeeld binnen sociale bewegingen (Saunders, 2007). De oorspronkelijke rol, vóór de komst van het internet, bestond voornamelijk uit de coördinatie van sociale bewegingen en daarmee het mogelijk maken van de mobilisering (Hyde, 2018). Hierbij kan gedacht worden aan het verzorgen van alle nodige middelen zoals kapitaal en werving van activisten, maar ook marketing en bekendmaking van de ideologie onder een groot publiek. Om efficiënt te werken vormen SBO's een web van sociale netwerkrelaties. Het opzetten van een sterk sociaal netwerk is namelijk steeds onmisbaarder geworden voor het voortbestaan van organisaties en het bereiken van doelstellingen (Atouba & Shumate, 2010). Binnen sociale bewegingen wordt een onderscheid gemaakt tussen drie verschillende type netwerken: persoonlijke netwerken van activisten, netwerkrelaties tussen individuen en een

organisatie, en netwerken tussen organisaties (Bosco, 2001). In dit onderzoek wordt voornamelijk gefocust op dit laatste omdat inter-organisationale netwerken de coördinatie ten behoeve van collectieve actie bevorderen (Bosco, 2001) en bijdragen aan het stellen en behalen van vergelijkbare doelen (Crossley & Diani, 2019). Door sociaal kapitaal op te bouwen en krachten te bundelen kan een gedeeld doel makkelijker behaald worden.

Organisaties zullen eerder een collectief doel bereiken wanneer zij het netwerk centraliseren (Atouba & Shumate, 2010). Wanneer zij het netwerk centraal organiseren, kunnen er relaties ontstaan met actoren waarmee zij oorspronkelijk geen directe band onderhielden. Dit is belangrijk, omdat SBO's afhankelijk zijn van samenwerking om mobilisering te waarborgen en een collectieve identiteit te behouden. Er zijn een aantal invloedrijke organisaties die connecties tussen kleinere en minder invloedrijke actoren bevorderen (Atouba & Shumate, 2010). Zij richten zich op zogenoemde structurele gaten of *structural holes*, die een verbreking van een sociaal netwerk veroorzaken (Bosco, 2001). Wanneer een structureel gat wordt overspannen met een 'brug' dan wordt er een strategische netwerkrelatie gevormd waardoor informatie-uitwisseling gemaximaliseerd kan worden. Bij SBO's kunnen dit soort bruggen fungeren als strategische relaties om coöperatieve samenwerking te bevorderen, middelen te delen en het bereiken van een strategisch gedeeld doel te stimuleren (Bosco, 2001). Organisaties die veel strategische relaties hebben en geen structurele gaten in het netwerk zijn structureel autonoom en invloedrijk (Kadushin, 2012). Zij hebben zelf veel contacten en mogelijkheden voor samenwerking, maar andere actoren hebben vrijwel altijd (uitsluitend) hen als keuze om mee samen te werken. Deze invloedrijke organisaties zijn belangrijk voor de centralisatie van een sociale beweging.

Daarnaast is het voor het behalen van een collectief doel belangrijk dat een netwerk van een sociale beweging bestaat uit een balans van sterke en zwakke relaties (Sommerfeldt & Yang, 2017). In een relatief dicht netwerk met sterke relaties is het mogelijk om handelingen goed waar te nemen. Hierdoor kunnen de collectieve besluiten over het handelen worden gehandhaafd en bevorderd (Crossley & Diani, 2019). Sterke relaties zijn cruciaal om inhoud te waarborgen en een gedeelde ideologie te bestendigen (Sommerfeldt & Yang, 2017). Echter, alleen sterke relaties voldoen niet, omdat een gesloten netwerk toegang tot bepaalde middelen kan verkleinen en het moeilijker kan worden voor individuen om zich aan te sluiten bij de beweging of organisatie (Crossley & Diani, 2019). Daarom zijn ook zwakke netwerkrelaties nodig. Zwakke relaties zorgen voor informatie verspreiding en makkelijke uitbreiding van organisatie netwerken (Sommerfeldt & Yang, 2017).

Hoewel SBO's oorspronkelijk dus voor centralisatie van het sociale netwerk en een balans in de netwerk relaties zorgen, lijkt het toenemende gebruik van het internet dit te verstoren. Dit zal in de volgende paragraaf besproken worden.

1.3. Sociale Beweging Organisaties in het digitale tijdperk

Met de snelle opkomst van het internet en digitale media is de functie van SBO's veranderd (Earl, 2019; Earl & Kimport, 2011; Walker & Martin, 2019). Verspreiding van de ideologie en communicatie gaan nu voor een groot deel online waardoor kosten zijn afgenomen (Earl, 2019). Zo kunnen er meer mensen bereikt worden, maar ook heeft het er toe geleid dat individuele activisten een grotere bijdrage krijgen binnen sociale bewegingen. Communicatie middelen die normaal werden beheerd door SBO's, zijn nu toegankelijk voor individuen, die daardoor een zelf organiserend vermogen hebben gekregen (Fotopoulou, 2016). Daarnaast heeft de opkomst van het internet nieuwe vormen van actie voeren gecreëerd (Charles et al., 2018). Voorbeelden hiervan zijn online petitie's, fundraising en een online mars. Het scheelt tijd en geld, vergeleken met vroeger toen het een vereiste was om fysiek samen te komen (Earl & Kimport, 2011).

SBO's hebben flexibel moeten reageren op de komst van het internet (Walker & Martin, 2019). Daarbij worden zij geconfronteerd met twee problemen. Ten eerste bestaat het netwerk van digitale media uit een enorme hoeveelheid zwakke banden. Ten tweede is de structuur van het netwerk afgenomen door decentralisatie. Met decentralisatie wordt bedoeld dat digitale media de organiserende actor is geworden, in plaats van voorheen SBO's (Walker & Martin, 2019). SBO's kunnen deze problemen beperken wanneer de oorspronkelijke rol van SBO's gecombineerd wordt met het moderne digitale tijdperk. Dit zal uitgelegd worden aan de hand van de genoemde problemen.

1.3.1. Lokaal georganiseerde actie

Het eerste probleem, een overvloed aan zwakke banden, resulteert in een gediversifieerd netwerk wat vaak los aaneengesloten is (Sommerfeldt & Yang, 2017). Hierdoor zijn ideeën gemakkelijk te verspreiden, maar missen emotioneel waardevolle banden die zorgen voor een collectieve identiteit (Sommerfeldt & Yang, 2017). De balans van het netwerk is simpelweg verstoord. De toename in de hoeveelheid zwakke netwerkrelaties kan gecompenseerd worden door sterke relaties te laten toenemen en op die manier weer een gebalanceerd sociaal netwerk te ontwikkelen. Hierbij kan lokaal georganiseerde actie een cruciale rol spelen.

Om op grotere schaal effectief te zijn en wijdverspreid actie te ondernemen, is het belangrijk dat er aandacht is voor de lokale realiteit (Routledge, 2003). Mensen zullen eerder geneigd zijn om actie te ondernemen als het probleem direct op hun leven toepasbaar is. Ook zorgt gelokaliseerde actie voor de ontwikkeling van geconcentreerde dichte sociale relaties (Bosco, 2001; Conover et al., 2013; Kadushin, 2012; Routledge, 2003). Nicholls (2009) noemt hierbij verschillende krachten van lokale SBO's. Allereerst kunnen lokale organisaties gemakkelijk overeenkomsten vinden met andere SBO's uit dezelfde lokaliteit, omdat ze dezelfde lokale problemen ervaren. Daarnaast worden financiële belemmeringen geminimaliseerd, omdat ze gemakkelijk afspraken kunnen maken zonder veel extra kosten. Wanneer een organisatie voor lange tijd op dezelfde plek gevestigd is, wordt bovendien herhaalde samenwerking een mogelijkheid. Ten slotte, wordt het voor activisten mogelijk om regelmatig en consequent in contact te komen met lokale organisaties en activisten, waarbij persoonlijke interactie met sterke emotionele waarde bevordert wordt (Nicholls, 2009). Waar het gebruik van internet een toename in zwakke banden behartigd, kunnen lokale organisaties aldus een dicht netwerk met veel sterke relaties bevorderen. Zij kunnen een podium bieden voor lokale communicatie en interactie (Nicholls, 2009). Hierdoor kan de balans tussen zwakke en sterke netwerkrelaties terug gebracht worden.

1.3.2. Centralisatie en organisatorische structurering

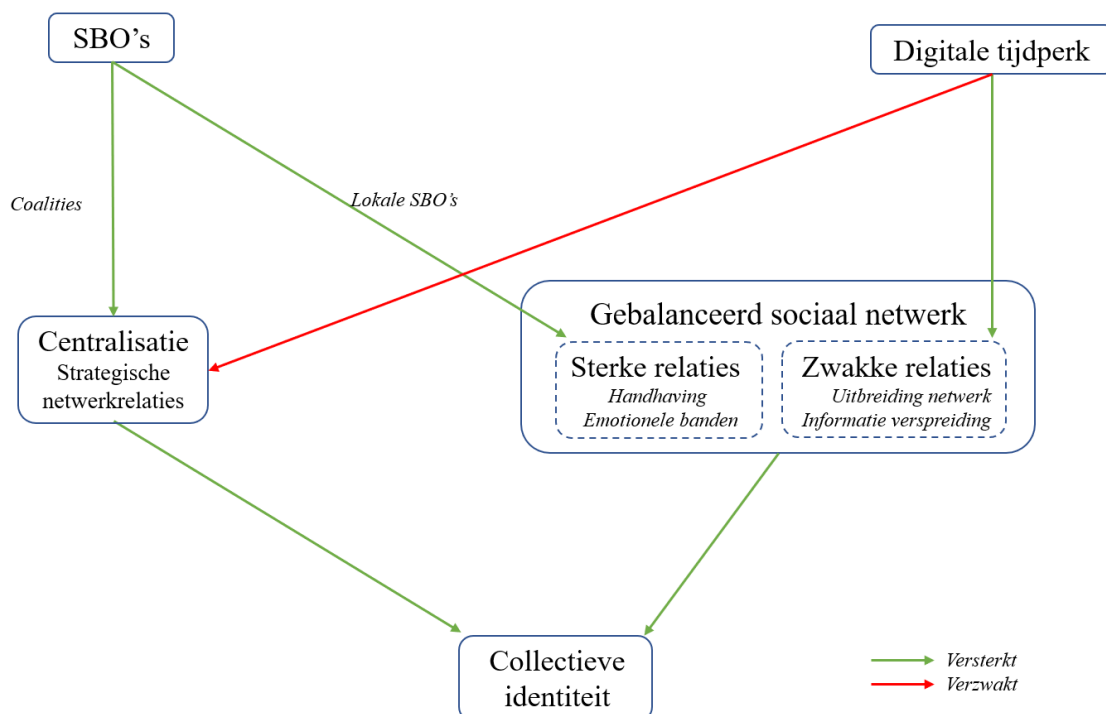
Het tweede probleem is de afwezigheid van een duidelijke structuur. Ganz en McKenna (2019) leggen uit dat de effectiviteit van sociale bewegingen af hangt van structuren, coördinatie, verantwoording en besluitvorming. Daarom is centralisatie en voortdurende organisatorische structurering voor sociale bewegingen een vereiste, waarbij leiders de structuur kunnen beheren (Ganz & McKenna, 2019).

Om organisatorische structurering tijdens het digitale tijdperk te waarborgen, kunnen SBO's coalities vormen. Coalities zijn netwerken die ontstaan zijn rond thema's van gedeelde kwesties (Sommerfeldt & Yang, 2017). Binnen een coalitie is sprake van een taakverdeling, waarbij de organisaties elkaar aanvullen doordat ze gespecialiseerd zijn in verschillende onderwerpen. Hierdoor ontstaat solidariteit (Böstrom, 2004). Een voorbeeld hiervan is een coalitie van SBO's op verschillende geografische schalen. Grote – vaak nationale organisaties – maken efficiënt gebruik van de mogelijkheid die het digitale tijdperk biedt om informatie online wijd te verspreiden. Zij zijn gespecialiseerd in het bereiken van een grote hoeveelheid mensen, maar ze missen een lokale focus waar toe individuen zich direct aangesproken voelen. Door samen te werken met lokale organisaties die een grotere lokale focus hebben, kunnen zij

een groot netwerk opbouwen, maar ook lokale problemen aan het licht brengen. Hierdoor ontstaat een duidelijke en stevige structuur. SBO's sluiten daarom coalities met strategische netwerk relaties om de afname van structuur te compenseren (Routledge, 2003).

1.4. Conceptueel model

In onderstaand conceptueel model worden op basis van het voorgaande theoretisch kader de collectieve identiteit, SBO's en de opkomst van het internet aan elkaar gerelateerd. Het moderne feminisme is niet afgebeeld in dit schema, echter in het volgende hoofdstuk zal onderzocht worden in welke mate dit model toepasbaar is op het moderne feminisme.



Figuur 1.1. Conceptueel model

In Figuur 1.1. is afgebeeld dat een gebalanceerd sociaal netwerk en centralisatie van een sociaal netwerk allebei een collectieve identiteit bevorderen of versterken. Er is ook afgebeeld dat als gevolg van een toenemend gebruik van digitale media in het digitale tijdperk, informatieverspreiding versimpelt wordt. Dit wordt aangegeven door de groene pijl van digitale tijdperk naar zwakke relaties. Mensen komen in het digitale tijdperk sneller en frequenter in contact met een grote groep mensen, welke vaak bestaan uit zwakke netwerkrelaties. Het digitale tijdperk versterkt kortom zwakke netwerkrelaties. Een ander gevolg van een toenemend

gebruik van digitale media in het digitale tijdperk is decentralisatie van het sociale netwerk voor sociale bewegingen. Versplintering van de sociale beweging wordt versterkt omdat de kern moeilijk te behouden is met het toenemende gebruik van digitale media.

De linker kant van Figuur 1.1. laat de rol van SBO's zien. SBO's kunnen juist voor een versterking van centralisatie van het netwerk zorgen. Door strategische netwerkrelaties aan te gaan met andere organisaties en door coalities te vormen, ontstaat er structuur en leiderschap. Daarnaast kunnen voornamelijk lokale SBO's en lokale acties sterke netwerkrelaties bevorderen. Wanneer deze functies gecombineerd worden met het digitale tijdperk, kan kortom het behoud van de collectieve identiteit gewaarborgd worden.

Hoofdstuk 2: Methode

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag wordt deductief kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Er is gekozen voor deductief kwalitatief omdat het gebaseerd is op een theoretische voorstudie waarbij gekeken werd naar bekende oorzaken en effecten. Deze bestudering resulteerde in een conceptueel model wat vervolgens is getoetst. Het onderzoek heeft betrekking op theoretische concepten die niet eenvoudig kwantificeerbaar zijn. De hoofdvraag omvat een aantal componenten die gebaseerd zijn op de sociale organisatie van onze maatschappij. Daarom is gekozen voor een kwalitatief deductief onderzoek.

De centrale kwalitatieve methode in dit onderzoek is het voeren van semigestructureerde interviews. Er is bewust gekozen voor semigestructureerd, omdat hierdoor respondenten de ruimte krijgen om zelf invulling te geven aan de antwoorden die zij formuleren. De open vragen hebben de respondenten de mogelijkheid geboden een eigen visie te geven op bepaalde onderwerpen. De onderzoeker heeft de mogelijkheid gekregen om meer informatie naar boven te halen over onderwerpen die het meest relevant lijken.

Er zijn interviews afgenomen bij 10 feministische organisaties, 2 feministen die actief zijn in het werkveld, en 1 expert die ervaring heeft vanuit wetenschappelijk perspectief. Bij één organisatie is schriftelijk antwoord verzameld op interview vragen, ook dit bestand is bijgevoegd in de bijlagen van dit onderzoek. Er is in de beschrijving van de organisaties genoemd welke functie de respondenten vervullen binnen de organisaties. Er is niet bewust gekozen voor bepaalde respondenten binnen organisaties, omdat aangenomen is dat wanneer iemand werkzaam is in de organisatie, goed antwoord gegeven kan worden op de vragen.

