

Een constructie van de 'norm' op het blog Chickslovefood

Een kwalitatief onderzoek naar het discours van normaliteit binnen een foodblog

Renate Blom (6591523)

Taal- en cultuurstudies

Bachelor Eindwerkstuk CIW (CI3V13002)

20 januari 2021

Collegejaar 2020/2021

Aantal woorden: 6672

Begeleidend docent: Eggo Müller

Tweede beoordelaar: Anne Kustritz

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	1
Introductie.....	2
Theoretisch kader.....	2
Representatie en discours.....	2
Sociale media en food intermediairs.....	3
De onbewuste norm.....	4
Methode en data.....	6
Kritische discoursanalyse.....	6
De casus.....	6
Het corpus.....	7
Transcriptie en codering.....	7
Analyse.....	8
Balans.....	9
Ritme.....	10
Herkenning en verbondenheid.....	12
Duurzaamheid.....	13
Conclusie en discussie.....	15
Literatuur.....	18
Bijlage: Transcriptie en codering	

Samenvatting

Discoursen binnen blogs zijn al veelvuldig onderzocht in het licht van ingekaderde levensstijlen als veganisme. In dit onderzoek is daarom de andere kant van het dieetspectrum onderzocht, te weten het 'normale' eetpatroon. Met een kritische discoursanalyse is geprobeerd inzicht te krijgen in het discours van normaliteit dat door het foodblogplatform Chickslovefood lijkt te worden uitgedragen. Het populaire foodblog lijkt, in tegenstelling tot veganistische platforms, geen specifiek dieet te verkondigen dat afwijkt van een 'gewoon' eetpatroon en waarvoor bepaalde ingrediënten moeten worden gemeden. De recepten die op het blog worden gedeeld variëren namelijk van gezond tot *guilty pleasure* en van vegetarisch tot vlees bevattend. Desalniettemin is onderzoek naar de norm van belang vanwege de invloedrijke rol die voedselgerelateerde sociale media kunnen hebben in het dagelijks leven van mensen. Uit de transcriptie en codering van de website van het foodblog en de Instagram-berichten in de maanden september, oktober en november, is gebleken dat het discours van normaliteit lijkt te bestaan uit vier centrale elementen: balans, ritme, herkenning en verbondenheid, en duurzaamheid. Deze vier sub-thema's blijken elk in verschillende mate zowel expliciet als impliciet tot uitdrukking te komen via de Instagram-berichten en de website. Chickslovefood lijkt al met al niet uit te dragen wát de lezer moet eten, maar hóe de lezer moet eten. Het representeert een levensstijl via een eetpatroon, waarin balans, ritme, herkenning en verbondenheid, en duurzaamheid de sleutelementen zijn. Met dit onderzoek is bijgedragen aan het van de grond brengen van onderzoek naar discoursen van normaliteit binnen foodblogs.

Introductie

Het platform Instagram biedt een forum waar vele mensen hun passie voor koken op kunnen uiten door middel van blogs en vlogs. Dit soort media vormen een belangrijk onderdeel van het dagelijks leven. Het gegeven dat Instagram met nu al 5,6 miljoen gebruikers in Nederland gerekend kan worden tot de snelst groeiende platformen (Klaassen & Klomp, 2020) en het feit dat sociale media in toenemende mate met ons dagelijks leven verweven zijn (Carah & Louw, 2015), laat zien dat digitale berichtgeving over onder andere voedsel en koken niet weg te denken is uit ons leven.

Binnen het domein van de voedsel accounts is Chickslovefood een van de grootste. Op dit foodblog delen Nina en Elise recepten die variëren van gezond tot *guilty pleasure*, waarbij gemak en snelheid voorop staan. Naast de berichten op Instagram worden er korte vlogs op het account geplaatst waarin de twee vrouwen een gerecht bereiden en is er via het account toegang tot de bijbehorende website van het blog. Chickslovefood is met 1,5 miljoen unieke bezoekers per maand een van de populairste foodblogplatforms in Nederland (De Bruijn & Gruppen, z.d.) en neemt daarmee een belangrijke positie in het discours van online voedsel in. Het platform lijkt in tegenstelling tot bijvoorbeeld veganistische platforms (Doyle, 2016; Jallinoja et al., 2019; Scott, 2020) geen specifiek dieet te verkondigen dat afwijkt van een ‘gewoon’ eetpatroon en waarvoor bepaalde ingrediënten moeten worden gemeden. Het blog lijkt dan ook een discours van normaliteit uit te dragen zonder dit expliciet te vermelden.

Gezien het grote aantal bezoekers van Chickslovefood is het relevant te onderzoeken wat de impliciete normen zijn die het platform lijkt uit te dragen. Hierbij is het tevens interessant te bestuderen of en hoe het platform deze normen positioneert ten opzichte van het toenemende debat over voedsel en voedselproductie tegen de achtergrond van gezondheids- en duurzaamheidsvraagstukken (EAT-Lancet Commission, 2019; Ocke et al., 2017; Raad voor de leefomgeving en infrastructuur, 2018). Middels dit onderzoek zal dan ook worden gepoogd de impliciete discourses te achterhalen die door Chickslovefood worden uitgedragen, om zo de positie van het blog in deze publieke discussie te kunnen bepalen.

Theoretisch kader

Representatie en discours

Een belangrijk concept bij het uitvoeren van een discoursanalyse van het platform Chickslovefood is ‘representatie’. Een representatie kan worden gezien als een weergave door een tekensysteem. Om naar de wereld te kunnen verwijzen en om erover te kunnen spreken, worden er verschillende representaties gebruikt in verschillende culturen. De wereld en alle culturen die zij behelst, kunnen

dan ook worden gezien als een representatie op zichzelf. De productie van representaties zou volgens Hall (2013) een centrale praktijk zijn binnen een cultuur. Een cultuur wordt namelijk geproduceerd en in stand gehouden met gedeelde betekenissen. Deze betekenissen kunnen worden geproduceerd en uitgewisseld door middel van representaties zoals taal. Ze komen dan ook tot stand op basis van de afspraken die mensen met elkaar maken binnen een bepaalde cultuur en binnen een bepaalde tijd. Betekenis is dan ook cultureel en historisch specifiek en kan daarom niet worden gezien als iets dat intrinsiek is aan bepaalde dingen, maar als iets dat wordt toegekend aan objecten, concepten en ideeën. Betekenisvorming komt tot stand via representaties.