2.1. Verantwoording sample

Voor het beantwoorden van de hoofdvraag is onderzoek gedaan bij feministische organisaties in Nederland. Organisaties moeten zich actief uitspreken over onderwerpen die gerelateerd zijn aan de moderne vrouwenbeweging in Nederland om deel te kunnen nemen aan dit onderzoek.

De respondenten voor het onderzoek worden geselecteerd door middel van theoretische *sampling*. Dit houdt in dat er mensen geselecteerd worden op basis van de relevantie voor de onderzoeksvragen (Mason, 2018). De onderzoeksvraag van dit onderzoek is als volgt: *Hoe dragen feministische Sociale Beweging Organisaties bij aan het behouden van de collectieve identiteit van het moderne feminisme in het digitale tijdperk in Nederland?*

Er is verschil in feministische SBO's in de mate waarin zij zich hebben aangepast aan het digitale tijdperk. Zo zijn er organisaties die veel gebruikmaken van digitale media, terwijl

andere organisaties vrijwel geen gebruik maken van digitale media. Door in dit onderzoek onderscheid te maken tussen deze organisaties, wordt het mogelijk om eventuele relaties tussen de organisaties en de bijdragen die zij leveren aan het behouden van een collectieve identiteit te identificeren. Het is mogelijk dat SBO's die actiever zijn op digitale media, meer aangepast zijn aan het digitale tijdperk en dus meer bijdragen aan de collectieve identiteit van het moderne feminisme. Het kan ook het tegenovergestelde zijn, omdat de digitale media de organisatorische aspecten van de organisaties over heeft genomen. Om verschillen te kunnen analyseren is onderscheid nodig tussen organisaties. Er is daarom onderscheid gemaakt tussen organisaties in drie verschillende categorieën. Er is een categorie met organisaties die erg actief zijn op digitale media, een andere met SBO's die gemiddeld actief zijn en de laatste bestaat uit SBO's die niet actief zijn op digitale media. Dit onderscheid is gemaakt aan de hand van een verkennende analyse van de digitale media van feministische organisaties.

Alle participerende organisaties hebben een website. Echter, sommige websites bevatten geen actuele informatie. Bovendien hebben enkele websites een verouderde lay-out. Wanneer dit het geval is zullen ze hoogstwaarschijnlijk niet goed aangepast zijn aan het digitale tijdperk.

Er zijn verschillende digitale media platforms. In dit onderzoek is gekeken naar de frequentie van het gebruik van Facebook, Twitter en Instagram om een indicatie te geven hoe actief organisaties gebruik maken van sociale media. Deze kanalen zijn gekozen omdat organisaties aangeven hier veel gebruik van te maken om de doelgroep te bereiken. Er is geen gebruik gemaakt van een analyse van LinkedIn omdat dit voornamelijk zakelijk gebruikt wordt. Dit platform is dus minder relevant om een breed palet aan feministen te bereiken.

Aan de hand van de hoeveelheid berichten dat geplaatst wordt en de hoeveelheid volgers op deze platforms, zijn per categorie indicatoren bepaald. Vervolgens is per organisatie gekeken onder welke categorie zij valt. Wanneer een organisatie aan drie of meer van de indicatoren van een categorie voldoet, is het in die categorie ingedeeld. Voor de lokale organisaties die erg actief zijn op sociale media is een uitzondering gemaakt. Zij hebben namelijk minder volgers dan aangegeven in tabel 2.1 maar maken wel erg veel gebruik van sociale media. Er is ingeschat dat de hoeveelheid volgers minder is omdat zij een lokale focus hebben en dus minder mensen bereiken. Toch zijn zij tot de categorie zeer actief op sociale media geteld, omdat zij een erg hoge frequentie hebben van berichten posten, en daardoor hoger scoren dan de organisaties die in de categorie gemiddeld actief vallen.

De frequentie van het posten van berichten is over een tijdsperiode van tien weken berekend. Er is elke week genoteerd hoeveel berichten er zijn geplaatst op Facebook, Instagram en Twitter. Vervolgens is het gemiddelde van de tien weken berekend als frequentie. Wanneer

één week veel afwijkt van de andere weken, is deze niet meegenomen in de berekening van het gemiddelde. In de bijlage zijn de getallen die niet zijn meegerekend voor het gemiddelde rood gekleurd. Een voorbeeld hiervan is de grote hoeveelheid berichten van Women Connected op Instagram na een toneelstuk die niet is mee gerekend. Het overzicht van frequentie per organisatie is terug te vinden in bijlage 1: Overzicht activiteit sociale media per organisatie.

Naast dat er onderscheid is gemaakt op de activiteit van organisaties op sociale media, is er onderscheid gemaakt tussen lokaal en nationaal gefocuste organisaties. Wanneer een organisatie in één tot vier steden actief is, is deze onder lokaal gefocust gerekend. Wanneer een organisatie in meer dan vier steden actief is of landelijk campagnes voert, dan valt het onder nationaal gefocust. Dit onderscheid is gemaakt omdat er vanuit is gegaan dat lokale organisaties anders omgaan met digitale media dan nationale organisaties. Het aantal volgers en de doelgroep zal verschillen. Nationale campagnes zullen meer mensen trekken, dan lokaal gefocuste campagnes. Ze verschillen ook in het type netwerk dat ze hebben en samenwerkingen die ze onderhouden. Zo zal een lokaal gefocuste organisatie meer samenwerken met lokale partijen en ondernemingen dan een nationaal gefocuste organisatie. Dit heeft invloed op de hoeveelheid activisten die ze bereiken en de manier waarop zij werken en saamhorigheid beïnvloeden.

In tabel 2.1. is weergegeven welke indicatoren per categorie zijn gehanteerd.

	Niet-actief	Gemiddeld actief	Actief
Sociale Media bericht frequentie	2 of meer platforms minder dan 1 keer per week	1 of meer platforms minstens 2 keer per week	Meer dan 1 platform minstens 2 keer per week
Facebook	<800 volgers	<800, 2500> volgers	>2500 volgers
Twitter	<300 volgers	<300, 1500> volgers	>1500 volgers
Instagram	<100 volgers	<100, 4000> volgers	>1500 volgers

Tabel 2.1. Indicatoren organisaties: Categorieën niet-actief, gemiddeld actief en actief.

In tabel 2.2. is weergegeven welke organisatie onder welke categorie valt.

		Facebook		Twitter		Instagram	
		Volgers	Freq.	Volgers	Freq.	Volgers	Freq.
Actief							
Nationaal	De bovengrondse	3,018	2 keer	1,63	2 keer	6,712	1-2 keer
Nationaal	Stichting Stem op een Vrouw	11,415	2 keer	2,734	>3 keer	4,396	1-2 keer
Lokaal	Feminer	659	2 keer	22	0-1 keer	1,528	>3 keer
Lokaal	Women Connected	1,026	>3 keer	67	2-3 keer	606	2-3 keer

Gemiddeld actief							
Nationaal	Vrouwen van Nu	1,524	1-2 keer	4,992	1 keer	554	1 keer
Nationaal	Nederlandse Vrouwen Raad	1,776	>3 keer	2,595	>3 keer	530	1-2 keer
Lokaal	Dona Daria	1,175	>3 keer	1,46	-	391	>3 keer
Lokaal	E lance Academy	2,039	1-2 keer	246	0 keer	625	3 keer
Niet actief							
Nationaal	S.P.E.A.K.	425	1 keer	151	0-1 keer	619	<1 keer
Lokaal	Vrouw en Vaart	764	2-3 keer	386	-	-	-
Lokaal	Vrouwen Academie West	332	3 keer	204	-	-	-

Tabel 2.2. Organisaties ingedeeld per categorie

Gestreefd is naar een representatie van vier organisaties per sociale media activiteit categorie, waarvan twee lokaal en twee nationaal. Op deze manier zou elke categorie goed gerepresenteerd zijn. Dit is echter om verschillende redenen niet behaald. Sommige organisaties hebben niet gereageerd, terwijl met een andere organisatie een afspraak was gemaakt die is afgezegd. Dit heeft er, samen met de corona maatregelen en de wereldwijde racisme protesten toe geleid dat er één categorie van organisaties onder gerepresenteerd is, te weten nationaal niet actief. In totaal zijn er 17 organisaties benadert, met een non-respons van 6 organisaties.

Er was met een organisatie een afspraak gemaakt voor een interview (Women Inc.), die werd afgezegd omdat er een nood overleg was op de tijd van het interview. Vervolgens werd er aangegeven dat er geen tijd meer was om het interview op een ander moment in te halen. Andere nationale organisatie zijn benadert voor interviews uit deze of een andere categorie, om op die manier organisaties door te schuiven en wel de respons te behalen. Echter er was een onder representatie van één nationale organisatie in de categorie niet actief op sociale media. Organisaties hebben aangegeven niet beschikbaar te zijn voor interviews om verschillende redenen. Eén organisatie (Marokkaanse Vrouwen Vereniging Nederland) heeft nooit gereageerd op e-mail noch op berichten op sociale media. Twee andere organisaties (New Female Leaders en Atria) hebben aangegeven te druk te zijn. Weer een andere organisatie (TedxWomen) heeft aangegeven een nieuw bestuur te hebben en daardoor inconsequent e-mails te beantwoorden. Een ander (#workmode) heeft aangegeven geen tijd te hebben in verband met het corona virus.

In de weken vanaf 8 juni 2020 zijn er wereldwijde racisme protesten georganiseerd naar aanleiding van een incident in Amerika. Veel feministische organisaties zetten zich in tegen racisme. Hierdoor was er bij verschillende organisaties onvoldoende tijd om mee te werken aan een interview. Eén organisaties heeft in plaats daarvan schriftelijk antwoord gegeven op een aantal vragen (Vrouwen van Nu). Deze zijn meegenomen in dit onderzoek, ondanks de constatering dat schriftelijke beantwoording aanzienlijk minder informatie oplevert dan interviews.

Gezien de tijdsdruk waar dit onderzoek onder leidt, is besloten om verder te gaan ondanks dat er één categorie niet voldoet aan twee organisaties als respondenten. Er is een inschatting gemaakt dat het onderzoek toch voldoende informatie heeft opgeleverd om resultaten te beschrijven en conclusies te trekken.

Naast het bevragen van verschillende SBO's, is het in kader van dit onderzoek ook interessant om met een expert te spreken. Een expert kan inzicht geven in het huidige debat rondom feminisme in Nederland. Linda Duits is een onafhankelijke sociaal wetenschapper gespecialiseerd in populaire cultuur en media. Daarnaast is zij publicist en docent. Ze schrijft artikelen en boeken vanuit een wetenschappelijk perspectief binnen gender studies. Zij heeft veel kennis van modern feminisme en is goed op de hoogte van de ontwikkelingen in het debat over feminisme.

Naast dat een expert is gesproken, zijn er semigestructureerde interviews afgenomen met twee Nederlandse feministen, namelijk Stella Bergsma en Milou Deelen. Allebei hebben zij een baan die gerelateerd is aan het feminisme en zijn in staat nieuwe perspectieven te bieden op het moderne feminisme. Bijvoorbeeld over hoe zij de rol van organisaties zien en wat hun ervaring is binnen de feministische stroming in Nederland. Het was interessant om allebei de respondenten te spreken omdat zij deel uitmaken van een andere generatie feministen. Milou Deelen is een bekende en actieve moderne feminist in Nederland en heeft veel ervaring binnen het online en digitaal feminisme. Stella Bergsma is ouder en heeft langere tijd ervaring binnen het feministische werkveld. Zij heeft kennis over de veranderingen die hebben plaatsgevonden binnen de feministische stroming en is tegelijkertijd op de hoogte van moderne trends.

2.2. Beschrijving organisaties

De organisaties waar onderzoek is gedaan zijn verdeeld in drie categorieën op basis van de intensiviteit van het gebruik van sociale media. In deze paragraaf wordt per categorie toegelicht wat de organisaties voor werk doen en hoe ze bijdragen aan het feminisme.

2.2.1. *Zeer actief op digitale media*

De eerste categorie – zeer actief op digitale media – bestaat uit vier organisaties. De Bovengrondse en Stichting Stem op een Vrouw zijn nationale organisaties. Feminer en Women Connected zijn lokale organisaties. Alle vier de organisaties hebben een actuele en moderne website.

De Bovengrondse is een platform voor instapfeminisme. Zij beweren geen danktank maar een doetank te zijn. Ze zeggen zich te identificeren als activistische organisatie en zij zetten snel en flexibel acties op, waarbij ze vaak samenwerken met andere organisaties. Bekende acties van de Bovengrondse zijn de straatnaamborden actie, voor een diverser aanbod van straatnamen en abortusbuddy's, waarmee ze vrouwen ondersteunen die abortus willen laten plegen. De geïnterviewde respondent heeft een algemene functie, beheert de shop en representeert Rotterdam als stad.

De tweede nationale organisatie die actief is op sociale media, is Stichting Stem op een Vrouw. Zij zetten zich in om de politieke representatie en emancipatie van vrouwen in de politiek te verbeteren. Zij zeggen wel activistisch te zijn, maar geen politieke voorkeur uit te stralen. Zij zijn in 2017 begonnen en sindsdien zijn zij actief voor verschillende politieke verkiezingen op verschillende geografische schalen. De geïnterviewde respondent heeft aangegeven anoniem te willen blijven en vanuit de organisatie antwoord te geven op vragen, niet vanuit functie of persoon.

Feminer is een lokale organisatie die intensief gebruik maakt van digitale media. Zij strijden voor vrouwen emancipatie op de werkvloer. Zij vinden dat gender geen rol moet spelen in carrière keuzes en mogelijkheden. Ze werken vooral in de randstad, maar hebben ook een diner georganiseerd in Wageningen. Het originele idee was om topvrouwen met studenten in gesprek te brengen, maar zij zijn gegroeid en gediversifieerd. Zij zeggen zich te kunnen identificeren als activistische en feministische organisatie. De geïnterviewde respondent is verantwoordelijk voor externe relaties van Feminer.

Women Connected maakt theater voorstellingen voor en door vrouwen uit Rotterdam. Het doel is om verhalen te vertellen van een multiculturele groep vrouwen. Ze geloven in een

samenleving waarin vrouwen van alle culturen, generaties en achtergronden in hun kracht staan met gelijke kansen. Zij hebben een artistiek doel maar sociale werkwijze. Om deze reden zeggen ze zichzelf niet te willen identificeren als activistische organisatie, hoewel zij wel erkennen dat wat zij doen als activistisch herkend kan worden. De geïnterviewde respondent is regie assistent en project manager.

2.2.2. Gemiddeld actief op digitale media

De tweede categorie – gemiddeld actief op digitale media – bestaat ook uit vier organisaties. De nationale organisaties zijn Vrouwen van Nu en de NVR. Zij hebben allebei een actuele website. Wel is de lay-out van beide organisaties wat verouderd. Dona Daria en Elance Academy representeren de lokale organisaties voor gemiddeld actief op digitale media. Allebei hebben ze een actuele en moderne website.

Vrouwen van Nu strijden voor een betere leefomgeving met de kracht van vrouwen. Zij zijn de grootste vrouwenvereniging van Nederland en proberen een wereld te creëren waarin diversiteit als meerwaarde wordt gezien en daar ook naar wordt gehandeld. Zij doen dit door vrouwen te versterken in de samenleving. Zij zeggen zelf geen activistische organisatie te zijn omdat zij lange termijn doelen nastreven die voor structurele verandering zorgen. Zij dragen bij aan het feminisme door persoonlijke ontmoetingen te stimuleren en gedeelde interesses en activiteiten te bevorderen, om zo samen het verschil te maken voor een inclusieve samenleving. Er is geen interview afgenomen, maar er is wel schriftelijk antwoord gegeven op vragen. De respondent is verantwoordelijk voor PR en communicatie van Vrouwen van Nu.

De Nederlandse Vrouwen Raad is ook een nationale organisatie en gemiddeld actief op digitale media. Zij bundelt haar krachten met lid organisaties om de positie van de vrouw te versterken in de maatschappij. Ze zetten zich nationaal en internationaal in door middel van lobbywerk en diverse activiteiten. Zij vertegenwoordigen de stem van 51 kleine organisaties. Zij werken aan de hand van actuele thema's die betrekking hebben op de vrouw. Zij identificeren zichzelf als activistische organisatie. De geïnterviewde respondent is recent lid geworden van het bestuur van de NVR en vervult de functie secretaris.