Een concept dat betekenisvorming als centraal element heeft, is het concept 'discours'. Discours refereert naar een systeem van betekenissen en ideeën dat informeert over de regels, procedures en praktijken van een samenleving en haar instituties (Carah & Louw, 2015). Discoursen zijn manieren om te verwijzen naar (de constructie van) kennis over bepaalde onderwerpen (Hall, 2013). Ze bevatten ideeën, praktijken en beelden die in kennis over de wereld voorzien. Discoursen bepalen dan ook de betekenissen die worden gegeven aan representaties. Er zijn daarom geen neutrale en objectieve betekenisystemen waarvoor je kunt kiezen. Overal ter wereld leven mensen binnen verschillende discoursen die berusten op formele en informele afspraken en die de cultuur waarbinnen ze heersen bepalen. Discoursen zijn om deze reden altijd verbonden aan macht. Ze reguleren gedrag en representaties (Hall, 2013) en bevestigen de ideeën en praktijken van sommige groepen, terwijl die van anderen gemarginaliseerd worden (Carah & Louw, 2015). Ze markeren hiermee bepaalde manieren van leven als acceptabel en andere als afwijkend.

Sociale media en food intermediairs

Via verschillende soorten instanties worden discoursen geproduceerd, gereproduceerd, uitgedragen en bevestigd. Media zijn hier een voorbeeld van (Orgad, 2012). Zij spelen een belangrijke rol in het verspreiden, creëren, bevestigen en versterken van verschillende discoursen. Blogs en vlogs zijn voorbeelden van media waarin discoursen circuleren. De personen achter een blog of vlog kunnen daarin als *celebrity chefs* of *food intermediaries* worden gezien. Food intermediairs dragen ideeën over goede eetgewoontes uit door te interveniëren in het leven van mensen, om zo een bepaalde levensstijl te bewerkstelligen (Rousseau, 2012). Het werk van De Solier (2005) sluit hierop aan omdat zij stelt dat kookprogramma's meer doen dan het neerzetten van smaak. Zij informeren mensen namelijk over sociale en culturele kennis door vaak impliciete ideologieën uit te dragen. Zowel Rousseau als De Solier hadden kookprogramma's als onderzoeksobject, maar hun visies zouden ook van toepassing kunnen zijn op voedselblogs en -vlogs.

Blogs en vlogs kunnen net als kookprogramma's een bepaald regime van culinaire smaak en impliciete ideologieën over sociale en culturele kwesties uitdragen. Wie ervoor kiest deze chefs te blijven volgen via deze media, kan die ideeën van de desbetreffende chefs aannemen volgens het idee van *attention economics* (Rousseau, 2012). Door de overvloed aan informatie die er tegenwoordig is, maken mensen de keuze om aan bepaalde bronnen wel aandacht te besteden en aan andere niet. De keuzes die mensen hierbij maken zijn grotendeels gebaseerd op heersende discoursen in een cultuur en worden niet gemaakt op basis van rationaliteit. Mensen zouden volgens Rousseau dan ook kritischer moeten zijn, omdat de informatie die een willekeurig blog verschaft een belangrijk onderdeel is van de totale informatie die een persoon tot zich krijgt. Mensen kunnen hierdoor terecht komen in een zogeheten *filter bubble* (Zuiderveen Borgesius et al., 2016). Zij worden blootgesteld aan een selectief aantal bronnen, waardoor zij terecht komen in een bubbel waarin hun eigen opvattingen en wereldbeeld bevestigd worden en tegenstrijdige opvattingen buiten beeld worden gehouden. Dit kan vervolgens leiden tot extremere standpunten en polarisatie binnen een samenleving.

Het idee dat een mens een beperkte hoeveelheid informatie tot zich krijgt, wordt mede versterkt door het gegeven dat Instagram een snel groeiende dienst is (Lewis, 2018) en YouTube als voornaamste bron van educatie op het gebied van koken kan worden gezien (De Solier, 2018). Chickslovefood plaatst food vlogs en berichten op beide kanalen, waardoor het dus een groot publiek kan bereiken en een belangrijk onderdeel kan zijn van de dagelijkse informatie waar mensen naar handelen. Een onderzoek naar de discoursen die door het foodblogplatform worden uitgedragen, is dan ook relevant gezien het invloedrijke aandeel dat het kan hebben in de totale informatie die een persoon tot zich krijgt binnen zijn of haar eigen filter bubble.

De onbewuste norm

De discoursen in blogs en vlogs zijn al veelvuldig onderzocht. Zo zijn er al discoursanalyses uitgevoerd naar vlogs en platforms die over veganisme berichten (Braun & Carruthers, 2020; Scott, 2020). Hierin komt onder andere naar voren dat de mensen achter dit soort blogs en vlogs al voor ogen hebben waar zij in de publieke discussie van voedseltransitie staan. Chickslovefood lijkt op het eerste gezicht geen bewuste plaats in te nemen in dit debat, omdat het geen levensstijl lijkt uit te dragen die bepaald voedsel afkeurt en ander voedsel promoot omwille van bijvoorbeeld dierenwelzijn of het terugdringen van de CO₂-uitstoot. Het foodblog lijkt dan ook een 'normaal' eetpatroon uit te dragen. 'Normaal' kan worden gedefinieerd als een manier om een gemiddelde te representeren, maar het representeert ook normatieve ideeën over wat juist is of hoe iets zou moeten zijn (Mykitiuk & Karpin, 2017). Deze definitie sluit aan bij de omschrijving van de macht van mediarepresentatie door Michel Foucault (Fontana & Pasquino, 1979). Mediarepresentaties zouden volgens Foucault bepaalde 'waarheden'

produceren en bepaalde discursieve regimes legitimeren, terwijl andere discursieve regimes als afwijkend zouden worden bestempeld. Wat als de 'norm' wordt gezien, wordt als een 'waarheid' gerepresenteerd via verschillende media.

De kracht van de norm is al herhaaldelijk onderzocht in onder meer onderzoek naar schoonheidsstandaarden (Davis, 1991; Grogan, 2016; Taub, 1999). Dit soort standaarden komen mede tot stand door autoriteiten op het gebied van gezondheid. Zo zijn het artsen en wetenschappers die door middel van bijvoorbeeld de *Body Mass Index* (BMI) aangeven wanneer iemand te dik is. Zij formuleren hiermee al een expliciete norm voor mensen. De eetcultuur is daarentegen een arena waarin chefs en *influencers* autoriteit krijgen om de norm te stellen, omdat er weinig erkende autoriteiten zijn op dit gebied. Onderzoek naar foodblogs of -vlogs lijkt nog te ontbreken, maar omdat de constructie van de norm via onofficiële autoriteiten ongemerkt de dominante kijk op de wereld kan vormen wat betreft voedsel, is het relevant hier onderzoek naar te doen. Dyer (2017) benoemt een soortgelijk punt over een geheel ander onderzoeksonderwerp, namelijk de witte bevolking. Witte mensen zouden volgens hem nog nauwelijks zijn onderzocht in vergelijking tot zwarte en Aziatische mensen, terwijl witte mensen de dominante beelden in de wereld creëren en daarmee de wereld vormgeven. Ondanks het feit dat Dyer over witte mensen schrijft en het voornamelijk over film en fotografie heeft, is zijn visie ook relevant voor een populair platform als Chickslovefood. Ook hierbij kan namelijk een discours zichtbaar worden gemaakt waarin het 'normale' wordt gerepresenteerd in de vorm van een eetpatroon en levensstijl.