Dona Daria is een lokale organisatie gevestigd in Rotterdam. Zij werken aan de hand van opdrachten vanuit de gemeente met als doel een inclusievere stad worden, waarin iedereen mee kan doen. Zij organiseren dialogotafels, trainen Rotterdamse, vrijwilligers, buurtbewoners, professionals en studenten. Ze bieden werk op maat en streven naar de emancipatie van de vrouw. Zij identificeren zich niet uitsluitend als activistisch, maar hebben wel eens activistische projecten. De geïnterviewde respondent is Projectleider.

E lance Academy is net als Dona Daria een lokale organisatie. Zij zijn werkzaam in Amsterdam en Den Haag. Zij coachen meiden en jonge vrouwen door middel van verschillende programma's. Zij leiden de vrouwen op tot ambitieuze vrouwen en rolmodellen voor de volgende generaties. Hun doel is maatschappelijk maar ze zeggen zich wel te herkennen in de activistische feministen die strijden voor vrouwen emancipatie. De geïnterviewde respondent is intern manager.

2.2.3. Niet actief op digitale media

De laatste categorie bestaat uit organisaties die niet actief zijn op digitale media. Dit zijn drie organisaties: Vrouw en Vaart, Vrouwen Academie West (VAW) en S.P.E.A.K. Hiervan is er één nationaal en twee lokaal.

S.P.E.A.K is nationaal gefocust en heeft een nieuwe moderne website, waar nog niet veel informatie op staat. Zij zijn een vrouwen collectief met verschillende organisaties die zich elk op hun eigen manier inzetten tegen racisme, islamofobie en uitsluiting. Zij geloven dat het huidige discours rondom moslimvrouwen het resultaat is van institutioneel racisme en seksisme. Zij identificeren zichzelf zonder twijfel als activistische organisatie en zij zijn ervan overtuigd dat activisme verandering brengt. De geïnterviewde respondent is mede oprichter van het collectief.

Vrouw en Vaart is het ontwikkelingscentrum voor vrouwen die wonen, leven en werken in Amsterdam Nieuw West. Zij hebben een actuele website, echter de lay-out is verouderd. Zij zetten projecten op en organiseren workshops waar vrouwen aan kunnen deelnemen om zichzelf verder te ontwikkelen. Ze kunnen andere vrouwen ontmoeten om op die manier in zichzelf te investeren. Zij identificeren zichzelf niet als activistische organisatie, maar strijden wel actief voor de emancipatie van de vrouw. De geïnterviewde respondent is teamleider van de emancipatie tak van moederorganisatie SEZO.

De derde organisatie die onder de categorie niet actief op digitale media valt is Vrouwen Academie West. VAW is een vrouwencollectief dat de ontwikkeling van vrouwen bevordert. De vraag en ambities van vrouwen staat hierin centraal en de organisaties begeleiden vrouwen met de mogelijkheden die zij zien om hen te helpen zich te ontwikkelen. Vrouwen leren op een optimale manier deel te nemen aan de maatschappij. Zij identificeren zichzelf niet als activistisch maar dragen wel op actieve wijze bij aan de emancipatie van de vrouw. De geïnterviewde respondent is coördinator van de VAW.

2.3. Operationalisaties

In het theoretisch kader zijn verschillende wetenschappelijke artikelen geanalyseerd die betrekking hebben op Sociale Bewegingen en collectieve identiteit. Op basis van die theorieën is een conceptueel model ontwikkeld. In deze paragraaf wordt het theoretisch kader geoperationaliseerd, om tot de formulering van semigestructureerde vragen te komen voor de interviews.

In tabel 2.3 is weergegeven hoe de besproken concepten meetbaar zijn gemaakt. Per concept is er in het theoretisch kader een definitie gegeven. Op basis van de literatuur uit hoofdstuk 1 is voor elk concept een aantal onderscheidende indicatoren geformuleerd die kenmerkend zijn. Zo worden sterke relaties gekenmerkt door regelmatig tot vaak contact, diverse samenwerking en ideologische overeenkomst. Vervolgens zijn deze indicatoren meetbaar gemaakt door ze te vertalen naar verschillende vragen die aan de organisaties gesteld zijn.

Op deze manier zijn zes concepten uit het conceptueel model dat beschreven is in paragraaf 1.4 geoperationaliseerd: sterke relaties, zwakke relaties, centralisatie, strategische netwerk relaties, coalities en collectieve identiteit. In tabel 2.3 zijn daarnaast ook locatie en digitale media opgenomen. Dit zijn niet zo zeer concepten, maar wel belangrijke thema's die centraal staan in het onderzoek en daarom zijn deze ook geoperationaliseerd. Er wordt van uit gegaan dat beide thema's invloed kunnen hebben op de bijdragen die organisaties leveren aan het behoud van de collectieve identiteit. Om dit meetbaar te maken zijn ook deze indicatoren omgezet naar interview vragen.

Concept	Definitie	Indicatoren	Interview vragen
Strong ties / sterke relaties	Dicht netwerk met sterke (emotionele) banden	Regelmatig tot vaak contact	Vraag 20
		Diverse samenwerking (bv. voor verschillende projecten)	Vraag 21
		Ideologische overeenkomst en/of aanvulling	Vraag 23
Weak ties / zwakke relaties	Open netwerk, met zwakke banden	Weinig contact	Vraag 24
		Eenvoudige samenwerking	

		Ideologische overeenkomst/ aanvulling minder belangrijk	
Centralisatie	Leiders waarborgen structuur Organisatorische structurering is aanwezig doormiddel van coalities	Groot netwerk organisatorisch	Vraag 18
		Groot netwerk activisten	Vraag 19
Strategische netwerk relaties (of structurele gaten)	Een structureel gat wordt overspannen met een brug: strategische netwerk relatie. Coöperatieve samenwerking en middelen worden gedeeld. Stimuleren van strategisch gedeeld doel	Veel contacten voor samenwerking en keuze uit verschillende organisaties	Vraag 26 Vraag 27
		Vaak nodig voor andere organisaties en samenwerkingen	Vraag 28 Vraag 30
		Delen van middelen Stimuleren strategisch doel	Vraag 22
Coalities	Netwerken die ontstaan zijn rond thema's van gedeelde kwesties die zorgen voor een fundamentele vorm van informatie en taakverdeling Binnen de coalities hebben organisaties hun eigen specialiteit, die elkaar aanvullen en waardoor solidariteit ontstaat.	Taakverdeling	Vraag 28
		Specialisatie per organisatie	Vraag 29 Vraag 30
Collectieve identiteit	Gemeenschappelijk doel	Doel organisatie	Vraag 1 Vraag 2
		Feministisch doel	Vraag 5 Vraag 6
		Bijdrage die organisatie levert aan feminisme	Vraag 7
	1) Individuen identificeren met collectieve identiteit	Sterke banden	Vraag 20 Vraag 21 Vraag 23
		Sterke sociale cohesie	Vraag 7
		Individuele bijdrage: geld, tijd of kennis	Vraag 4
	Zwakke banden	Vraag 24	

	2) Continu proces wordt geuit in actie en interactie	Verandering over tijd: toen vs nu	Vraag 3 Vraag 8 Vraag 9 Vraag 10
Locatie		Plaats bevordert sociale cohesie/ saamhorigheid	Vraag 13 Vraag 14
		Lokaal/ nationaal gefocust	Vraag 11 Vraag 12
Digitale media		Veel mensen bereiken om verspreiding ideologie te bevorderen	Vraag 15 Vraag 16 Vraag 17

Tabel 2.3: operationalisaties concepten

2.4. Dataverzameling

Er is een topiclijst opgesteld aan de hand van de bestaande literatuur en de operationalisaties van de concepten. Deze topics zijn uitgewerkt tot semigestructureerde interviewvragen. De interviews duurden gemiddeld een half uur tot een uur, ze zijn opgenomen en vervolgens getranscribeerd.

De interviewdata zijn vervolgens eerst open gecodeerd en daarna axiaal gecodeerd met behulp van het codeerprogramma Nvivo. Open codering houdt in dat elke regel bestudeerd wordt en dat zinnen of segmenten gelabeld worden met een bijpassend woord, ook wel code genoemd. Vervolgens is er axiaal gecodeerd, waarbij codes en bijpassende tekstfragmenten met elkaar vergeleken en gesorteerd worden in overkoepelende codes. Deze codes zijn gerelateerd aan de vooraf opgestelde topiclijst. De resultaten zijn daarna verwerkt in een codeboom.

Vooraf is bij ieder interview gevraagd of het opgenomen mag worden voor de resultaat verwerking. De opname en het transcript zijn enkel gebruikt voor eigen analyse. Op verzoek is de naam en functie van de geïnterviewde anoniem gebleven.

Hoofdstuk 3: Modern feministische collectieve identiteit

In de volgende hoofdstukken worden de resultaten van dit onderzoek besproken. De verschillende deelvragen worden hierin behandeld. Allereerst wordt er gekeken naar de collectieve identiteit van het moderne feminisme in Nederland. Vervolgens wordt in hoofdstuk 4 besproken hoe de hoofdthema's daarvan overeenkomen met de doelstellingen van de onderzochte organisaties. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen organisaties die een activistische doelstelling hebben en concreet actie voeren, en organisaties die een meer maatschappelijk doel hebben met een meer uitvoerende functie. In hoofdstuk 5 wordt besproken hoe organisaties bijdragen aan een gebalanceerd sociaal netwerk. Er wordt ingegaan op hoe zwakke en sterke netwerkrelaties bevordert worden op verschillende geografische schalen. In hoofdstuk 6 wordt besproken hoe organisaties bijdragen aan centralisatie en organisatorische structurering binnen het sociale netwerk, door middel van coalitievorming, strategische netwerkrelaties en leiderschap. Ten slotte worden in hoofdstuk 7 enkele opvallende bevindingen besproken met betrekking tot netwerkrelaties tussen organisaties en individuen.

3.1. Hoofdthema's van de modern feministische beweging

Sinds een aantal jaar is de vrouwen beweging opnieuw populair geworden in Nederland. De populariteit wordt door organisaties herkend en verschillende benoemen MeToo als begin van de toenemende populariteit. Er werd aangegeven dat er sinds de MeToo-beweging in 2017 meer aandacht is voor vrouwenorganisaties in Nederland. De hashtag die toen *viral* ging op het internet bracht wereldwijd veel aandacht voor seksuele intimidatie, aanranding en seksueel misbruik. Erkenning voor deze verhalen en de acceptie van de vrouw waren belangrijke onderwerpen. Women Connected beschrijft dit proces en benoemt dat Me Too voor hen als organisatie een positieve impact heeft gehad.

“Toen was nog steeds iedereen, honderd jaar vrouwen kiesrecht, wie gaat dat nou vieren? Dat is toch niet meer van deze tijd, en toen kwam dat Me Too ellende... Het was gewoon echt in die periode dat wij het al hadden gepland, en we hadden het al bedacht, en we hadden een datum gekregen van de schouwburg, en toen was het in eens hops. Dat hele Me Too dat heeft, ja denk ik wel enorme impact gehad op ons werk” – Women Connected

De populariteit die gepaard ging met veel media aandacht voor de hashtag had dus positieve gevolgen voor vrouwen organisaties. Deze online hashtag sijpelde door in de maatschappij.

Naast dat er aandacht kwam voor seksueel misbruik, werden vrouwen thema's in het algemeen populairder. In de jaren na 2017 bleef er veel aandacht in de media. Mainstream media publiceren artikelen over feministische thema's en grote commerciële bedrijven gebruiken feministische uitspraken als verkoopstrategie. Meer vrouwen willen actief bijdragen aan de emancipatie van de vrouw. Daardoor is er meer ruimte voor organisaties om een plek in te nemen in de maatschappij.

“We zijn in 2018 echt gegroeid en 2019 was echt zo'n knal jaar voor de Bovengrondse... Denk ik omdat feminisme de laatste jaren steeds populairder is geworden en steeds meer mainstream ook, waardoor media er ook makkelijk over schrijft, over rapporteert... waardoor wij als organisatie echt een goede boost hebben gekregen, we hebben zelfs in de Guardian [gestaan]” – De Bovengrondse

Verschillende organisaties hebben een ontwikkeling ondergaan en feministische thema's komen opnieuw terug in onze samenleving. Het hoofddoel van de vrouwenbeweging is echter al voor lange tijd hetzelfde: gelijkheid en gelijkwaardigheid voor mannen en vrouwen. Hetgeen wat verandert binnen dit hoofddoel is de manier waarop het vorm krijgt binnen de samenleving. Zoals beschreven door Fominaya (2019) is de collectieve identiteit van een sociale beweging een continu proces dat wordt geuit in actie en interactie. Dit is ook terug te zien in het moderne feminisme. Zoals Linda Duits – expert binnen het vakgebied van de vrouwenbeweging – formuleerde, kent het feminisme altijd verschillende hoofdthema's waaraan het herinnerd wordt over de tijd. Zo was in de tweede feministische golf abortus een centraal thema.

“Al die organisaties vonden elkaar in de strijd om abortus in Nederland toegankelijker te krijgen, en dat zijn natuurlijk de grote momenten van de vrouwen beweging van de tweede golf die we ons herinneren.” – Linda Duits

Het moderne feminisme lijkt ook hoofdthema's te bevatten die samen de collectieve identiteit vormen. In eerdere hoofdstukken kwam al terug dat inclusiviteit en intersectionaliteit ontstaan zijn als reactie op de 2^e feministische golf in de jaren '90. Het dominante witte feminisme, heeft plaats gemaakt voor een alomvattend inclusief en intersectioneel feminisme. Een aantal organisaties benoemden dit proces. Zo werd onder andere door verschillende respondenten genoemd dat vrouwenemancipatie niet meer enkel een vrouwen topic is. Het wordt steeds meer erkend als maatschappelijk probleem waar niet alleen vrouwen verantwoordelijk voor zijn. Waar voorheen mannen buiten gesloten werden van het emancipatie proces van de vrouw, willen nu organisaties zoals Dona Daria, S.P.E.A.K. en de NVR dat zij meegenomen worden in de strijd voor gelijkheid.

“Je wilt een inclusievere samenleving zijn... voor iedereen. En daarmee komt denk ik ook dat je echt die hele vrouwen emancipatie wilt bereiken. Dan heb je dus ook de mannen nodig... waar vroeger denk ik vooral werd gezegd van dat vrouwen dat moesten doen en verder werd er niet echt bewust over gepraat” – Nederlandse Vrouwen Raad

Naast dat mannen betrokken worden in het emancipatie proces, zijn er meer sub stromingen ontstaan binnen het feminisme. Dit uitte zich onder andere in de terughoudendheid van organisaties, feministen en experts om een concrete definitie te geven aan het feminisme. Zij gaven aan te willen voorkomen dat groepen of persoonlijke interpretaties van het feminisme buiten gesloten werden in hun definitie. Er zijn veel sub stromingen ontwikkeld en iedereen moet zijn eigen opvatting kunnen hebben bij de beweging.

“Het is natuurlijk intersectioneel en dat is gewoon zo belangrijk, en dat staat zo voorop, maar het gaat daardoor ook tegelijkertijd over heel veel andere issues, en daardoor is het soms moeilijk om de vinger erop te leggen, en nou ik zou niet in een zin kunnen beschrijven wat het hedendaagse feminisme betekent. Misschien wel voor mij, maar niet voor, voor zeg maar [iedereen]” – Stem op een Vrouw

Deze toename van sub stromingen geeft weer hoe intersectionaliteit een centrale rol speelt in het huidige feminisme. Hoewel de dominante groep nog steeds hoogopgeleide witte vrouwen zijn, moet er ruimte zijn voor andere groeperingen om zich te identificeren met het feminisme. Individuele en autonomie zijn ook belangrijke thema's.

“Ik heb wel de indruk... dat feminisme ook iets is waar je een hele persoonlijke draai aan kan geven, dat feminist ook geen scheldwoord meer is, dat je niet bang hoeft te zijn dat je jezelf een feminist hoeft te noemen” – Stem op een Vrouw

Intersectionaliteit, inclusiviteit en autonomie zijn onderwerpen die door veel respondenten genoemd werden, wanneer gevraagd werd het moderne feminisme te beschrijven. Deze onderwerpen hebben in het huidige feminisme een erg belangrijke rol ingenomen vergeleken met vroeger en kunnen dus geassocieerd worden met de collectieve identiteit van het moderne feminisme.

Hoofdstuk 4: Overeenkomst doelstellingen organisaties

Het doel van het feminisme is uiteindelijk gelijkheid en gelijkwaardigheid voor mannen en vrouwen met in ons digitale tijdperk een nadruk op intersectionaliteit, inclusiviteit en autonomie. Uit dit onderzoek is gebleken dat de hoofdthema's door organisaties op verschillende manieren worden aangekaart, besproken en nageleefd. Linda Duits legt dit uit.

“Ik vind feminisme wel verbonden met activisme in de zin dat het moet gaan over verandering die je wilt zien, maar goed, dat kan natuurlijk op heel veel verschillende vlakken zijn” – Linda Duits

Organisaties kunnen dus actie voeren op veel verschillende manieren en vlakken. In dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen organisaties die concreet actievoeren door bijvoorbeeld fysiek te demonstreren en organisaties die niet-concreet actievoeren. Deze laatste categorie heeft vaak een meer maatschappelijk doel in tegenstelling tot een activistisch doel voor de eerste categorie.

De Bovengrondse en S.P.E.A.K. vertegenwoordigen erg duidelijk de activistische doelstelling van het moderne feminisme. Zij zetten concrete acties op, spreken op de women's march en zetten belangrijke feministische thema's op de politieke agenda. Zij geloven dat concreet actievoeren gaat zorgen voor verandering.

“Kijk verandering, verandering komt van onderop... de vrouwen moeten wakker worden... die moeten bewegen, vrouwen moeten echt ervoor staan en actie nemen... dan pas komt er verandering in de maatschappij... dus er moeten meer activisten komen, vrouwen moeten wakker worden” – S.P.E.A.K.

In tegenstelling tot deze organisaties, zijn er andere meer lokale organisaties zoals Dona Daria, Elance Academy en Vrouw en Vaart, die maatschappelijker werken en meer betrokken zijn bij de lokale realiteit. Zij werken veel samen met welzijnsorganisaties en kwetsbare groepen vrouwen. Hun doel is niet om onderwerpen op de politieke agenda te zetten, maar voeren juist de onderwerpen van de politieke agenda uit.

“We vragen natuurlijk wel ... extra aandacht voor de vrouwen. Ik vind niet dat wij echt, ja, activistisch zou ik niet willen zeggen... het is niet dat we de barricades op gaan of gaan demonstreren, ja we doen gewoon ons werk, we krijgen daar natuurlijk ook subsidie voor” – Vrouw en Vaart

Het is relevant om dit onderscheid tussen organisaties te maken, omdat deze laatste groep organisaties – die indirect bijdragen aan het feminisme als sociale beweging – zeggen een kloof

te voelen tussen de praktijk waarin zij werken en het activistische feminisme. Zij beweren dat het uiteindelijke doel wat betreft emancipatie voor vrouwen wel overeen komt, maar ze zijn vaak niet bezig met de politieke agenda, in tegenstelling tot de activistische organisaties. Deze kloof sluit aan bij wat anderen ervaren. Enkele respondenten ervaren dat de activistische feministen vaak hoogopgeleide witte vrouwen zijn, terwijl zij in de praktijk juist werken met andere groepen vrouwen. De doelstellingen die voor veel hoogopgeleiden gelden en waar veel feministen voor strijden, komen dan ook minder overeen met de kwetsbare groep waar zij dagelijks mee werken.

“Ik denk dat er best een groot gat zit tussen het activistische vrouwen werk en de praktijk van wat organisaties als de VAW doen ... en ik heb ook wel de laatste tijd wat meer contact met mensen die meer in het activisme zitten en die dat ook zeggen van ‘ik zie echt wel dat er een groot gat zit’ en dat misschien ook niet altijd realiseren dat dingen waar hoog opgeleide Nederlandse vrouwen voor strijden echt wel ... voor heel veel vrouwen ver van hun bed is” – Vrouwen Academie West

Bovenstaande citaat beschrijft een kloof waarbij organisaties weinig overeenkomsten hebben. Deze kloof zou kunnen aangeven dat er geen overeenkomende collectieve identiteit aanwezig is. Deze klassenkloof is uitgebreid besproken met Linda Duits. Zij beschrijft dat de werkzaamheden van de organisaties elkaar aanvullen. Waar de ene organisatie dingen bekend maakt bij een groot publiek en agendeert, zorgen andere organisaties voor de uitvoering van dezelfde agenda.

“Er is ook een verschil tussen de dingen aankarten en agenderen, of wat natuurlijk ook heel veel activisten doen en waar sociale media heel erg geschikt voor zijn, het vergroten van stemmen en het laten horen van wat je ziet. En aan de andere kant of vervolgens [daarmee] aan de slag gaan: van hoe gaan we dat nou oplossen?” – Linda Duits

Wat anderen beschrijven als kloof ervaren, ziet zij dus meer als aanvulling. Wanneer het als aanvulling fungeert met behulp van samenwerkingsverbanden, kan er toch sprake zijn van een collectieve identiteit. In de literatuur is dit ook duidelijk geworden. Een collectieve identiteit kan in een beweging alsnog aanwezig zijn, wanneer organisaties verschillende specialisaties hebben. Er moeten dan alleen samenwerkingen gestimuleerd worden. Naast dat organisaties een specialisatie hebben om het uiteindelijke doel van gelijkheid tussen man en vrouw te behalen, moeten ze overeenkomsten blijven vinden en met elkaar blijven samenwerken. In het theoretisch kader kwam al naar voren dat dit onder andere bereikt kan worden door een gebalanceerd sociaal netwerk te bevorderen.

Hoofdstuk 5: Een gebalanceerd sociaal netwerk

Een gebalanceerd sociaal netwerk bestaat uit sterke en zwakke netwerkrelaties. Zwakke netwerkrelaties zijn goed te onderhouden op een grote geografische schaal omdat zij informatie en kennis verspreiding stimuleren, en minder tijd en inspanning kosten om te onderhouden. Lokale en fysieke netwerkrelaties daarentegen bevorderen vaak sterke netwerkrelaties. In dit hoofdstuk ligt de focus op deze verschillende netwerkrelaties en de geografische schaal waarop zij opereren.

5.1. Zwakke netwerkrelaties op nationale schaal

Zwakke netwerkrelaties zorgen voornamelijk voor het delen van informatie en kennis. Naast dat dit soort netwerk relaties bevorderd worden door een toenemend gebruik van digitale media, is het belangrijk dat organisaties dit soort netwerkrelaties onderhouden. Op die manier kunnen zij controle behouden over netwerkrelaties. Dona Daria, een lokaal gefocuste organisatie, beschrijft dat hun samenwerkingsverbanden gericht op informatie en kennis uitwisseling vooral plaatsvinden op nationale schaal. Er is namelijk weinig contact nodig, waardoor er efficiënt samenwerking plaats kan vinden.

“Wij hebben ook projecten gericht op nationaal dus wij werken [bijvoorbeeld] samen met Amsterdam... wij worden gevraagd of elders een workshop te geven of onze kennis te delen... dat doen wij heel graag” – Dona Daria

Het is makkelijker om zwakke relaties op grote schaal te onderhouden dan sterke relaties, omdat zwakke relaties minder tijd en inspanning nodig hebben. Er is minder consequent contact nodig. Nationale organisaties met een sterk activistische doelstelling zijn het meest efficiënt in het bevorderen van dit soort netwerkrelaties. Zij onderhouden vaak een groot sociaal netwerk van zwakke relaties en verschillende organisaties hebben als doel politiek te agenderen. Zwakke netwerkrelaties maken het mogelijk om een groot publiek te bereiken. Om die reden kunnen zwakke netwerkrelaties bijdragen aan het op de kaart zetten van onderwerpen voor de politieke agenda. Elance Academy beschrijft hoe Women Inc. en Atria met hen samenwerken.

“Waarin we in een vrouwen netwerk zitten met bijvoorbeeld Women Inc. en Atria, wat gewoon echt grote nationale vrouwenorganisaties zijn en ... zij zetten ook echt dingen op een politieke agenda, of een activistische agenda. En ... die spreken we regelmatig en we worden heel erg betrokken bij wat zij doen maar we halen er niet een directe

samenwerking uit ... als zij iets bereiken dan heeft het ook effect op onze meiden indirect” – Elance Academy

Hoewel Elance Academy zelf niet bezig is met de activistische politieke agenda, hebben zij wel een samenwerking met de grote nationale organisaties. Het is een zwakke netwerkrelatie omdat zij niet intensief samenwerken. Er is wel informatie uitwisseling en het draagvlak voor de politieke agenda van Women Inc. en Atria wordt vergroot doormiddel van deze samenwerking. Daarnaast heeft deze netwerkrelatie ook indirect invloed op de lokale realiteit waar Elance Academy in functioneert, waardoor het voor hen ook een relevante samenwerking is.

5.2. Sterke netwerkrelaties op nationale schaal

Zwakke netwerkrelaties en een groot bereik is om verschillende redenen belangrijk. Zoals eerder genoemd worden door digitale media zwakke netwerkrelaties bevorderd die weinig diepgang bevatten. Toch benoemen een aantal respondenten dat door digitale media vrouwen ook erkenning kunnen vinden. Doordat iedereen zelf kan besluiten wie ze volgen, kunnen ze in contact komen met gelijkgestemden, die zij wellicht in het offline leven niet zouden ontmoeten.

“Het internet is ook een plek waar groepen wiens stem voorheen niet gehoord werd in de media makkelijk gelijkgestemde konden vinden... en dat zie je ook als het bijvoorbeeld gaat over allerlei queer, gender, seksuele identiteiten. Mensen konden elkaar vinden bijvoorbeeld op Tumblr... vonden elkaar op Twitter bijvoorbeeld ... dat heeft echt te maken het internet als een middel dat mobilisatie of organisatie van gelijk gestemde vergemakkelijkt” – Linda Duits

Bovendien kan het internet dienen als platform om mensen te inspireren en betrokken te houden. Zo kan een combinatie van online en offline, continu contact bevorderen. Door offline evenementen wordt sociale cohesie bevorderd, maar in de tijd tussen deze evenementen kan online activisme voor continuïteit zorgen. Zo kan informatie gedeeld worden en contact tussen verschillende mensen gemakkelijk plaatsvinden. Feminer geeft aan dat dit een van de redenen is dat zij actief zijn op sociale media.

“Het zou jammer zijn als daar tussendoor niks is, dus zo is eigenlijk een beetje organisatie tot stand gekomen, want toen zijn we eigenlijk online heel actief geworden... en proberen we dus ook echt een online platform te zijn waar dus ook weer informatie op staat, en om vrouwen te inspireren en ook om ze betrokken te houden zeg maar” – Feminer

Toch wordt aan het internet, en digitale sferen ook nadelen ervaren. Feminist Stella Bergsma benoemde als valkuil van digitale media dat contacten oppervlakkig blijven en dat er pas emotionele verbinding mogelijk is als je in het echte leven elkaar ontmoet.

“Er zit er zeker beperkingen aan sociale media. Ook ... dat als ik zeg van mensen kijken mij dan in de ogen en dan zouden ze geen hekel aan mij hebben. Zij hebben nu een soort karikatuur beeld van mij gemaakt zoals ik dat ook heb gemaakt van iedereen op internet, maar het zijn geen echte mensen, niemand is een echt iemand, en dat is een nadeel” – Stella Bergsma

Zij benoemd dat mensen haar soms onterecht negatief beoordelen op sociale media en dat fysiek contact waarbij je mensen recht kan aankijken heel belangrijk is om elkaar te begrijpen. Dit is dus ook voor organisaties heel belangrijk. Nationale feministische SBO's organiseren onder andere om deze reden evenementen. De Bovengrondse is bijvoorbeeld een nationale organisatie die erg actief is op sociale media. Zij benoemen dat ze evenementen organiseren om feministen in contact met elkaar te brengen en op die manier sociale cohesie te bevorderen.

“Een andere functie van die evenementen is om echt een soort ja, *safe space* te creëren ...om toch *like minded* mensen tegen te komen ... het is voor mij heel fijn om ergens te zijn waar ik weet dat iedereen in ieder geval op dat niveau zit van oké iedereen noemt zichzelf hier feminist ... dus dat gevoel van verbintenis en een soort van collectieve en saamhorigheid dat is ook een groot onderdeel van femibo's [feministische middag borrels]. Omdat veel online plaatsvindt en dan is er af en toe een evenement dat je elkaar echt in *flesh en blood* ziet en dat geeft altijd wel een energie, dat geeft altijd energie” – De Bovengrondse

Tijdens dit soort evenementen ervaren feministen dat ze gehoord en begrepen worden. Door middel van fysiek contact en doordat er een bijeenkomst is van veel feministen die dezelfde normen en waarden delen ontstaat een verbindingsgevoel. Dit gevoel van verbinding geeft energie en stimuleert om door te gaan met het werk wat ze doen. Organisaties profiteren van deze erkenning en emotionele banden omdat feministen zich eerder in zullen zetten voor de organisatie en de sociale beweging als zij emotionele verbintenis ervaren.

5.3. Wisselwerking lokale en nationale schaal

Naast dat grote nationale organisaties evenementen organiseren om fysiek contact te stimuleren, zijn lokale organisaties zeer geschikt voor het ontwikkelen van sterke netwerkrelaties.

Routledge (2003) benoemde het belang van de lokale realiteit, om op grote schaal effectief te zijn en wijdverspreid actie te ondernemen. De NVR benoemde dit ook. De NVR is een nationale organisatie maar is zich bewust van de rol die lokale organisaties kunnen spelen voor de mobilisatie van activisten. Het belang van de lokale realiteit waarin zij opereren en waarin activisten en lid organisaties zich bevinden is voor hen belangrijk.

“We hebben in ieder geval lokale leden om het zo maar even te zeggen. Daarmee denk ik ook dat het de enige manier is om nationaal te kunnen opereren... en we horen ook zeg maar van daar speelt [iets af] ... ik denk wel met die lid organisaties heb je ook vooral je ogen en oren lokaal, en daarmee beïnvloed je ook op een bepaalde manier het lokale beleid” – Nederlandse Vrouwen Raad

De NVR benoemt dat door bewustzijn van de lokale realiteit waarin mensen en individuen leven, nationale actie mogelijk is. In bepaalde zin is andersom ook waar. Lokale organisaties die lokale actie en mobilisatie stimuleren zijn namelijk afhankelijk van financiering vanuit overheden. Deze financiering is afhankelijk van de politieke koers op de locatie waar zij werken. Deze politieke koers wordt vaak beïnvloed door grotere thema's die op nationale schaal belangrijk zijn en op de politieke agenda besproken worden. Wanneer feministische thema's belangrijk zijn op de politieke agenda, zal vanuit overheden vaker geld vrij gemaakt worden voor organisaties om daarmee aan de slag te gaan. De (nationale) politieke agenda, heeft dus indirect invloed op de financiering van lokale partijen. Uit het interview met Elance Academy blijkt dat zij voor financiering gebonden zijn aan Amsterdam en Den Haag.

“Ik denk dat Elance eigenlijk in elke stad zou passen en elke stad nodig is. Dat horen we eigenlijk ook van mensen buiten de steden waar we nu al werken. Van waarom zitten jullie niet al in onze stad? ... We kregen een ingang, in Den Haag, en die hebben we gegrepen. Daarnaast is Den Haag redelijk een politieke stad. Dus als je daar een ingang hebt, dan kom je ook makkelijker bij fondsen en bij een gemeente terecht” – Elance Academy

Hieruit blijkt dat Elance Academy niet zomaar naar elke stad kan uitbreiden omdat ze afhankelijk zijn van geld. Er wordt genoemd dat het wel gelukt is om uit te breiden naar Den Haag, mede omdat het een politieke stad is. Omdat dit het geval is en de politieke agenda zeer belangrijk is, is Elance Academy als organisatie interessant om te financieren. Het feminisme staat momenteel namelijk hoog op de politieke agenda in Nederland.