Om de norm te onderzoeken die Chickslovefood lijkt uit te dragen, is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd: 'Op welke manier wordt de 'normale' levensstijl uitgedragen door het foodblog Chickslovefood?' Hierbij zou het mogelijk kunnen zijn dat het platform onbewust een positie inneemt binnen de publieke discussie over voedselproblematiek. Gezien de toename van dit debat (EAT-Lancet Commission, 2019; Ocke et al., 2017; Raad voor de leefomgeving en infrastructuur, 2018), het aandeel dat de informatie van een platform als Chickslovefood kan hebben binnen de totale informatie die een persoon tot zich krijgt (Rousseau, 2012; Zuiderveen Borgesius et al., 2016) én de gevolgen die een bijbehorende levensstijl kan hebben voor het klimaat en de gezondheid van mensen, is het relevant te onderzoeken hoe het foodblog zich in deze publieke discussie positioneert als relatief aanwezige stem. Dit debat zal dan ook in de volgende deelvraag aan bod komen: 'Hoe positioneert Chickslovefood zich in de publieke discussie over voedselproblematiek en voedseltransitie?'

Methode en data

Kritische discoursanalyse

Het platform Chickslovefood zal in dit onderzoek worden onderworpen aan een kritische discoursanalyse. Deze methode is binnen een probleem-georiënteerd interdisciplinair onderzoeksveld in uiteenlopende vormen ontwikkeld en toegepast. Deze verschillende vormen zijn echter verbonden door de interesse in de totstandkoming en uiting van macht en onrechtvaardigheid via semiotiek (Wodak, 2013). De kritische discoursanalyse heeft als doel kritiek te uiten op onrechtvaardige machtsverhoudingen die onder meer in de productie en reproductie van discoursen via onder andere de media tot stand komen (Carvalho, 2008; Gill, 2000; Van den Berg, 2004; Wodak, 2013). Door middel van een dergelijke analyse kan de maatschappelijke bijdrage van (media)teksten worden onderzocht. Bij deze kritische instelling is het van belang een sceptische blik op de wereld te hebben, zodat niks als vanzelfsprekend wordt aangenomen.

De casus

Een kritische discoursanalyse is geschikt voor dit onderzoek naar het platform Chickslovefood, omdat hiermee de impliciete ideeën en ideologieën over de 'norm' van eten kunnen worden achterhaald. Het platform is geselecteerd op basis van populariteit, de frequentie waarmee het platform wordt geüpdatet, en de diversiteit aan gerechten die erop wordt gepresenteerd. Allereerst benadrukken zowel de oprichters van het foodblogplatform als andere voedselgerelateerde websites de populariteit van Chickslovefood door te stellen dat het blog meer dan een miljoen unieke bezoekers per maand trekt (De Bruijn & Gruppen, z.d.) en dat het blog het populairste foodblogplatform van Nederland zou zijn (De Bruijn & Gruppen, z.d.; Veggipedia, 2020). Daarbij zou het platform met 183.000 volgers op Instagram in de top vijf staan van populairste food accounts (Influencer DNA, 2020). De tweede reden voor de keuze voor Chickslovefood is de mate waarin het platform up-to-date blijft. Elke dag worden er gemiddeld vier berichten op Instagram geplaatst, worden er meerdere berichten toegevoegd aan de *story* van het blog op Instagram, en wordt er minimaal één artikel geplaatst op de bijbehorende website. Tenslotte maakt de diversiteit aan gerechten het blog geschikt voor dit onderzoek. Vanwege het feit dat er geen specifiek dieet lijkt te worden uitgedragen maar er juist guilty pleasure en vlees bevattende recepten tot aan *skinny* vegetarische recepten worden gedeeld, is het platform uitermate geschikt voor een analyse van de impliciete norm van eten.

Het corpus

Om een zo compleet mogelijk beeld te creëren van de discoursen die worden uitgedragen door het platform, is zowel het Instagram-account als de website www.chickslovefood.com geanalyseerd. De keuze voor één van de twee zou er namelijk voor zorgen dat de analyse een aanzienlijk onderdeel van het platform buiten beschouwing zou laten. De website is daarom in zijn geheel onderzocht en van het Instagram-account heb ik de berichten van de afgelopen drie maanden geselecteerd. Op deze manier kon er een beeld worden gevormd van de recente discoursen binnen het platform. De berichten op Instagram bevatten kleine stukjes tekst en de website bevat voornamelijk webpagina's waar dezelfde informatie op staat binnen verschillende categorieën voedsel, waardoor de totale hoeveelheid bronmateriaal van drie maanden geschikt was voor de grootte van de analyse. Daarbij is er bij de transcriptie en codering van drie maanden aan bronmateriaal een niveau van verzadiging bereikt waardoor er geen nieuwe informatie meer uit het materiaal kon worden gehaald.

Ik heb er daarnaast voor gekozen de vlogs, die ook op het Instagram-account onder de functie 'InstaTV' staan, niet mee te nemen in de transcriptie en codering. Hier heb ik voor gekozen, omdat er weinig variatie is in shots en de vlogs veelal dezelfde standaard onderdelen bevatten, zoals het opnoemen van de ingrediënten of de volgende stap van het maken van het gerecht. Ook bevatten de vlogs geen informatie die niet al in de Instagram-berichten werd vermeld, waardoor het analyseren van de vlogs geen analytische meerwaarde zou opleveren.

Transcriptie en codering

De Instagram-berichten en de website zijn geanalyseerd aan de hand van de structuur die Carvalho (2008) biedt voor een kritische discoursanalyse. Dit raamwerk is door Carvalho in eerste instantie bedoeld voor de analyse van journalistieke teksten, maar het kan ook worden gebruikt voor de analyse van zowel visuele als andere soorten geschreven mediateksten. Voor een volledige analyse zijn dan ook de volgende vijf categorieën gebruikt: 1) lay-out en structuur, 2) thema's en sub-thema's, 3) actoren, 4) taal, grammatica en retoriek, en 5) normen en waarden. Bij deze indeling heb ik ervoor gekozen de categorie 'discursieve strategieën', die Carvalho als een aparte categorie onderscheidt, samen te voegen met de categorie 'taal, grammatica en retoriek'. Dit heb ik gedaan, omdat het onderscheid voor een kunstmatig verschil zorgt dat geen analytische meerwaarde oplevert. Discursieve strategieën kunnen worden gezien als een onderdeel van de categorie taal, grammatica en retoriek. Deze strategieën, zoals *framing*, komen in geschreven teksten door middel van taal en retoriek tot stand. De discursieve strategieën zijn dan ook als retorische strategieën samengevoegd met de vierde categorie. Verder heb ik de categorie 'ideologische standpunten' van Carvalho

omgevormd tot de categorie 'normen en waarden', omdat ideologieën over het algemeen niet direct naar voren komen in de soorten mediateksten die in dit onderzoek zijn geanalyseerd. De eventuele bijbehorende ideologieën zullen dan ook pas aan bod komen als resultaat van de analyse. Tot slot zijn de categorieën 2 tot en met 5 voor zowel de Instagram-berichten als de website gebruikt, omdat van beide voornamelijk de geschreven teksten zijn getranscribeerd en gecodeerd. Van de website zijn daarnaast van verschillende webpagina's screenshots onderzocht, dus hierbij is ook de eerste categorie, de lay-out en structuur, meegenomen.