5.4. Sterke netwerkrelaties op lokale schaal

Lokale organisaties zijn dus vaak afhankelijk van lokale financiering en werken daarom nauw samen met lokale overheden. Daarnaast hebben ze vaak ook een uitgebreid lokaal netwerk met vergelijkbare organisaties en welzijnsorganisaties. Deze netwerkrelaties zijn relevant omdat zij goed op de hoogte moeten zijn van het lokale werkveld om de doelgroep te bereiken en op die manier samen verder te komen dan individueel.

“We werken dus echt wel veel met mensen uit de gemeente, met de klantmanagers, want dat is natuurlijk ook voor een groot deel onze doelgroep. We hebben onze eigen collega’s natuurlijk van maatschappelijk werk en we werken ook iets met buurthuizen”
– Vrouw en Vaart

Het onderhouden van dit soort samenwerkingen is heel intensief. Women Connected beschrijft hun lokale samenwerking met andere welzijnsorganisaties als heel inspannend omdat hun doelgroep moeilijk te bereiken is en omdat het vaak kwetsbare vrouwen zijn. Ze hebben ooit geprobeerd hun netwerk uit te breiden naar Den Haag, maar als snel kwamen ze erachter dat dit niet werkte omdat het veel tijd en geld kost om relaties te onderhouden.

“Nou we moeten hier gewoon eerst groeien en de juiste mensen hebben die je gewoon op een gegeven moment kan zeggen, nou ga maar lekker alleen gewoon. Maar nu zijn we dat gewoon zelf... en het moment dat wij hier niet zijn dan valt het hier ook uit elkaar” – Women Connected

Alhoewel het dus tijd vergt om sterke relaties te onderhouden, geven organisaties aan dat het zeker van belang is om dit te blijven doen. Juist omdat er dus veel waardevolle emotionele banden worden opgezet, waarbij middelen gedeeld worden. Organisaties ondersteunen elkaar omdat ze niet alles alleen kunnen doen. Dona Daria gaf dit aan in het interview.

“Wij werken met alle welzijnsaanbieders in Rotterdam want daar geven wij onze cursussen... dat zijn grotere organisaties in Rotterdam. We hebben gezamenlijk ook met elkaar als het gaat om grotere thema’s. Kijk we kunnen ook niet alles zelf doen hè” –
Dona Daria

Lokale samenwerkingen monden dus vaak uit in sterke netwerkrelaties. Deze netwerkrelaties kunnen zorgen voor compensatie van een overschot aan zwakke relaties, en dus voor een terugkerende balans in het sociale netwerk.

Hoofdstuk 6: Centralisatie

Naast dat een gebalanceerd sociaal netwerk het behoud van een collectieve identiteit bevordert, is centralisatie en organisatorische structurering belangrijk. Böstrom (2004) legde uit dat coalities gevormd worden waarin een taakverdeling geldt. Doordat coalities gevormd worden ontstaat centralisatie en structuur. Organisaties hebben allemaal een specialisatie en vullen elkaar aan wat leidt tot solidariteit onder organisaties. Bovendien zijn er een aantal organisaties die leiding nemen en daarmee ook centralisatie en structuur waarborgen.

6.1. Organisatorische coalities

Er zijn een aantal organisaties waar onderzoek is gedaan, die bestaan uit een samenvoeging van verschillende organisaties. Deze overkoepelende organisaties kunnen gezien worden als coalities of collectieven. Dit zijn S.P.E.A.K., de NVR en VAW. Het zijn drie zeer verschillende collectieven, die opereren op verschillende geografische schalen en met verschillende doelen.

De eerste coalitie is S.P.E.A.K. Het is een nationaal collectief dat bestaat uit verschillende organisaties. Zij brengen losse organisaties samen om te strijden voor hetzelfde doel: de rechten van moslimvrouwen. Zij zijn relatief nieuw, en hebben daarom naast hun lid organisaties nog geen samenwerkingsverbanden met andere partijen.

“We zijn nog in gesprek met een aantal groepen en we staan overal open voor. We hebben nog niet echte [samenwerkingen] want zo ver zijn we nog niet... maar wij zijn wel een collectief dus wij bestaan ook uit verschillende organisaties binnen in het collectief” – S.P.E.A.K.

Zij vertelden dat ze bezig zijn met netwerkrelaties opzetten als collectief. Ook in het interview met de Bovengrondse kwam naar voren dat ze proberen een samenwerking op te bouwen. De Bovengrondse vermeldde geïnteresseerd te zijn in een samenwerking, omdat S.P.E.A.K. uniek is in wat ze doen. Ze zijn uniek in hun werk omdat ze een groep vrouwen representeren die al lange tijd ondervertegenwoordigd is.

“Dat is denk ik ook een grote reden waarom we veel samen[werken]. Kijk als wij als intersectionele feministen... iets willen doen om de positie van vrouwen van kleur te versterken dan vinden wij uit principe dat we als organisatie niet de lead kunnen nemen... daarom werken we samen met andere organisaties, om een ondersteunende rol daarin te zetten of te spelen” – De Bovengrondse

Er werd eerder door dezelfde respondent genoemd dat de Bovengrondse voor een groot deel bestaat uit hoogopgeleide witte vrouwen. Zij hebben wel een intersectionele kijk op het feminisme en ervaren zelf dat ze graag een betere representatie zouden willen. Om dit te kunnen volbrengen, bevorderen ze samenwerkingen met organisaties zoals S.P.E.A.K.

Een andere organisatie waar onderzoek is gedaan en die ook uit meerdere kleine organisaties bestaat is de NVR. De NVR heeft een interessante organisatorische structuur. Zij bestaat uit 51 lid organisaties. Deze lid organisaties bepalen samen de koers van de NVR. Zij zijn verspreid door het hele land en er wordt democratisch gestemd over besluiten. De achterban is zeer divers, maar ze zijn het allemaal eens dat vrouwen vertegenwoordigd moeten worden. Zo zijn er bijvoorbeeld organisaties die jonge vrouwen vertegenwoordigen, maar ook die oude vrouwen vertegenwoordigen. Daarnaast is er bijvoorbeeld een organisatie uit de Chinese gemeenschap, maar ook een van studerende moeders. Bij een van de lid organisaties is ook onderzoek gedaan. Vrouwen van Nu maakt deel uit van het collectief. Naast dat de NVR dus een coalitie heeft gevormd met haar lid organisaties, hebben ze ook samenwerkingsverbanden met andere feministische organisaties zoals Women inc. en Clara Wichman.

“Eigenlijk zijn dat allemaal vergelijkbare belangrijke organisaties die op komen voor vrouwen emancipatie, en we hebben allemaal het zelfde belang...ja natuurlijk wel vanuit de overheid gedacht, van het is fijn als jullie samen optrekken, samen bereik je meer. Dus je kan zeg maar allemaal apart iets oprichten of lobby input inleveren voor de kamer maar je kan het ook samen doen. En dan spreek je gewoon namens de vrouwen belangen behartigers” – NVR

Zij bevorderen dus samenwerkingen op verschillende niveaus. Waar de lid organisaties vaak input leveren op lokaal en regionaal niveau, handelt de NVR zelf op nationaal niveau. Een andere organisatie die op lokaal niveau opereert is VAW. Ook zij zijn een collectief van organisaties.

Vrouwen Academie West bestaat uit vijftien lid organisaties. Alle organisaties hebben hun eigen expertise maar bevorderen wel het hoofddoel van de VAW: de begeleiding van vrouwen die zich willen ontwikkelen.

“We hebben een soort participatie matrix gemaakt met verschillende niveaus ... met 0 is binnenhuis en met de laatste stappen zetten naar werk, en dat is dan omhoog maar je kan je natuurlijk ook in de breedte ontwikkeling want je hebt verschillende vaardigheden nodig en daardoor ontstond er een soort matrix met allemaal hokjes. Toen hebben we

gekeken welk aanbod van welke organisaties waar zit, en waar zitten nog gaten” – Vrouwen Academie West

Er wordt hier beschreven hoe de samenwerking is opgebouwd. Het uiteindelijk doel is om ontwikkeling te stimuleren van vrouwen. Elke organisatie draagt bij aan een bepaald deel van deze ontwikkeling. Ze sluiten bij elkaar aan. Toen ze erachter kwamen dat bepaalde delen van het ontwikkelingsproces mistte, zijn ze op zoek gegaan naar meer organisaties, om dit aan te vullen.

“Omdat we allemaal verschillende organisaties zijn moeten we toch als een eenheid naar buiten treden en we moeten zorgen dat het aangejaagd blijft” – Vrouwen Academie West

De VAW werkt dus met een heel concreet doel en bevordert samenwerking tussen organisaties om meer structuur te waarborgen. Zij gaan samen in gesprek en zijn goed op de hoogte van de expertise van andere organisaties.

Bovengenoemde organisaties brengen alle drie structuur en centralisatie binnen de vrouwenbeweging. Dit doen zij op verschillende geografische schalen en voor verschillende doeleinden. Naast dat er organisaties zijn die dit soort coalities vorm geven, hebben de andere organisaties ook strategische netwerkverbindingen om structuur en leiderschap binnen de beweging te bevorderen. Dit wordt in de rest van dit hoofdstuk besproken.

6.2. Strategische relaties en solidariteit

Succesvolle samenwerkingen binnen sociale bewegingen zijn nodig om acties te weeg te brengen. Door overeenstemming te vinden en een feministisch blok te vormen, wordt verandering mogelijk. Linda Duits beschreef dit verloop.

“En ook de grote successen, en dat is hier natuurlijk ook, het moment dat er een Women’s march georganiseerd wordt en al die organisaties komen samen en op die manier kan je druk uitoefenen om iets te veranderen. En dat, dat zijn de momenten die ertoe doen. Dan wordt het belangrijk” – Linda Duits

Door strategische samenwerking, structuur en leiderschap wordt het mogelijk om middelen van de organisatie te bundelen en om een groter doel te bereiken. Stem op een Vrouw vermeldde dit proces. Voor hen is de reden om strategische netwerkrelaties te vormen dat er een eenheid en structuur gevormd moet worden.

“Dat je die eenheid probeert uit te stralen omdat het feminisme nu een beetje zo versnipperd is, moet iedereen ergens dat zo vinden, dat je ook organisatie kan opzoeken die een beetje in jou straatje liggen en dat je dan ook wel kan ondersteunen en dingen met elkaar kan delen... zodat je bereik gewoon samen groter wordt” – Stem op een Vrouw

Dit soort eenheden zijn samenstellingen van verschillende organisaties die allemaal hun eigen specialisatie hebben. Ze vullen elkaar aan. Alleen op die manier is er een toegevoegde waarde voor een samenwerking en wordt het mogelijk om een groter doel te bereiken. Zo vertelt Feminer dat ze elkaar moeten ondersteunen waar ze kunnen maar dat ze ook gefocust moeten zijn op hun eigen specialisatie en ontwikkeling.

“Ik denk dat het belangrijkste is vooral dat ons uitgangspunt is dat we elkaar niet in de weg moeten zitten maar moeten helpen waar nodig. Ik denk wel dat we voorlopig ook vooral moeten blijven doen wat wij nu doen, en zorgen dat we daar in groeien.” – Feminer

Deze combinatie van specialisatie voor individuele organisaties, maar ook een verbondenheid tussen de verschillende actoren is zeer belangrijk. Wanneer deze taakverdeling succesvol is, ontstaat namelijk solidariteit tussen organisaties.

“We zijn wel echt onze eigen organisatie maar dat neemt niet weg dat wij natuurlijk ook wel andere organisaties een heel erg warm hart toedragen en andersom... wanneer zij dan vraagt of ik dat wil delen, dan doen wij dat natuurlijk, want wij staan daar helemaal achter, en dan zetten wij dat met liefde op Facebook” – Stem op een Vrouw

Doordat solidariteit ontwikkeld is, gunnen organisaties elkaar dingen en beginnen middelen te delen. Er zijn meerdere organisaties die aangeven dat solidariteit aanwezig is tussen hen en andere feministische SBO's.

6.3. Leiderschap

Opvallend is dat door ongeveer de helft van de organisaties waar onderzoek is gedaan, Atria en Women Inc. genoemd werden als zeer belangrijke organisaties binnen het feminisme. Daarnaast noemen Linda Duits en Stella Bergsma deze organisaties als hoofd organisaties. Wanneer het gaat over organisatorisch leiderschap binnen het moderne feminisme in Nederland, kunnen deze twee organisaties niet gemist worden. Het zijn de kern organisaties in Nederland. Vrijwel alle organisaties hadden direct of indirect te maken met hen, en sluiten

samenwerkingsverbanden met hen. Door Women Inc. en Atria worden acties opgezet, maar bovendien wordt er veel bewustzijn gecreëerd.

“Waarin we in een vrouwen netwerk zitten met bijvoorbeeld Women Inc. en Atria, wat gewoon echt grote nationale vrouwenorganisaties zijn ... en we spreken ze regelmatig en we worden ook heel erg betrokken bij wat zij doen” – Elance Academy

Deze organisaties hebben vooral veel naamsbekendheid omdat ze al voor lange tijd bestaan. De overheid is op de hoogte van hun werk en het zijn grote instituties met actieve samenwerkingsverbanden. Het beleid en de opvattingen hebben zich al ontwikkeld in de loop van de tijd. Een andere organisatie die ook voor leiderschap zorgt binnen het feminisme is de Bovengrondse. Dit is echter een jonge organisatie, die afgelopen jaren enorm gegroeid is. Zij onderscheiden zich van veel andere organisaties omdat ze werken zonder geld. Hierdoor zijn ze flexibel en kunnen ze snel acties opzetten.

“Ik denk dat een hele grote kracht van de Bovengrondse is dat wij echt heel snel projecten uit de grond kunnen stampen en heel efficiënt zijn en snel kunnen schakelen ... wij hoeven nooit te wachten tot we subsidies krijgen, of we zitten niet aan bepaalde regels vast die bepalen wat wij met onze tijd en geld kunnen doen. We zijn klein en los van de andere instanties” – De Bovengrondse

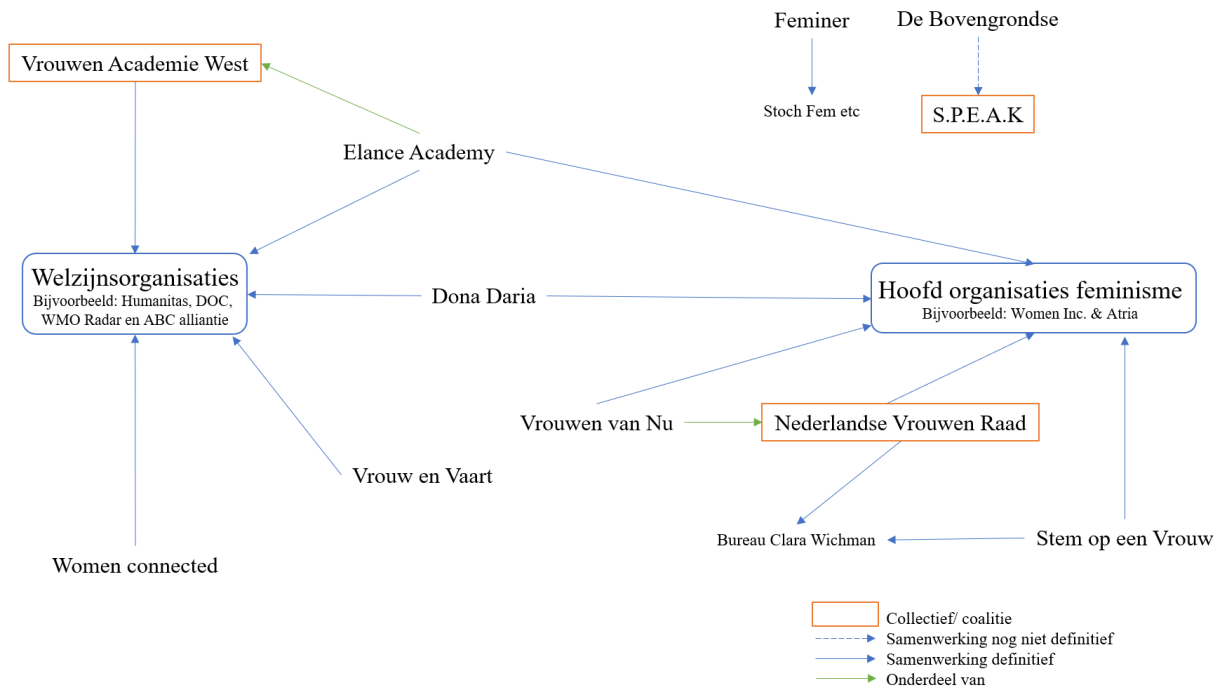
Linda Duits benoemt het verschil tussen Women Inc. en de Bovengrondse. Waar Women Inc. een groot bereik heeft en veel zekerheid biedt omdat ze al lang bestaan, bereikt de Bovengrondse een nieuwe groep mensen en gaat gemakkelijk mee met het online feminisme.