Om de transcriptie overzichtelijk te laten verlopen, zijn zowel de Instagram-berichten als de webpagina's aan de hand van de iets aangepaste categorieën van Carvalho (2008) afzonderlijk van elkaar in een tabel in Word getranscribeerd en gecodeerd (Bijlage: Transcriptie en codering). Hier zijn vier sub-thema's uit voortgekomen die als rode draad dienen voor de analyse. Hierbij zal de analyse van de Instagram-berichten een groter deel in beslag nemen in elk sub-thema dan de analyse van de website, omdat de transcriptie en codering van de Instagram-berichten een aanzienlijk groter deel vormen van de totale hoeveelheid bronmateriaal dan de transcriptie en codering van de website.

Analyse

Zoals besproken in de methode zullen er in de analyse twee mediakanalen worden onderzocht, te weten de Instagram-berichten en de website van Chickslovefood. Dit blog is in 2010 opgericht door de vriendinnen Nina de Bruijn en Elise Gruppen en heeft de naam Chickslovefood gekregen omdat de oprichters simpelweg "chicks zijn die van food houden" (De Bruijn & Gruppen, z.d.). Het platform is inmiddels uitgegroeid tot een van de populairste foodblogs van Nederland en heeft al elf kookboeken op de naam staan.

De twee mediakanalen die door Chickslovefood worden gebruikt voor de communicatie, Instagram en de website, zullen worden onderzocht aan de hand van vier dominante sub-thema's die uit de transcriptie en codering naar voren zijn gekomen (Bijlage: Transcriptie en codering). Hierdoor kan er een compleet beeld worden gevormd van de discoursen die het platform lijkt uit te dragen en daarmee van de realiteit die het representeert. De sub-thema's zijn 1) balans, 2) ritme, 3) herkenning en verbondenheid, en 4) duurzaamheid. Deze sub-thema's vallen onder het centrale thema 'voedsel' en zullen opeenvolgend worden besproken om zo een antwoord te formuleren op de onderzoeksvraag: 'Op welke manier wordt de 'normale' levensstijl uitgedragen door het foodblog Chickslovefood?' De bijbehorende deelvraag zal met name bij de bespreking van het laatste sub-thema een belangrijke rol spelen. Deze deelvraag luidt: 'Hoe positioneert Chickslovefood zich in de publieke discussie over voedselproblematiek en voedseltransitie?'

Balans

Hoewel discoursen in veel gevallen impliciet invloed uitoefenen op de betekenissen die aan representaties worden gegeven (De Solier, 2005), lijkt dit bij het eerste sub-thema niet het geval te zijn. Het sub-thema 'balans' is uit de transcriptie en codering naar voren gekomen als een onderdeel van het discours van normaliteit dat expliciet tot uitdrukking komt op het platform Chickslovefood. Op de bijbehorende website van het platform schrijven de onderneemsters, Nina en Elise, namelijk het volgende op de informatiepagina over henzelf:

Zo delen we op maandag altijd een Skinny Six (gezond avondmaal met 6 ingrediënten), op dinsdag een 5 or less (avondmaal met 5 ingrediënten), op woensdag een video, op donderdag tot en met zaterdag andere gezonde en makkelijke ontbijtjes, lunches of diners en op zondag een Sinner Sunday, waarin we losgaan met suiker, boter en chocolade ;). Dat is volgens ons the key; een balans met doordeweeks gezonde recepten en in het weekend gewoon even lekker losgaan! (Bijlage: Transcriptie en codering, pp. 143-144)

Nina en Elise lijken met deze expliciete verwoording van hun visie aan te geven dat zij zich bewust zijn van een deel van de discoursen die zij produceren voor hun blog. Zij lijken op de hoogte te zijn van de discoursen binnen hun blog die berusten op een vorm van formele afspraken en die de 'cultuur' op het platform bepalen en vormgeven.

Het gegeven dat Nina en Elise zich bewust lijken te zijn van het sub-thema 'balans' als onderdeel van de discoursen binnen hun blog, lijkt zich op verschillende manieren te vertalen naar de Instagram-berichten. De belangrijkste manier is de verhouding tussen gezonde en ongezonde gerechten. Zo klopt het dat er elke maandag een recept van een gezond gerecht met maar zes ingrediënten wordt geplaatst en dat er elke dinsdag een gezond gerecht met maar vijf ingrediënten bij komt. Hierbij wordt er met name via het woordgebruik in de berichten en in de hashtags duidelijk gemaakt dat het om een gezond gerecht gaat. Zo wordt er op 2 november geschreven "Naast alle koeken, taarten en pasta's zijn we ook liefhebbers van goede gezonde gerechten 🥦 Zoals deze hartige pompoencurry, een echte Skinny Six en must-try! 🍷" (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 87) en staat er bij 21 november "wij hebben 3x gezonde quiche-recepten voor je op een rij gezet! 😊 Enorm lekker en voedingsrijk door de extra groentes die erin gaan 🍆" (Bijlage: Transcriptie en codering, pp. 119-120). Door te stellen dat de gerechten gezond en voedingsrijk zijn, maken zij duidelijk wat de essentie is van de *Skinny Six*. Daarbij worden er bij zowel deze twee berichten als andere soortgelijke berichten veel hashtags gebruikt die deze boodschap versterken, zoals "#healthyfood" en "#gezondeten", en benadrukken de vele groente-icoontjes in diverse berichten ook de mate van gezondheid van de gerechten (Bijlage:

Transcriptie en codering). De waarde ‘gezond koken’ lijkt dan ook duidelijk naar voren te komen als onderdeel van de heersende discoursen binnen het blog.