“Ja ik denk dat er natuurlijk wel een groot verschil tussen [zit], en ik denk dat het ook wel andere mensen zijn. Zeker bij die al wat ouder zijn dus Women Inc. die bestaat al hoe lang? Die voeren een heel andere koers dan de Bovengrondse bijvoorbeeld... hoe ouder de organisatie hoe meer ze al lopend beleid hadden... en bepaalde opvattingen over welke kant ze uitmoeten, en hoe verder het afstaat van jonge clubs” – Linda Duits

Waar Women Inc. samen met Atria zorgt voor organisatorische structurering en leiderschap binnen het feministische organisatorische netwerk, lijkt de Bovengrondse met een nieuw geluid te komen, wat zich makkelijk aanpast aan de intersectionele realiteit van het moderne feminisme. Beide type organisaties lijken van waarde om de collectieve identiteit te behouden in het digitale tijdperk.

6.4. Overzicht sociale netwerkrelaties

Een schematisch overzicht van de onderzochte netwerkrelaties kan de inzichten uit dit hoofdstuk verduidelijken. Tijdens het onderzoek is gebleken dat lokale feministische SBO's veel samenwerken met welzijnsorganisaties omdat zij een maatschappelijk doel nastreven. De grotere, vaak landelijke organisaties zijn verbonden met hoofd organisaties zoals Women Inc. en Atria. Dit is schematisch weergegeven in figuur 3.1.



Figuur 3.1. Visuele weergave sociale netwerkrelaties

Hoofdstuk 7: Netwerkrelaties organisatie en individu

Naast dat organisaties samenwerkingsverbanden hebben met andere organisaties, zetten zij in op een netwerkontwikkeling met individuen. Dit doen zij om hun bereik en draagvlak te vergroten. Dit onderzoek heeft een focus op het organisatorische netwerk, maar er zijn wat opvallende bevindingen gedaan die toch relevant zijn om te beschrijven. Zo wordt het internet vaak vooral gebruikt om jonge vrouwen te bereiken, terwijl lokale samenwerkingsverbanden het bereik van meer kwetsbare vrouwen versterkt.

Sinds het digitale tijdperk is er veel aandacht voor online activisme. Voornamelijk jonge, hoogopgeleide witte vrouwen zetten in op online feminisme. Wanneer organisaties actief zijn hierop, kunnen zij veel vrouwen vanuit deze doelgroep bereiken. Milou Deelen, feminist en bekend in de feministische wereld maar ook daar buiten, beschreef wat sociale media voor haar betekend.

“Sociale media vind ik ongelooflijk handig, een handige tool om mijn boodschap te kunnen verspreiden. Ik heb... relatief een groot bereik vind ik zelf, en dan kan ik bijvoorbeeld iets delen ... wat ik heb geschreven of een boek wat ik maak, dus ik kan heel erg laten zien wat ik aan het doen ben... het is gewoon de makkelijkste manier om in korte tijd dat te delen” – Milou Deelen

Voor organisaties kan digitale media dezelfde functie hebben. Een ding wat nodig is voor organisaties is de aanpassing naar digitale media om deze jonge vrouwen te bereiken. Vrouwen van Nu beschrijft dat hun kracht is dat ze een achterban hebben van ongeveer 36.000 leden verspreid door heel Nederland. Dit zijn echter voornamelijk oudere vrouwen. Zij zijn bezig met verjonging van de vereniging en om dat te bewerkstelligen gebruiken ze digitale media.

“Ja wij zijn aan het verjongen en zetten de komende periode erg in op zichtbaarheid en netwerken” – Vrouwen van Nu

Naast dat jonge vrouwen bereikt worden, voornamelijk via digitale media, is er een nadruk op het bereiken van een andere groep vrouwen. Zo strijd Women Connected naar een inclusieve groep vrouwen waarbij iedere vrouw gerepresenteerd wordt. Deze mobilisatie van vaak moeilijk bereikbare vrouwen, gebeurt op lokale schaal. Women Connected beschrijft hoe zij zichzelf openstellen tijdens repetities en bijeenkomsten met vrouwen. Doordat zij de fysieke verbinding aangaan en zichzelf helemaal openstellen, volgen veel vrouwen hun voorbeeld. Wanneer vrouwen zichzelf herkennen in de lokale realiteit en wanneer er veel aandacht en tijd wordt geïnvesteerd in het onderhouden van relaties stellen mensen zich open. Hierdoor kan

actie ontstaan vanuit een grote groep mensen die anders niet bereikt zou worden. Women Connected heeft bijvoorbeeld als doel om tienduizend Rotterdamse vrouwen te mobiliseren die oorspronkelijk moeilijk of niet bereikt werden. Het zijn vrouwen die normaal niet gehoord worden.

“Wij willen wel dat statement maken van dat deze groep vrouwen zo groot is, en zo onzichtbaar, en zo ongehoord. Terwijl ik denk ze zijn er met meer dan, in vergelijking met andere groepen. Het mobiliseren van tienduizend heeft wel ermee te maken dat er ergens iets is van het moet zichtbaar worden” – Women Connected

Lokale actie maakt het dus mogelijk voor een nieuwe groep mensen om actief te worden binnen het feminisme. Mensen zijn geneigd om op lokale schaal bij te dragen aan organisaties, waardoor het realiseren van de feministische doelstellingen bevorderd wordt. De combinatie van beide type netwerk bevordering tussen organisaties en individuen zou het gat kunnen verkleinen tussen hoogopgeleide witte feministen, en de moeilijk bereikbare groep feministen.

Hoofdstuk 8: Discussie

In het theoretisch kader in hoofdstuk 1 werd het conceptueel model uitgelegd en er werd benoemd dat in dit onderzoek getoetst zou worden of het model toepasbaar is op het moderne feminisme in Nederland. In de afgelopen 4 hoofdstukken zijn de resultaten van dit onderzoek besproken. In dit hoofdstuk worden deze resultaten gekoppeld aan de theorie van hoofdstuk 1, en wordt dieper ingegaan op de vraag of het conceptueel toepasbaar is op het moderne feminisme in Nederland. Hierin wordt teruggekoppeld naar de relevantie van dit onderzoek voor de maatschappij, wetenschap en geografie. Tot slot wordt besproken wat de beperkingen zijn van dit onderzoek, en wat vervolgonderzoek zou kunnen toevoegen.

8.1. Koppeling bevindingen en theorie

Zoals duidelijk werd in de inleiding en het theoretisch kader, is het moderne feminisme in Nederland sinds een aantal jaar opnieuw populair. Dit is mede mogelijk geworden door populariteit van feministische onderwerpen op digitale media. In 2017 zorgde de MeToo-beweging voor veel online aandacht, maar ook na die tijd publiceerde de media veel over onderwerpen die betrekking hebben tot de vrouwenbeweging. Thema's die momenteel de collectieve identiteit van het moderne feminisme kenmerken zijn intersectionaliteit, inclusiviteit en autonomie. Door de toenemende aandacht zijn veel verschillende organisaties met betrekking tot het feminisme gegroeid. Activistische organisaties hebben een toenemende populariteit gezien, maar ook lokale meer maatschappelijke organisaties hebben een groei doorgemaakt. Het verschil tussen deze organisaties en de realiteit waarin zij werken lijkt echter deel van het probleem waardoor versplintering van het feminisme heeft plaatsgevonden. Toch heeft juist deze toenemende diversiteit en heterogeniteit ook samenwerkingsverbanden bevorderd. Organisaties dragen bij aan het behoud van de collectieve identiteit door middel van deze samenwerkingsverbanden die zorgen voor een gebalanceerd sociaal netwerk, centralisatie en organisatorische structurering. Dit is in bepaalde mate terug te zien in Nederland.

Uit de analyse van de resultaten komt naar voren dat vrijwel alle organisaties bezig zijn met digitale media. Er zijn een aantal organisaties al gespecialiseerd in het gebruik ervan en zij weten digitale media slim in te zetten om continuïteit te bevorderen. Ze inspireren feministen continu, om op die manier tussen offline activiteiten door toch aanwezig te zijn. Andere organisaties zeggen meer te willen investeren in digitale media, om op die manier meer toegang te krijgen tot bepaalde groepen mensen. Iedereen lijkt zich simpelweg bewust te zijn van het belang van digitale media en dat zij zich moeten aanpassen aan het moderne digitale tijdperk.

Naast dat organisaties actief bezig zijn met digitalisering, houden ze voor een deel hun oorspronkelijk rol. Zo zorgen ze namelijk nog steeds voor een balans in het sociale netwerk van het feminisme en daarnaast ook voor centralisatie en organisatorische structurering.

In hoofdstuk 1 werd duidelijk dat organisaties de balans in het netwerk theoretisch gezien zouden kunnen terug brengen door voornamelijk lokaal actie te voeren, omdat lokale actie vaak sterke banden bevordert. Uit dit onderzoek is echter gebleken dat organisaties op meer complexe manieren bijdragen aan een balans in netwerkrelaties. Nationale grote organisaties bevorderen zowel zwakke als sterke netwerkrelaties, online en offline. Maar ook kleinere lokale organisaties doen dit. Een gebalanceerd sociaal netwerk bestaat uit een juiste combinatie sterke en zwakke relaties. Zwakke netwerkrelaties worden vooral bevorderd door samenwerkingen op nationale geografische schaal, waarbij informatie en kennis verspreiding centraal staan. Door deze informatie verspreiding kunnen feministische onderwerpen op de politieke agenda gezet worden in Nederland. Nationale organisaties organiseren daarnaast vaak fysieke evenementen om de zwakke netwerkrelaties te compenseren met sterke netwerkrelaties. Door fysiek contact en evenementen waar gelijk denkenden komen, worden namelijk emotionele banden bevorderd. Deze emotionele banden zorgen ervoor dat individuen zich willen inzetten voor de organisaties. Lokale organisaties hebben dit soort lokale samenwerkingen en evenementen regelmatig en intenser. Lokale feministische organisaties hebben samenwerkingsverbanden met lokale partijen die vrouwen samen brengen en in contact brengen met de lokale realiteit. Toch hebben zij ook samenwerkingsverbanden die van zwakkere aard zijn, met name met organisaties die groter zijn of die minder overeenkomen in doelstelling of manier van werken. Zij hebben baat bij dit soort samenwerkingen voor informatie en kennis verspreiding. De wisselwerking tussen geografische schalen en online en offline bevordert het behoud van een divers en gebalanceerd netwerk.

Naast een gebalanceerd netwerk, dragen organisaties bij aan centralisatie. In het theoretisch kader werd genoemd dat coalitie vorming kan bijdragen aan organisatorische structurering en centralisatie. De taakverdeling en solidariteit die ontstaat zou de afnemende structuur compenseren die ontstaat als gevolg van een toenemend gebruik van het internet. SBO's die als coalities functioneren zijn VAW, NVR en S.P.E.A.K.. Dit zijn collectieven van organisaties, die vrouwenbelangen samen brengen en op die manier een groter doel nastreven. Kleine lid organisaties bundelen hun krachten om een groter doel te behalen. Hierdoor wordt een versplinterd netwerk samengebracht naar grotere kernen. Vervolgens functioneren deze organisaties ook nog binnen het grotere vrouwen netwerk in Nederland. Ze brengen dus kortom structuur en centralisatie wat het behoud van een collectieve identiteit bevordert.

Naast deze collectieven vormen alle feministische SBO's strategische netwerkrelaties waardoor solidariteit tussen organisaties ontstaat. Dit zijn dus niet perse coalities, maar deze zorgen alsnog voor structuur en centralisatie. Doordat organisaties aanvullende expertises hebben en elkaar strategisch aanvullen, kunnen zij van elkaar leren en elkaar dingen bieden om samen verder te komen en een groter doel na te streven. Zij helpen elkaar om op die manier samen een groter doel te realiseren. De taakverdeling die in coalities aanwezig is, is dus ook bij strategische netwerkrelaties aanwezig, waardoor alsnog solidariteit ontstaat.

In het theoretisch kader werd besproken dat een te grote diversiteit binnen sociale bewegingen kan leiden tot een verdwijning van de collectieve identiteit. Er zijn verschillende organisaties die aangeven dat zij deze grote diversiteit ervaren. De feministische activistische groep die vooral bestaat uit witte, hoogopgeleide vrouwen, strijden voor thema's die hen aangaan. De lokale vrouwenorganisaties zijn meer bezig met de ontwikkeling van vrouwen die minder privileges hebben en daarbij ook andere wensen of ervaringen. Deze kloof, interessant genoeg, bevordert samenwerkingen. De Bovengrondse benoemt dat omdat zij een intersectionele positie innemen als organisatie, maar zelf herkennen dat zij een hoge homogeniteit bevatten binnen hun groep feministen (over het algemeen wit hoogopgeleid), samenwerkingen aangaan met organisaties zoals S.P.E.A.K., die moslimvrouwen vertegenwoordigen. Alleen door samenwerkingen kunnen zij meer intersectionaliteit bevorderen. Dit is een strategische netwerkrelatie, maar niet een coalitie vorming. Twee vrijwel homogene feministische organisaties gaan een samenwerking aan waardoor het gehele netwerk meer heterogeen wordt. Door die samenwerking is er wel sprake van een bevordering van één collectieve identiteit. Heterogeniteit van het sociale netwerk leidt dan dus niet tot verdwijning van de collectieve identiteit. Fominaya (2019) benoemde al dat heterogene sociale bewegingen wel een collectieve identiteit kunnen hebben als zij zich verenigen rondom de weigering om een collectieve identiteit te formuleren. Dit aspect lijkt niet volledig van toepassing op het moderne feminisme in Nederland, juist omdat intersectionaliteit en inclusiviteit uitgesproken en duidelijk als collectieve identiteit lijken te functioneren. Bij het moderne feminisme in Nederland wekt de toenemende populariteit wel versplintering op en meer heterogeniteit. De focus op intersectionaliteit en inclusiviteit bevordert echter netwerkrelaties die zorgen voor meer overeenkomsten en het behoud van een collectieve identiteit.

Naast deze strategische samenwerkingsverbanden zijn er een aantal hoofdorganisaties binnen het moderne feminisme die zorgen voor leiderschap. Zij zijn invloedrijk en bevorderen connecties en samenwerkingen tussen kleinere, minder invloedrijke organisaties. Deze hoofdorganisaties zijn groot en staan in contact met veel vrouwen organisaties. Dit heeft als

gevolg dat zij veel invloed hebben en leiding geven aan de rest van de beweging. Women Inc. en Atria bestaan voor lange tijd en hebben directe, dan wel indirecte samenwerkingsverbanden met vrijwel alle vrouwen organisaties in Nederland. Zij proberen de algemene vrouwen belangen te behartigen.

8.2. Kritische analyse en aanbevelingen

Hoewel organisaties dus in een bepaalde mate bijdragen aan het behoud van de collectieve identiteit van het feminisme, zijn er enkele kanttekeningen te plaatsen bij het verloop en de resultaten van dit onderzoek. Allereerst moet er terug verwezen worden naar de methode waarin vermeld is dat geen sprake was van een volledige representatie van organisaties. Om verschillende redenen is er één nationale organisatie te weinig gesproken uit de categorie niet-actief én is er een organisatie enkel beperkt schriftelijk bevraagd. Hierdoor zijn de resultaten te beperkt om te beoordelen of de informatie case-afhankelijk is. Dit is een beperking voor het onderzoek. Bovendien zou het interessant geweest zijn om de hoofd organisaties te spreken. Women Inc. en Atria worden door veel organisaties als belangrijk ervaren. Hun perspectief zou interessant geweest zijn omdat zij voor veel leiderschap en centralisatie zorgen binnen het moderne feminisme in Nederland. Zij hebben echter allebei aangegeven geen tijd te hebben.