Het bewustzijn van het sub-thema ‘balans’ als onderdeel van de discoursen binnen het platform, lijkt echter ook deels tegengesproken te worden door een deel van de Instagram-berichten. Het klopt dat er op zondag recepten worden gedeeld die vallen onder de noemer *Sinner Sunday*, waarmee recepten worden bedoeld die veel suiker bevatten of gerekend kunnen worden tot *comfort food*. De zondag blijkt echter niet de enige dag te zijn waarop dit gebeurt. Er wordt namelijk ook geregeld een *sinner*-recept gedeeld op de vrijdag. Zo is er op 18 september de volgende tekst geplaatst:

Vrijdagmiddag 14.00 uur, dus we delen een bakrecept met je! En wat voor eentje... 🤪🙏
Karamel zeezout cheesecake! Ja echt, deze is heeeeul lekker (mocht je nog niet overtuigd zijn bij de naam). Het recept vind je via de link in bio! #wbwv #sinnertime #cheesecake #karamelzeezout #maken #gewoondoer. (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 24)

Nina en Elise spreken in dit bericht hun enthousiasme uit via icoontjes, een uitgerekt woord en interpunctie. Daarbij geeft de hashtag “#sinnertime” aan dat dit recept tot de ongezonde categorie behoort. Uit de transcriptie en codering is gebleken dat Nina en Elise elke vrijdag een dergelijke *sinner* op hun Instagram-account plaatsen. De balans die zij voor ogen schijnen te hebben zoals beschreven op de informatiepagina over henzelf, lijkt een andere vorm aan te nemen. In de balans lijkt toch meer ruimte te zijn voor ongezond voedsel.

Ritme

Het tweede sub-thema dat tevens zowel expliciet als impliciet tot uitdrukking lijkt te komen, is ‘ritme’. Ritme lijkt een belangrijk onderdeel te zijn van het discours van normaliteit. Dit komt allereerst tot uiting door het onderscheid dat wordt gemaakt tussen doordeweekse dagen en het weekend. Zoals bij het sub-thema ‘balans’ al is besproken, lijkt er vanaf vrijdagmiddag een grens overgestoken te worden waarna er gezondigd mag worden op het gebied van voedsel. De *sinner*-recepten lijken met name een vast onderdeel te zijn van de vrijdag en zondag, terwijl de maandag tot en met de donderdag gereserveerd lijken te zijn voor de gezondere recepten. Door een dergelijk ritme te creëren zou het zo kunnen zijn dat Chickslovefood verlangens probeert te temmen. Het construeren van een tweedeling van de week door middel van gezonde en ongezonde recepten zorgt ervoor dat de verlangens naar ongezond eten ook een plaats krijgen binnen het ritme van de week. Door uit te dragen dat gezond eten wordt opgevolgd door ongezonde *sinner*s, worden verlangens naar ongezond eten getemd maar niet vergeten.

Naast het ritme dat er wordt gecreëerd binnen een week, lijkt er ook sprake te zijn van een ritme binnen afzonderlijke dagen. Een voorbeeld hiervan is de bijna dagelijkse tip voor het avondeten die altijd om 16.00 uur online komt. Zo wordt er op 3 september geschreven “16.00 uur, de avondeettip van vandaag: quesadilla's met pulled chicken! En jaaaa, deze moet je maken vanavond!” (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 5), op 11 september “16.00 uur, zit je weer klaar voor de 'watetenwevanavond'-tip?” (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 15) en op 3 oktober “16.00 uur, dus daar is de tip van je chicks weer: ditmaal kip piri piri” (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 45). Nina en Elise geven hiermee expliciet aan dat zij op een vast tijdstip een recept voor het avondeten delen. De norm die hierachter lijkt te liggen, is het tijdstip waarop de gemiddelde Nederlander gaat nadenken over het avondeten of avondeten gaat klaarmaken. ‘Normaal’ kan volgens Mykitiuk en Karpin (2017) worden gedefinieerd als een manier om het gemiddelde te representeren, maar ook om normatieve ideeën te representeren van wat juist is of van hoe iets zou moeten zijn. Nina en Elise lijken ervan uit te gaan dat de gemiddelde Nederlander vanaf 16.00 uur zich bezig gaat houden met het avondeten en zij lijken dit door middel van hun Instagram-berichten te representeren en tot uiting te brengen als een normatief idee. Deze representatie van een tijdstip als norm lijkt tevens tot uiting te komen in de berichten op de zaterdag, waarin borrelen vanaf 12.00 uur centraal staat. Elke zaterdag wordt er een bericht geplaatst zoals “12.00 uur borreltime!” op 12 september (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 16), waarmee zij lijken te willen zeggen dat borrelen op een bepaalde dag en vanaf een bepaald tijdstip een belangrijke norm en waarde is in Nederland.

De derde manier waarop het sub-thema ‘ritme’ tot uiting komt, is via de zogenaamde *Meal Planners*. Dit product wordt zowel op de website als op het Instagram-account veelvuldig gepromoot. Om mensen te helpen zich aan een ritme te houden waarin gezond eten elk moment van de dag centraal staat, wordt het inplannen van maaltijden gestimuleerd door middel van deze Meal Planners. Een voorbeeld van een bericht waarin hiervoor reclame wordt gemaakt, is van 24 september:

Ga jij mee Back on track met onze Back on track Meal Planner? Voor slechts € 9,99 per maand doe jij al mee! 😊 Je ontvangt iedere vrijdag van ons een planner met daarin: een verantwoord weekmenu (ontbijt, lunch, diner), 7 recepten voor verantwoorde avondmaaltijden, 2 recepten voor gezonde tussendoortjes, vega vervangtips bij vlees en vis (dus de planner is 100% vegetarisch) en last but not least een complete boodschappenlijst voor alle recepten! Hallo hé, dat is fijn!! 😊 Meld je aan via de link in ons profiel! #mealplanner #clf #backontrack #gezondeten. (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 31)

In dit bericht komt naar voren dat de onderdelen ontbijt, lunch en diner door het platform als belangrijke onderdelen van het ritme van mensen worden gezien. Om hierop in te spelen, wordt er

een planning gepromoot waarmee mensen zich op een verantwoorde manier aan het ritme zouden kunnen houden. Chickslovefood lijkt hiermee een levensstijl uit te dragen waarin ritme kan worden nagestreefd door middel van planning.

Herkenning en verbondenheid

Het derde sub-thema dat uit de transcriptie en codering naar voren is gekomen, is 'herkenning en verbondenheid'. Hiermee wordt bedoeld dat Chickslovefood een online voedselfdiscours produceert waarin herkenning en verbondenheid van belang lijken te zijn. Een voorbeeld hiervan is een bericht op 5 september waarin er het volgende wordt geschreven: "Iets teveel genoten de laatste tijd? We zijn er voor je, lees we zijn met je 🍷" (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 7). Het bericht wordt daarbij afgesloten met de hashtag "#metdechicks". Dit bericht geeft aan dat Nina en Elise via hun foodblog een gevoel van herkenning produceren om de lezers aan te spreken. Zij vergelijken hun eigen situatie met die van de lezers, waardoor er een gevoel van verbondenheid lijkt te worden opgeroepen. Andere voorbeelden zijn van 24 en 27 november waarin respectievelijk wordt geschreven "Met de feestdagen op komst, zijn er ook steeds meer borrelmomenten. Herkenbaar? 🍷🍷" (Bijlage: Transcriptie en codering, pp. 126-127) en "Heb jij ook al een paar zakken kruidnoten verslonden? 🍷" (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 134). Lezers worden hier gevraagd of zij zich herkennen in het gedrag dat Nina en Elise vertonen. De schrijfsters lijken hiermee weer een discours van normaliteit uit te dragen, waarin het mogelijk is te veel te hebben genoten van ongezond voedsel. Wanneer lezers zich herkennen in de beschrijving, kan het zo zijn dat zij zich vervolgens verbonden voelen met deze erkenning van Nina en Elise en daarmee met Nina en Elise zelf.