Een andere vraag die gesteld moet worden is in welke mate feministen lid zijn van organisaties of in contact staan met organisaties. Hoewel organisaties dus voor structuur en leiderschap zorgen en acties opzetten, is onduidelijk hoeveel feministen daadwerkelijk betrokken zijn bij de werkzaamheden en dus concreet invloed ervaren vanuit deze organisaties. Ook is niet onderzocht hoeveel actie er plaatsvindt naast de organisaties die actief zijn binnen bewegingen. Hier zou vervolg onderzoek op kunnen focussen.

Een andere beperking is dat het verschil tussen de onderzochte organisaties redelijk groot was. Zo zijn de maatschappelijke organisaties vaak niet bewust bezig met actie voeren. Zij noemen zichzelf niet activistisch. Er is van te voren niet bewust rekening gehouden met het onderscheid tussen activistische of niet-activistische organisaties. Voor vervolg onderzoek is het van belang dat hier wel bewust op geselecteerd wordt. Juist omdat de resultaten van dit onderzoek de kloof tussen activistische feministen en de realiteit waarin sommigen maatschappelijke werken belicht. Dit lijkt het conflict te zijn dat besloten ligt in het moderne feminisme. De intersectionaliteit en inclusiviteit die als hoofdthema's worden gezien van het feminisme, lijken niet altijd volledig nageleefd te worden in de realiteit. Vervolg onderzoek naar deze kloof en de gevolgen voor het feminisme is van belang.

Hoewel organisaties in bepaalde mate strategische netwerkrelaties vormen met andere organisaties, is de vraag in hoeverre zij daadwerkelijk coalities vormen. Naast de collectieven, is onduidelijk of er echt coalities bestaan binnen het feminisme in Nederland. Interessant zou zijn om hier vervolgonderzoek naar te doen. Een ander boeiend vervolgonderzoek zou ook kunnen kijken naar de koppeling tussen internationale samenwerkingen en nationale of lokale realiteit. Als gevolg van een toenemende mate van het gebruik van het internet, breiden netwerken uit, en is de beïnvloeding vanuit het buitenland groter dan ooit.

Hoewel organisaties op verschillende manieren zorgen voor coalitie vorming, samenwerkingen, structuur en leiderschap, zijn er ook enkelen die aangeven dat ze dit nog te weinig doen. Zij zijn zich wel bewust van de voordelen die het kan hebben, maar geven aan hier geen tijd of ruimte voor te hebben gehad. Interessant zou zijn om hier onderzoek naar te doen. Bijvoorbeeld naar de vraag waarom er weinig aan wordt gedaan, zelfs als organisaties zich bewust zijn van de positieve gevolgen die het voor hen en het feminisme kan hebben.

Deze tekortkomingen moeten in acht genomen worden wanneer gekeken wordt naar de conclusie van dit onderzoek. Echter er moet ook benadrukt worden dat de resultaten relevant zijn. Organisaties kunnen leren van elkaars ervaringen en manier van werken. Zij kunnen zich beter bewust worden van hun rol in de maatschappij en de samenwerkingsverbanden die zij al dan niet hebben.

Hoofdstuk 9: Conclusie

Feministische Sociale Beweging Organisaties zijn erg divers en dragen dan ook op verschillende manieren bij aan het behoud van de collectieve identiteit van het feminisme. Mede als gevolg van een toenemend gebruik van digitale media, zijn feministische thema's op de politieke agenda gezet in Nederland. Hierdoor is het toegankelijk geworden voor mensen om zich te associëren met het feminisme en het is daarnaast ook mogelijk geworden voor organisaties om te groeien. Deze groei benadrukt het belang van organisaties en dus ook de impact die organisaties hebben in de maatschappij.

Verdeeldheid binnen het moderne feminisme is vooral te zien op klasse niveau. Feministisch activistische organisaties bestaan vaak uit hoogopgeleide witte vrouwen en contrasterend werken maatschappelijke vrouwen organisaties vaak met kwetsbare groepen vrouwen, die zich niet relateren aan thema's waar activistische feministen voor strijden. Dit staat in contrast met de hoofdthema's die nu belangrijk zijn binnen het feminisme. Intersectionaliteit, inclusiviteit en autonomie zijn namelijk de onderwerpen waar moderne feministische organisaties naar streven. De toename in populariteit van het feminisme brengt met zich mee dat er meer heterogeniteit is. Tegelijkertijd bevordert de focus op intersectionaliteit, inclusiviteit en autonomie netwerkrelaties tussen feministische SBO's, waardoor overeenkomsten groter worden en het behoud van een collectieve identiteit bevorderd wordt.

Deze samenwerkingsverbanden zijn namelijk divers en bestaan uit een wisselwerking tussen verschillende geografische schalen, die de balans van het netwerk bevorderen. Waar nationale organisaties gemakkelijk zorgen voor een toename in zwakke netwerkrelaties omdat ze een groot bereik hebben, kunnen lokale organisaties vaak makkelijker sterke netwerkrelaties bevorderen omdat zij op de hoogte zijn van de lokale realiteit. Toch hebben ook nationale organisaties sterke netwerkrelaties omdat zij bijvoorbeeld fysieke evenementen organiseren, en lokale organisaties zwakke netwerkrelaties omdat zij bijvoorbeeld samenwerkingen hebben voor het delen van informatie. Beide type organisaties werken ook met elkaar samen omdat zij zich bewust zijn van de kracht en expertise van andere organisaties. Deze wisselwerking tussen geografische schalen en de diversiteit van het type netwerkrelaties, bevordert de balans van het sociale netwerk. Doordat er een balans is in het netwerk worden veel mensen bereikt, en is er tegelijkertijd genoeg emotionele verbinding waardoor het behoud van de collectieve identiteit bevorderd wordt.

De samenwerkingsverbanden tussen organisaties zorgen daarnaast ook voor centralisatie, strategische netwerkrelaties en leiderschap. Er zijn een aantal vrouwen collectieven in Nederland die voor structuur in het netwerk zorgen omdat zij meerdere organisaties representeren en samen naar een overkoepelend doel streven. Daarnaast zijn er twee hoofdorganisaties die samenwerkingen hebben met vrijwel alle feministische SBO's en die daardoor voor leiderschap zorgen. Zij zijn invloedrijk en bevorderen connecties tussen alle subgroepen en kleinere organisaties. De strategische netwerkrelaties die vrijwel alle organisaties aangaan, bevorderen solidariteit. Doordat iedere organisatie net een andere expertise heeft, vullen ze elkaar aan en kunnen ze elkaar helpen naar een groter doel. Doordat samenwerkingsverbanden centralisatie en leiderschap bevorderen is er meer saamhorigheid en verbinding wat bijdraagt aan het behoud van de collectieve identiteit.

Dit onderzoek biedt kennis over SBO's in Nederland en inzichten in de manier hoe hun samenwerkingsverbanden bijdragen aan het behoud van de collectieve identiteit van het feminisme. Deze inzichten weerleggen het feit dat de collectieve identiteit van het feminisme verdwenen is. Ze benadrukken dat er een eenheid is in het moderne feminisme van Nederland, en dat organisaties samen naar een groter doel streven. Het digitale tijdperk brengt drastische veranderingen mee in de maatschappij en ook organisaties zijn bezig met het bijbenen van deze veranderingen. Hoewel het voor individuen wellicht makkelijker is om zich aan te passen, worden organisaties niet automatisch onbelangrijk. Dit onderzoek heeft inzicht gegeven in het belang van feministische organisaties, ook juist in het digitale tijdperk. Wanneer deze rol herkend en erkend wordt, kan er wellicht nog meer structuur en leiderschap bevorderd worden binnen de feministische stroming in Nederland. Zo zou de collectieve identiteit van het feminisme nog sterker kunnen worden, wat acties nog succesvoller zou kunnen maken en meer gelijkheid en gelijkwaardigheid met zich mee zou kunnen brengen.

Literatuurlijst

- Atouba, Y., & Shumate, M. (2010). Interorganizational networking patterns among development organizations. *Journal of communication*, 60(2), 293-317.
- Bosco, F. J. (2001). Place, space, networks, and the sustainability of collective action: the Madres de Plaza de Mayo. *Global Networks*, 1(4), 307-329.
- Castells, M. (2015). Changing the World in the Network Society. In *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* (2nd ed., pp. 246–271). Cambridge, UK: Polity Press.
- Chamberlain, P. (2017). Introduction. In *The Feminist Fourth Wave: Affective Temporality*. (pp. 1–20). Cham: Palgrave Macmillan
- Charles, N., Wadia, K., Ferrer-Fons, M., & Allaste, A.-A. (2018). ‘I’m a feminist, I’m not ashamed and I’m proud’: Young people’s activism and feminist identities in Estonia, Spain and the UK. *Women’s Studies International Forum*, 67, 23–29.
- Collins, P.H., & Bilge, S. (2016) What is intersectionality? Chapter 1 in *Intersectionality. Key Concepts Series*. Cambridge: Polity Press.
- Conover, M. D., Davis, C., Ferrara, E., McKelvey, K., Menczer, F., & Flammini, A. (2013). The geospatial characteristics of a social movement communication network. *PLoS one*, 8(3).
- Crossley, N., & Diani, M., (2019). Networks and fields. Chapter 8 in D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi, & H. J. McCammon., *The Wiley Blackwell Companion to Social Movements*. (2nd ed., pp. 151-166). John Wiley & Sons.
- Dean, J., & Aune, K. (2015). Feminism Resurgent? Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe. *Social Movement Studies*, 14(4), 375–395.
- de Vries, P. (2010). From Slave to Sex Worker. Feminist Debates and Prostitution Politics in the Netherlands, 1880–2000. *L’Homme*, 21(1), 29-48.
- Diani, M. (1992) Analysing Social Movement Networks. In M. Diani, & R. Eyerman, *Studying Collective Action*. (pp. 107–135). London: Sage Publications Limited.
- Dolata, U., & Schrape, J. F. (2016). Masses, crowds, communities, movements: Collective action in the internet age. *Social Movement Studies*, 15(1), 1-18.
- Earl, J. (2019). Technology and Social Media. Chapter 16 in D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi, & H. J. McCammon., *The Wiley Blackwell Companion to Social Movements*. (2nd ed., pp. 289-305). John Wiley & Sons.

- Earl, J., & Kimport, K. (2011). Making Action on the Cheap: Costs and Organizing. Chapter 5 *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. London: The MIT Press.
- Ezzeroli, N. (2020, March 27). Zelfverklaarde Instagramfeministen zijn op niets anders uit dan geld en aandacht. Retrieved April 23, 2020, from <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/zelfverklaarde-instagramfeministen-zijn-op-niets-anders-uit-dan-geld-en-aandacht~bfab98b1/>
- Fominaya, C. F., (2019). Collective Identity in Social Movements: Assessing the Limits of a Theoretical Framework. Chapter 24, in D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi, & H. J. McCammon., *The Wiley Blackwell Companion to Social Movements*. (2nd ed., pp. 429-445). John Wiley & Sons.
- Fotopoulou, A. (2016). Women's Organisations and the Social Imaginary of Networked Feminism: Digital and Networked by Default?. In *Feminist Activism and Digital Networks* (pp. 37-60). Palgrave Macmillan, London.
- Ganz, M. & McKenna, E (2019). Bringing Leadership Back In. Chapter 10 in D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi, & H. J. McCammon., *The Wiley Blackwell Companion to Social Movements*. (2nd ed., pp. 185-202). John Wiley & Sons.
- Ghorashi, H. (2010). From absolute invisibility to extreme visibility: emancipation trajectory of migrant women in the Netherlands. *Feminist Review*, 94(1), 75–92.
- Giddens, A. (1991). Tribulations of the Self. Chapter 6 in *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age* (pp. 181–208). Cambridge: Polity Press.
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Hampton, K. N. (2016). Persistent and pervasive community: New communication technologies and the future of community. *American Behavioral Scientist*, 60(1), 101-124.
- Henry, A. (2004) Introduction. In *Not My Mother's Sister: Generational Conflict and Third-Wave Feminism*. Bloomington: Indiana University Press.
- Hyde, C. A. (2018). Charisma, Collectives, and Commitment: Hybrid Authority in Radical Feminist Social Movement Organizations. *Social Movement Studies*, 17(4), 424-436.
- Kadushin, C. (2012). 'Organizations and Networks'. Chapter 7 in *Understanding social networks*. Theories, concepts and findings. Oxford: Oxford University Press.
- Kaplan, G. (1992). Fringe upheavals and creative traditionalism in France and the Netherlands. Chapter 5 in *Contemporary Western European Feminism* (pp. 149–161). Washington: New York University Press.

- Koops, R. (2020, March 3). Advies: stel quota voor diverse straatnamen in. Retrieved April 30, 2020, from <https://www.parool.nl/amsterdam/advies-stel-quota-voor-diverse-sstraatnamen-in~b217b64d/>
- Krinsky, J., & Crossley, N. (2014). Social movements and social networks: Introduction. *Social Movement Studies*, 13(1), 1-21.
- Marseille, R. (2019). Waarom is feminisme nog nodig? Retrieved April 23, 2020, from <https://npofocus.nl/artikel/7862/waarom-is-feminisme-nog-nodig>
- Mason, J. (2018). Choosing methods and planning your approach. In *Qualitative researching* (3rd ed., pp. 21-52). Los Angeles: SAGE Publications.
- McKenna, B. (2019). Creating convivial affordances: A study of virtual world social movements. *Information Systems Journal*, 30(1), 185–214.
- Melucci, A. (1995). The Process of Collective Identity. In H. Johnston & B. Klandermans (Eds.), *Social Movements and Culture* (Vol. 4, pp. 41–63). University of Minnesota Press.
- Munro, E. (2013). Feminism: A Fourth Wave? *Political Insight*, 4(2), 22–25.
- Nicholls, W. J. (2008). The Urban Question Revisited: The Importance of Cities for Social Movements. *International Journal of Urban and Regional Research*, 32(4), 841–859.
- Nicholls, W. J. (2009). Place, networks, space: theorising the geographies of social movements. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 34(1), 78–93.
- Polletta, F., & Jasper, J. M. (2001). Collective identity and social movements. *Annual review of Sociology*, 27(1), 283-305.
- Redfern, C., & Aune, K. (2010). *Reclaiming the F word: The new feminist movement*. London: Zed.
- Reger, J. (2005). Introduction. In *Different Wavelengths: Studies of the Contemporary Women's Movement*. London: Routledge.
- Routledge, P. (2003). Convergence space: process geographies of grassroots globalization networks. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 28(3), 333-349.
- Saunders, C. (2007). Using Social Network Analysis to Explore Social Movements: a Relational Approach. *Social Movement Studies*, 6(3), 227-243.
- Sommerfeldt, E. J., & Yang, A. (2017). Relationship networks as strategic issues management: An issue-stage framework of social movement organization network strategies. *Public Relations Review*, 43(4), 829–839.