Dit gevoel van verbondenheid lijkt niet alleen te worden uitgedragen via een herkenbare situatie, maar ook door een vraag om interactie. Een voorbeeld hiervan is een bericht van 15 oktober, waarin het volgende wordt geschreven:

Mis jij je kantine op werk waar je elke middag een lekkere lunch ging scoren? Check dan snel deze 10 gezonde thuiswerk lunchrecepten. 🍷 Tag jouw favoriete lunch-maatje, kies een van de lunchrecepten en videobel met elkaar, zodat je toch nog even samen luncht! (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 57)

Er wordt in dit bericht tevens eerst gevraagd naar een herkenbare situatie door te refereren aan de thuiswerksituatie van mensen als gevolg van het coronavirus. Vervolgens gebruiken Nina en Elise die situatie om eigen recepten te promoten, waarna zij weer sturen naar verbondenheid onder de lezers door te vragen of mensen hun "favoriete lunch-maatje" kunnen taggen. Deze indirecte vraag om interactie onder de lezers komt in bijna elk bericht op Instagram terug, zowel in directe als indirecte

vorm. Herkenning en verbondenheid lijken dan ook belangrijke onderdelen van het online voedseldiscours dat Chickslovefood uitdraagt.

Duurzaamheid

Het vierde en laatste sub-thema dat in deze analyse zal worden besproken, is 'duurzaamheid'. Chickslovefood lijkt zowel expliciet als impliciet een levensstijl uit te dragen op het gebied van voedsel, waarbij duurzaamheid een rol speelt. Allereerst laten Nina en Elise met enkele Instagram-berichten ondubbelzinnig weten dat zij duurzaamheid een belangrijk onderwerp vinden. Een voorbeeld van een bericht waarin zij letterlijk stellen dat zij duurzaamheid belangrijk vinden, is een bericht op 26 november:

Duurzaamheid. Een belangrijk topic vinden wij. Een breed begrip, maar we proberen stapjes te zetten in de goede richting. Thuis bijvoorbeeld door minder of geen vlees te eten, slim om te gaan met restjes, geen fast fashion te kopen... en qua business werken we aan een duurzame keukenlijn (ja, komt er echt!) en verdiepen we ons bijvoorbeeld in duurzaam bankieren.

Op onze verlanglijst stond een 100% elektrische auto, maar dat ging nog even niet. Is oké, alles op z'n tijd. En ineens belde twee dagen geleden onze partner @opelnl, of we vandaag ff langs konden komen. En wat denk je; twee keer een gloednieuwe corsa-e voor de chicks. WAUW. Gewoon wauw. Nog nooit zo trots in een auto gereden 🌱💚 #teamopel #chicksloveduurzaam #CorsaE #opelnl #geleend #geleased #partner. (Bijlage: Transcriptie en codering, pp. 130-131)

In dit bericht wordt er allereerst letterlijk aangegeven dat duurzaamheid een belangrijk thema is voor Nina en Elise, waarna er enkele voorbeelden worden gegeven van manieren waarop zij zelf duurzamer proberen te leven. Vervolgens geven zij aan dat zij altijd al een elektrische auto hebben gewild en dat dit nu mogelijk is dankzij een zakenpartner. Zij geven met dit bericht expliciet aan dat zij duurzaamheid belangrijk vinden en dat zij dit ook proberen uit te dragen door producten te gebruiken die in overeenstemming zijn met deze attitude. Een ander voorbeeld hiervan is een bericht op 27 november, waarin het volgende wordt geschreven: "Zo, dit is 'm dus, de nieuwe Chickslovefood-sweater van 100% bio katoen! 🌱" (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 133). Ook hiermee lijkt Chickslovefood duidelijk te willen maken dat het duurzaamheid belangrijk vindt, omdat de nadruk wordt gelegd op het percentage biologisch materiaal van een trui.

Naast de nadruk op duurzaamheid in het algemeen, benoemt Chickslovefood duurzaamheid ook enkele keren in relatie tot voedsel. Zo wordt er op 29 oktober en 3 november respectievelijk

geschreven “Feitje: we houden best weleens wat voedsel over 🤖. Daar niks meer mee doen, is natuurlijk zonde. Chickslovefood is namelijk tégen voedselverspilling, net als @toogoodtogo.nl! 🍄” (Bijlage: Transcriptie en codering, pp. 78-79) en “Wat doe jij met je voedselresten? 😞 Bij Chickslovefood proberen we altijd onze restjes te verwerken in een nieuw gerecht. Want we zijn tegen voedselverspilling, net als @toogoodtogo.nl! 🍅” (Bijlage: Transcriptie en codering, pp. 88-89). Door middel van deze berichten lijkt Chickslovefood duidelijk te willen maken dat het duurzaamheid in voedselgebruik belangrijk vindt. Het foodblog lijkt dan ook een discours uit te dragen waarin duurzaamheid zowel in het algemeen als in relatie tot voedsel als belangrijk wordt beschouwd.

De expliciete aandacht die wordt besteed aan het sub-thema ‘duurzaamheid’ blijft beperkt tot zeven berichten in drie maanden tijd. Impliciet lijkt het onderwerp duurzaamheid echter vaker te worden gekoppeld aan het blog. De belangrijkste manier waarop dit lijkt te gebeuren, is door middel van de vegetarische recepten. Veel recepten die via Instagram worden geïntroduceerd zijn namelijk vegetarisch of bevatten suggesties voor hoe het gerecht vegetarisch gemaakt zou kunnen worden. Een voorbeeld is een bericht van 3 september: “16.00 uur, de avondetip van vandaag: quesadilla's met pulled chicken! En jaaaa, deze moet je maken vanavond! 😊🏠 Ook heel makkelijk én binnen 30 minuten op tafel. Vega? Vervang de kip dan voor extra groenten” (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 5). In dit bericht wordt een gerecht omschreven dat in eerste instantie vlees bevat. Vervolgens worden echter mensen die vegetarisch willen eten direct aangesproken met de vraag “Vega?”, waarna een suggestie voor een vegetarische variant van het gerecht wordt gegeven. Op eenzelfde manier speelt vegetarisme in veel van de andere berichten een rol, zoals een bericht op 10 september waarin tien vegetarische lunchrecepten worden gedeeld (Bijlage: Transcriptie en codering, p. 13), en een bericht op 7 november waarin een vegetarische optie voor een saucijzenbroodje wordt gepromoot (Bijlage: Transcriptie en codering, pp. 95-96). Deze vegetarische opties zijn ook terug te vinden op de website van Chickslovefood onder een aparte categorie ‘vega’, wat tevens weer laat zien dat vegetarisme als ideologie en levensstijl een belangrijk onderdeel is van het blog. Gezien het feit dat het beperken van de vleesconsumptie goed is voor het milieu vanwege onder andere het verminderen van de uitstoot van broeikasgassen en het watergebruik (EAT-Lancet Commission, 2019; Ocke et al., 2017; Raad voor de leefomgeving en infrastructuur, 2018), zou kunnen worden gesteld dat Chickslovefood door middel van vegetarisme een voedseldiscours uitdraagt waarin duurzaamheid een belangrijke rol speelt. Het foodblog informeert mensen hierdoor over maatschappelijke kennis op het gebied van duurzaamheid (De Solier, 2005).

Conclusie en discussie

Met een kritische discoursanalyse van het foodblog Chickslovefood is geprobeerd een antwoord te formuleren op de centrale onderzoeksvraag: 'Op welke manier wordt de 'normale' levensstijl uitgedragen door het foodblog Chickslovefood?' Gezien de toename van het publieke debat over voedselproblematiek (EAT-Lancet Commission, 2019; Ocke et al., 2017; Raad voor de leefomgeving en infrastructuur, 2018) en de bijdrage die online informatie over voedsel kan hebben aan de kennis en levensstijl van mensen op het gebied van gezondheid en klimaat (De Solier, 2005; Rousseau, 2012; Zuiderveen Borgesius et al., 2016), is er tevens geprobeerd een antwoord te formuleren op de volgende deelvraag: 'Hoe positioneert Chickslovefood zich in de publieke discussie over voedselproblematiek en voedseltransitie?'

Uit de transcriptie en codering van zowel de website van Chickslovefood als de Instagram-berichten in de maanden september, oktober en november, is gebleken dat er vier centrale sub-thema's kunnen worden onderscheiden binnen het centrale thema 'voedsel'. Deze vier sub-thema's zijn 'balans', 'ritme', 'herkenning en verbondenheid', en 'duurzaamheid'.

Uit de analyse is allereerst gebleken dat het sub-thema 'balans' zowel expliciet als impliciet tot uiting komt in het discours van normaliteit dat door Chickslovefood wordt uitgedragen. De oprichters vermelden expliciet op hun website dat de visie die zij voor ogen hebben een balans is waarin doordeweeks gezond wordt gegeten en in het weekend gezondigd mag worden. Deze opvatting wordt in de Instagram-berichten van het foodblog echter deels ontkracht, doordat er vaker ongezonde recepten worden gedeeld dan wordt beweerd op de website.

Het tweede sub-thema, 'ritme', komt tevens expliciet tot uiting door de letterlijke benoeming van dagen en tijdstippen waarop bepaalde soorten recepten worden gedeeld. Het ritme dat expliciet wordt aangebracht door een tweedeling in de week van gezonde en ongezonde gerechten, zou er vervolgens impliciet voor kunnen zorgen dat de verlangens om te zondigen worden getemd. Daarbij lijkt het foodblog Nederlandse normen en waarden op het gebied van voedsel impliciet te bevestigen door het aanhouden van een ritme in tijdstippen en bijbehorende gerechten.

Het derde sub-thema, 'herkenning en verbondenheid', blijkt tevens een belangrijk onderdeel te zijn van het discours dat door het foodblog wordt uitgedragen. Via met name de Instagram-berichten worden herkenbare situaties geschetst welke worden benadrukt door de hashtags bij de berichten en door de vragen die worden gesteld aan de lezers. Doordat Nina en Elise persoonlijke ervaringen delen en daarbij vragen om herkenning, zou een gevoel van verbondenheid kunnen worden opgeroepen bij de lezers van het blog.

Het laatste sub-thema, 'duurzaamheid', lijkt op het eerste gezicht geen centraal element te zijn binnen het discours dat Chickslovefood produceert. Het foodblog heeft slechts enkele berichten geplaatst waarin het stelt duurzaamheid een belangrijk onderwerp te vinden, zowel op het gebied van voedsel als in het algemeen. Daarentegen zou kunnen worden gesteld dat het promoten van vegetarisme door het veelvuldig aanbieden van vegetarische opties en het hebben van een aparte categorie 'vega' op de website, er een grotere plaats is voor duurzaamheid binnen het discours dat door het foodblog wordt uitgedragen dan op het eerste gezicht lijkt.

Al met al kan worden gesteld dat Chickslovefood een 'normale' levensstijl lijkt uit te dragen door een discours te representeren waarin balans, ritme, herkenning en verbondenheid, én duurzaamheid een centrale rol spelen. Het foodblog construeert een discours van normaliteit aan de hand van deze vier sub-thema's, waarmee de 'normale' levensstijl wordt gevormd en uitgedragen. Hierbij zou kunnen worden gesteld dat, betreffende de positie van Chickslovefood in de publieke discussie over voedselproblematiek, het foodblog door middel van vegetarisme en het beperken van voedselverspilling een voedseldiscours uitdraagt waarin duurzaamheid een belangrijke rol speelt. Het blog draagt zo op een positieve manier bij aan de ontwikkeling van een duurzame maatschappij.

Chickslovefood lijkt in tegenstelling tot veganistische platforms (Doyle, 2016; Jallinoja et al., 2019; Scott, 2020) geen specifiek dieet te verkondigen dat afwijkt van een 'gewoon' eetpatroon en waarvoor bewuste keuzes verondersteld zijn om ingrediënten te mijden. Het foodblog vertelt niet wát de lezer moet eten, maar hóe de lezer moet eten. Op het blog worden gerechten gedeeld waarbij er geen specifieke ingrediënten worden geschuwd en waarbij het voornamelijk gaat om de balans in plaats van om het eten zelf. Het draait om de verhouding tussen de gerechten, waarbij ritme, herkenning en verbondenheid, én duurzaamheid tevens aangeven hóe het eetpatroon in elkaar zit dat als levensstijl wordt gerepresenteerd door Chickslovefood. Het platform draagt hiermee een discours van normaliteit uit waarbij het gemiddelde van voorkeuren en smaken wordt gerepresenteerd (Mykitiuk & Karpin, 2017).

Met dit onderzoek is een belangrijke bijdrage geleverd aan bestaande literatuur over de discourses binnen foodblogs. Onderzoek naar foodblogs is tot op heden gericht op blogs die een alternatief dieet propageren. Kennis over 'normale' foodblogs en de bijbehorende representatie van normaliteit was tot nu toe dan ook onderbelicht. Onderzoek hiernaar is echter wel relevant. De eetcultuur is namelijk een arena waarin chefs en influencers autoriteit krijgen om de norm te stellen, omdat er weinig erkende autoriteiten zijn op dit gebied. Deze constructie van de norm via onofficiële autoriteiten kan vervolgens de dominante kijk op de wereld vormen (Dyer, 2017), ook op het gebied van voedsel. Het zichtbaar maken van het discours binnen Chickslovefood waarin het 'normale' wordt gerepresenteerd

in de vorm van een eetpatroon en levensstijl, draagt dan ook bij aan het blootstellen van mogelijk machtige discoursen van normaliteit binnen de samenleving.