- Vriens, E., & van Ingen, E. (2018). Does the rise of the Internet bring erosion of strong ties? Analyses of social media use and changes in core discussion networks. *new media & society*, 20(7), 2432-2449.
- Walker, E. T., & Martin, A. W. (2019). Social Movement Organizations. Chapter 9 in D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi, & H. J. McCammon., *The Wiley Blackwell Companion to Social Movements*. (2nd ed., pp. 167-184). John Wiley & Sons.
- Whittier, N. (1995). Introduction. In *Feminist Generations: The Persistence of the Radical Women's Movement*. (pp. 1-25). Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Wiel, C. van de. (2019, May 7). Het nieuwe feminisme dreigt over alles en niets te gaan. Retrieved April 23, 2020, from <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/05/07/het-nieuwe-feminisme-dreigt-over-alles-en-niets-te-gaan-a3959405>
- Zembla. (2020, April 2). Roep om tijdelijke versoepeling abortuswet vanwege corona. - Zembla - BNNVARA. Retrieved April 30, 2020, from <https://www.bnnvara.nl/zembla/artikelen/roep-om-tijdelijke-versoepeling-abortuswet-vanwege-corona>

Bijlagen

Bijlage 1: Overzicht activiteit sociale media per organisatie

F: Facebook I: Instagram T: Twitter

Actief

Week	De Bovengrondse			Stem op een Vrouw			Dona Daria			Women connected		
	F	I	T	F	I	T	F	I	T	F	I	T
7 (10-16 feb)	3	1	4	1	1		12	5	0	4	3	6
8 (17-23 feb)	2	1	0	2	3	10	20	5	0	6	4	2
9 (24 - 1 mrt)	5	4	6	4	1	11	23	7	0	4	3	5
10 (2-8 mrt)	6	3	12	2	3	17	22	5	0	8	25	11
11 (9-15 mrt)	2	2	4	1	2	9	18	10	0	8	47	5
12 (16-22 mrt)	1	1	2	2	1	10	36	11	0	5	14	1
13 (23-29 mrt)	0	1	0	0	3	7	20	6	0	10	2	1
14 (30 - 5 apr)	0	0	0	3	0	15	24	1	0	4	1	1
15 (6-12 apr)	0	2	4	1	0	6	21	5	0	7	4	2
16 (13-19 apr)	1	1	0	2	1	3	15	5	0	5	1	0
Totaal	20	16	20	18	15	88	211	60	0	61	18	23
Gemiddelde per week	2	1,6	2,2	1,8	1,5	8,8	21,1	6	0	6,1	2,6	2,6

Gemiddeld Actief

Week	Vrouwen van Nu			NVR			Feminer			Elance Academy		
	F	I	T	F	I	T	F	I	T	F	I	T
7 (10-16 feb)	5	3	3	9	4	9	4	6	1	1	3	0
8 (17-23 feb)	1	1	0	6	3	3	4	6	1	1	3	0
9 (24 - 1 mrt)	1	0	1	5	2	3	2	7	1	1	3	0
10 (2-8 mrt)	3	3	3	5	0	8	3	6	0	6	5	0
11 (9-15 mrt)	2	1	1	8	3	3	2	5	0	2	1	0
12 (16-22 mrt)	1	0	1	4	0	2	2	5	0	2	3	0
13 (23-29 mrt)	2	0	2	4	0	1	0	2	0	1	4	0
14 (30 - 5 apr)	0	0	0	9	0	3	1	5	0	1	3	0
15 (6-12 apr)	0	1	0	7	2	3	0	7	0	1	4	0
16 (13-19 apr)	0	0	0	5	1	6	1	12	0	1	2	0
Totaal	15	9	11	62	15	41	19	61	3	17	31	0
Gemiddelde per week	1,5	0,9	1,1	6,2	1,5	4,1	1,9	6,1	0,3	1,7	3,1	0

Niet Actief

Week	S.P.E.A.K			Vrouw en Vaart			VAW		
	F	I	T	F	I	T	F	I	T
7 (10-16 feb)	1	0	0	2	0	0	3	0	0
8 (17-23 feb)	1	0	0	1	0	0	2	0	0
9 (24 - 1 mrt)	0	1	1	2	0	0	1	0	0
10 (2-8 mrt)	5	9	3	3	0	0	4	0	0
11 (9-15 mrt)	2	9	0	2	0	0	0	0	0
12 (16-22 mrt)	0	0	0	5	0	0	0	0	0
13 (23-29 mrt)	1	1	1	2	0	0	2	0	0
14 (30 - 5 apr)	0	0	0	4	0	0	7	0	0
15 (6-12 apr)	1	0	0	3	0	0	4	0	0
16 (13-19 apr)	0	0	0	2	0	0	5	0	0
Totaal	11	2	5	26	0	0	28	0	0
Gemiddelde per week	1,1	0,2	0,5	2,6	0	0	2,8	0	0

Bijlage 2: Topiclijsten

Topiclijst organisaties

Introductie

- Introductie van mijzelf en mijn studie
- Uitleg van het onderzoek
- Toestemming om op te nemen en uitleg verwerking resultaten
- Doel van het interview

Organisatie

1. Hoe zou u de organisatie beschrijven?
 - Wat zijn jullie dagelijkse bezigheden als organisatie?
 - Wat is het doel van de organisatie?
2. Welke middelen zijn er nodig om het doel te behalen?
3. Is uw organisatie de afgelopen 10 jaar veranderd?
4. Wat is uw rol binnen de organisatie?
 - Wat zijn uw dagelijkse bezigheden?
5. Zijn jullie een activistische organisatie?
 - Waarom denkt u dat?

Feminisme

6. Hoe zou u het huidige feminisme beschrijven?
 - Wat is het grotere doel volgens u, van het Feminisme?
7. Hoe komt het doel van de organisatie overeen met het feminisme zoals u dat eerder beschreef?
 - Hoe draagt uw organisatie bij aan het behalen van het feministische doel?
8. Is het feminisme volgens u veranderd in de afgelopen 10 jaar? Hoe?
9. (Hoe) heeft het feminisme bijgedragen aan de verandering van uw organisatie?
10. (Hoe) heeft uw organisatie bijgedragen aan de verandering van het feminisme?

Locatie

11. Zijn jullie lokaal gefocust of nationaal?
 - Waarom?
12. Wat heeft deze locatie te bieden?
13. Organiseren jullie ook dingen op locatie?
 - Waarom?
14. Hebben jullie zelf een locatie?
 - Wat voegt dit toe?

Digitale media

15. Gebruiken jullie digitale media?
 - Welke platforms? Waarom deze platforms?
 - Is jullie gebruik van digitale media afgelopen jaren veranderd?
16. Wat voor functie heeft de digitale media voor jullie?
17. Wat voor mensen willen jullie bereiken via digitale media?

Bereik

18. Hoe groot is jullie organisatorische sociale netwerk ongeveer?
 - Hoeveel actieve partners hebben jullie momenteel?
19. Hoeveel individuele activisten zijn actief in uw organisatie?

Netwerkrelaties

20. Welke organisaties zijn jullie belangrijkste partners?

- Met wie hebben jullie het meeste contact?
- Hoe vaak hebben jullie contact? Op wat voor manier?
- 21. Op welk gebied/ welke manier werken jullie samen?
- 22. Wat bereiken jullie met deze samenwerking?
 - Waarom is dit relevant? Wat voegt het toe?
- 23. Komt jullie doel/ visie overeen met hun doel?
 - Hoe beïnvloedt dit jullie samenwerking?
- 24. Met welke organisaties werken jullie af en toe samen?
 - Op welk gebied werken jullie samen?

Strategische netwerkrelaties

- 25. Hoe bewerkstelligen jullie samenwerking met andere organisaties?
- 26. Gaat het vinden van een partner makkelijk?
- 27. Worden jullie benadert door andere organisaties voor samenwerking?
 - Hoe vaak ongeveer?
 - Wat voor soort samenwerking?

Coalities

- 28. Is er een taakverdeling binnen jullie samenwerkingen?
- 29. Wat voegen jullie toe wat anderen missen?
 - Wat is jullie kracht?
- 30. Wat voegen anderen toe wat jullie missen?

Afsluiting

- Bedanken voor medewerking & vragen of ze het onderzoek willen zien
- Heeft u zelf nog iets toe te voegen aan uw verhaal?
- Heeft u nog vragen voor mij?
- Vervolg: eventueel nog iemand spreken van de organisatie/ vervolg afspraak

Topiclijst feministen

Introductie

- Introductie van mijzelf en mijn studie
- Uitleg van het onderzoek
- Toestemming om op te nemen en uitleg verwerking resultaten
- Doel van het interview

Werk

- Wat voor werk doet u?
- Wat is het doel van uw werk?
- Hoe lang doet u dit al?
- Zou u uzelf activist noemen?
 - o Waarom?

Feminisme

- Hoe zou u het huidige feminisme beschrijven?
 - o Wat is het grotere doel volgens u, van het Feminisme?
- Is het feminisme volgens u verandert in de afgelopen 10 jaar? Hoe?
- Zou u uzelf feminist noemen?
 - o Waarom?

Sociale media

- Gebruikt u sociale media?
 - o Welk platforms?
 - o Waarom deze platforms
- Wie wilt u bereiken via sociale media?
- Heeft sociale media invloed gehad op uw werk?

Samenwerking en organisaties

- Werkt u samen met andere feministen of organisaties?
- Wat vind u van feministische organisaties?
 - o Wat is de rol van organisaties?
 - o Wat dragen ze bij aan het feminisme?
- Zorgen ze voor structuur?
- Zijn er veel feministen lid van organisaties?
- Bevorderen ze saamhorigheid?

Afsluiting

- Bedanken voor medewerking & vragen of ze het onderzoek willen zien
- Heeft u zelf nog iets toe te voegen aan uw verhaal?
- Heeft u nog vragen voor mij?
- Vervolg: eventueel nog vervolg afspraak

Topiclijst expert

Introductie

- Introductie van mijzelf en mijn studie
- Uitleg van het onderzoek
- Toestemming om op te nemen en uitleg verwerking resultaten
- Doel van het interview

Werk

- Wat voor werk doet u?
- Wat is het doel van uw werk?
- Hoe is uw werk gerelateerd aan het feminisme?
- Hoe lang doet u dit al?
- Zou u uzelf activist noemen?
 - o Waarom?

Feminisme

- Hoe zou u het huidige feminisme beschrijven?
 - o Wat is het grotere doel volgens u, van het Feminisme?
- Is het feminisme volgens u verandert in de afgelopen 10 jaar? Hoe?
- Heeft digitale media invloed gehad op deze verandering? Hoe?
- Zou u uzelf feminist noemen?
 - o Waarom?
- Ervaart u dat het saamhorigheid is binnen het feminisme in Nederland?

Samenwerking en organisaties

- Wat is de rol van feministische organisaties?
 - o Wat dragen ze bij aan het feminisme?
 - o Zorgen ze voor structuur?
- Zijn er veel feministen lid van organisaties?
- Bevorderen ze saamhorigheid?
- Ervaart u een kloof tussen de praktijk waarin sommige organisaties werken en de wereld waarin activisten leven?
 - o Hoogopgeleide mensen vs laag opgeleid
 - o Intersectionaliteit

Afsluiting

- Bedanken voor medewerking & vragen of ze het onderzoek willen zien
- Heeft u zelf nog iets toe te voegen aan uw verhaal?
- Heeft u nog vragen voor mij?
- Vervolg: eventueel nog vervolg afspraak

Bijlage 3: Codeboom

In deze bijlage is de codeboom gepresenteerd. Er is aangegeven in hoeveel bestanden de codes voorkomen (files) en hoeveel tekstgedeeltes in totaal de genoemde code hebben (references).

	Files	References
Algemeen		
- Activistische organisatie	7	11
○ Afsplitsing heersend beeld activisme	1	1
○ Doorbreking status quo	1	1
○ Online activisme	1	1
○ Niet activistisch	4	5
■ Geen activistisch doel	4	4
■ Neutraliteit: geen politieke voorkeur	1	1
- Medewerkers	8	8
- Vrijwillig(ers)	2	3
Doelstellingen		
- Doel organisatie	9	14
○ Emancipatie van vrouwen	6	6
○ Gelijkheid man en vrouw	2	2
○ Representatie vrouwen	1	1
○ Inclusie minderheidsgroepen	3	4
○ Vrouwelijk leiderschap	1	1
○ Uitbreiding feministische beweging	1	1
○ Inclusie mannen (bij vrouwen emancipatie)	2	2
○ Artistiek	1	1
- Doel feminisme	5	6
○ Strijd voor gelijkheid	8	9
○ Persoonlijk/ individualistisch	4	5
○ Verschillende stromingen	3	3
○ Veranderende subdoelen	1	1
■ Gelijk salaris	1	1
■ Positief zelfbeeld	2	2
■ Recht op abortus	1	1
■ Seksueel geweld	1	2
- Overeenkomst doelstellingen	8	13
○ Gelijkheid	2	2
○ Inclusiviteit	4	4
○ Gat activisme en realiteit	6	9
■ Direct activisme: demonstratie etc.	3	3
■ Indirect activisme: strijd voor emancipatie etc.	4	7

- Verandering organisatie	8	17
○ Gegroeid	6	6
○ Professioneler	1	1
○ Meer integraal en heterogeen	2	4
○ Meer online	1	1
○ Meer zekerheid in feministisch zijn	1	1
○ Inclusiever	1	1
- Verandering feminisme	8	12
○ Feminisme blijft altijd nodig	3	5
○ Kern is verdwenen	2	2
○ Meer bewustzijn & nieuwe thema's	3	4
○ Zelfde thema's als vroeger	4	4
○ Inclusie van mannen	3	3
○ Weinig resultaat	1	2
○ Negatieve connotatie met feminisme is verdwenen	2	2
○ Toename online feminisme	4	5
- Modern feminisme		
○ Intersectioneel feminisme	10	13
■ Minder onderdrukking	4	4
■ Vergroting inclusiviteit en diversiteit	5	9
■ Reactie op wit feminisme	2	2
■ Toename sub stromingen	2	2
■ Meer solidariteit	1	1
○ Commercialisering en toename populariteit	6	10
■ Groei organisatie door populariteit	2	2
■ Misbruik van term feminisme	2	2
■ Oneens met commercieel feminisme	3	4
■ Veel bewustzijn door groot bereik	2	2
■ Weinig echte verandering	2	4
○ "Wit" feminisme/ feminisme als privilege	6	9
■ Doelgroep en bereik wit en hoogopgeleid	6	6
■ Gat tussen activisten en praktijk	4	5
■ Wit privilege als middel om te ontwikkelen	1	1
■ Moeilijk om andere doelgroepen te bereiken	3	3
○ Individualisme	2	3
○ Segregatie	2	3

Internet en digitale media

- Toenemend gebruik en professionalisering	3	3
- Platforms	8	15
○ Facebook	5	7
■ Doelgroep actief	4	4
■ Groot medium	2	2

○ Instagram	4	4
■ Jongeren en young professionals	4	4
○ Twitter	1	1
■ Politiek	1	1
○ LinkedIn	3	3
■ Bedrijven en professionals	3	3
○ Nieuwsbrief	2	2
- Geen specifieke doelgroep en functie	2	2
- Verbetering is nodig, maar het kost tijd	3	3
- Versterkte cohesie	4	4
- Nieuwe vorm van feminisme	3	3
- Geen specifieke functie	1	1

Locatie

- Lokaal	6	11
○ Financiering van gemeente	3	3
○ Netwerk en kennis is lokaal	1	2
- Nationaal	2	3
- Meerdere geografische schalen	4	5
○ Lokaal bewustzijn en nationaal opereren	1	1
- Plaats en ruimte		
○ Ontmoeting en cohesie	4	10
■ Bekendheid door vaste plek	1	1
■ Fysiek contact	1	2
■ Verbintenis	2	4
○ Bereikbaarheid en praktisch	6	8

Netwerk

- Samenwerkingsverbanden	11	30
○ Type samenwerking		
■ Oppervlakkige samenwerking	2	2
■ Sleutelvrouwen	3	3
■ Welzijnsorganisaties	4	5
○ Reden samenwerking		
■ Aanvullende specialisaties	5	9
■ Geld	6	10
■ Groter bereik	2	2
■ Groter doel behalen	6	9
■ Overeenkomende doelstelling	3	4
○ Solidariteit	2	5
○ Geografisch		
■ Lokale samenwerking	4	9
■ Verschillende geografische schalen	2	2

○ Integraler	1	1
○ Autonoom	7	12
○ Diversiteit		
■ Heterogeniteit	3	6
■ Homogeniteit	2	3
- Bereik individuen	7	10

Coalities

- Rol organisaties	7	10
○ Aanvullende specialisaties	2	3
○ Beeldvorming feminisme	1	1
○ Politiek feminisme	1	1
○ Mobilisatie wethouders en beleidsmakers	1	1
○ Concrete uitvoering (na mobilisatie)	1	1
- Sterkte organisaties	7	8
- Zwakte organisaties	2	2

Bijlage 4: Transcripten interviews

In verband met de grote capaciteit van alle interview transcripten is er een apart bestand gemaakt waarin deze zijn uitgewerkt.