De methode die in dit onderzoek is gehanteerd, is geschikt gebleken voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag. Het doel van het onderzoek betrof het achterhalen van het discours van normaliteit op het foodblog, om zo de levensstijl te kunnen achterhalen die via dit discours tot uiting kwam. Om een enigszins completer beeld te kunnen vormen van de representatie van dit discours, hadden meer mediakanalen kunnen worden onderzocht. Chickslovefood is namelijk naast Instagram en de eigen website ook actief op YouTube en Facebook. Vanwege het feit dat de berichten en video's die op Instagram worden gedeeld nagenoeg volledig overeenkomen met die op Facebook en YouTube, zal de analyse van deze media echter geen aanzienlijke meerwaarde opleveren. Eventueel vervolgonderzoek zou daarom kunnen voortborduren op de resultaten uit dit onderzoek. Zo zou er door middel van een etnografisch onderzoek kunnen worden geanalyseerd of het discours van normaliteit die uit dit onderzoek naar voren is gekomen, ook zo wordt ontvangen en geïnterpreteerd door de lezers van het foodblog. Op deze manier kan de maatschappelijke bijdrage van het gecreëerde beeld van de realiteit verder worden onderzocht.

Literatuur

- Braun, V., & Carruthers, S. (2020). Working at self and wellness: A critical analysis of vegan vlogs. In D. Lupton, & Z. Feldman (Eds.), *Digital food cultures* (pp. 82-96). Routledge.
- Carah, N., & Louw, E. (2015). *Media and society: Production, content and participation*. Sage Publications.
- Carvalho, A. (2008). Media(ted) discourse and society: Rethinking the framework of critical discourse analysis. *Journalism Studies*, 9(2), 161-177. <https://doi.org/10.1080/14616700701848162>
- Davis, K. (1991). Remaking the she-devil: A critical look at feminist approaches to beauty. *Hypatia*, 6(2), 21-43. <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.1991.tb01391.x>
- De Bruijn, N., & Gruppen, E. (z.d.). *Over de chicks*. <https://chickslovefood.com/over-de-chicks/>
- De Solier, I. (2005). TV dinners: Culinary television, education and distinction. *Continuum*, 19(4), 465-481. <https://doi.org/10.1080/10304310500322727>
- De Solier, I. (2018). Tasting the digital: New food media. In K. LeBesco, & P. Naccarato (Eds.), *The Bloomsbury handbook of food and popular culture* (pp. 54-65). Bloomsbury Publishing.
- Doyle, J. (2016). Celebrity vegans and the lifestyling of ethical consumption. *Environmental Communication*, 10(6), 777-790. <https://doi.org/10.1080/17524032.2016.1205643>
- Dyer, R. (2017). *White: Twentieth anniversary edition*. Taylor & Francis.
- EAT-Lancet Commission. (2019). *Food, planet, health: Healthy diets from sustainable food systems*. <https://eatforum.org/eat-lancet-commission/>
- Fontana, A., & Pasquino, P. (1979). Truth and power: An interview with Michel Foucault. *Critique of Anthropology*, 4(13-14), 131-137. doi:10.1177/0308275X7900401311
- Gill, R. (2000). Discourse analysis. In P. Atkinson, M. W. Bauer, & G. Gaskell (Eds.), *Qualitative researching with text, image and sound: A practical handbook for social research* (pp. 172-190). Sage Publications.
- Grogan, S. (2016). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Routledge.
- Hall, S. (2013). Introduction. In S. Hall, J. Evans, & S. Nixon (Eds.), *Representation* (2e ed., pp. xvii-xxvi). Sage Publications.

- Influencer DNA. (2020, september). *Top 30 Nederlandse Food Influencers*. <https://www.influencer-dna.com/nederlandse-food-influencers>
- Jallinoja, P., Vinnari, M., & Niva, M. (2019). Veganism and plant-based eating: Analysis of interplay between discursive strategies and lifestyle. In M. Boström, M. Micheletti, & P. Oosterveer (Eds.), *The Oxford handbook of political consumerism* (pp. 157-179). The Oxford University Press.
- Klaassen, N., & Klomp, C. (2020, 25 januari). Gebruik Facebook keldert onder jongeren. *Algemeen Dagblad*. <https://www.ad.nl/tech/gebruik-facebook-keldert-onder-jongeren~afd21693/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.nl%2F>
- Lewis, T. (2018). Digital food: From paddock to platform. *Communication Research and Practice*, 4(3), 212-228. <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1476795>
- Mykitiuk, R., & Karpin, I. (2017). Fit or fitting in: Deciding against normal when reproducing the future. *Continuum*, 31(3), 341-351. <https://doi.org/10.1080/10304312.2017.1275078>
- Ocke, M. C., Toxopeus, I. B., Geurts, M., Mengelers, M. J. B., Temme, E. H. M., & Hoeymans, N. (2017). *Wat ligt er op ons bord? Veilig, gezond en duurzaam eten in Nederland* (RIVM Rapport 2016–0200). <https://www.rivm.nl/publicaties/wat-ligt-er-op-ons-bord-veilig-gezond-en-duurzaam-eten-in-nederland>
- Orgad, S. (2012). *Media representation and the global imagination*. Polity Press.
- Raad voor de leefomgeving en infrastructuur. (2018). *Duurzaam en gezond: Samen naar een houdbaar voedselsysteem*. <https://www.rli.nl/publicaties/2018/advies/duurzaam-en-gezond>
- Rousseau, S. (2012). *Food media: Celebrity chefs and the politics of everyday interference*. Berg Publishers.
- Scott, E. (2020). Healthism and veganism: Discursive constructions of food and health in an online vegan community. In D. Lupton, & Z. Feldman (Eds.), *Digital food cultures* (pp. 68-81). Routledge.
- Taub, J. (1999). Bisexual women and beauty norms. *Journal of Lesbian Studies*, 3(4), 27-36. https://doi.org/10.1300/J115v03n04_04
- Van den Berg, H. (2004). Discoursanalyse. *Kwalon*, 9(2), 29-39.
- Veggiepedia. (2020). *Chickslovefood*. <https://www.veggipedia.nl/stem-op-je-blogger/chickslovefood>

Wodak, R. (2013). Critical discourse analysis: Challenges and perspectives. In R. Wodak (Red.), *Critical discourse analysis: Volume 1: Concepts, history, theory* (pp. xix-xliii). Sage Publications.

Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1). <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>