

UNIVERSITEIT GENT
FACULTEIT POLITIEKE EN SOCIALE WETENSCHAPPEN

**Liften en liftgevers.
Een exploratief onderzoek naar vertrouwen
tussen onbekenden.**

Wetenschappelijke verhandeling

aantal woorden: 24820

Robbe Delannoy

MASTERPROEF SOCIOLOGIE

PROMOTOR: PROF. DR. P. Stevens

COMMISSARIS: DR. D. Van Maele

COMMISSARIS: DR. R. Förster

ACADEMIEJAAR 2010 - 2011

ABSTRACT

Deze paper handelt over een exploratief kwalitatief onderzoek naar vertrouwen tussen onbekende medemensen in de context van het liften. Centraal in dit onderzoek staat de chauffeur. Concreet wordt onderzocht wie de mensen zijn die lifters meenemen, waarom ze worden meegenomen, hoe bewust chauffeurs zijn van de mogelijke risico's verbonden met het liften en welke strategieën gehanteerd worden om vertrouwen op te bouwen.

Dit onderzoek werd uitgevoerd met behulp van twee kwalitatieve methodes. Enerzijds werd door de onderzoeker zelf gelift. Hierbij werden veldnota's verzameld en was het mogelijk om enkele kwantitatieve vaststellingen te doen. Anderzijds werden semigestructureerde interviews afgenomen. Het gaat om een exploratief onderzoek waarbij het niet de bedoeling is een representatieve studie weer te geven, maar om bepaalde hypothesen te formuleren.

Op basis van dit onderzoek kunnen we suggereren dat een gevarieerde groep mensen bereid is om lifters mee te nemen. Lifters worden vooral meegenomen op basis van de behoefte aan veiligheid tegenover behoefte aan sociaal contact, aan hulp of de behoefte om te helpen. Liftgevers zijn bewust van de mogelijke risico's verbonden met het liften en ontwikkelen hiervoor bepaalde strategieën om met deze risico's om te gaan. De voornaamste gedetecteerde strategieën zijn het voeren van een gesprek, het gebruik van humor, praktische strategieën of het zich baseren op uiterlijke kenmerken.

Dit onderzoek leverde verschillende vernieuwende inzichten op. Zowel voor verder onderzoek specifiek naar het liften kan het als een interessante basis gebruikt worden, als voor verder onderzoek binnen de sociologie en aanverwante wetenschappen.

INHOUDSTAFEL

I.	INLEIDING.....	1
1.	Situering van het onderzoeksdomein.....	1
2.	Onderzoeksdoel.....	2
3.	Onderzoeksvragen.....	3
4.	Literatuuroverzicht.....	4
4.1.	Ontstaansgeschiedenis.....	4
4.2.	Liften en wetenschappelijk onderzoek.....	6
4.2.1.	Kwantitatief onderzoek.....	6
4.2.2.	Kwalitatief onderzoek.....	7
4.2.3.	Besluit.....	8
4.3.	Betekenis van liften.....	8
4.3.1.	Algemeen.....	8
4.3.2.	Institutionalisering van het liften.....	9
4.3.3.	Liften en de auto.....	9
4.3.4.	Liften en wederkerigheid.....	10
4.3.5.	Interactie tussen lifter en liftgever.....	10
4.3.6.	Besluit.....	10
4.4.	Verklaringen voor het afnemen van het aantal lifters.....	10
4.5.	Sporen van een heropleving.....	12
4.5.1.	Het internet.....	12
4.5.2.	Cijfermateriaal Taxistop vzw.....	13
4.6.	Waarom stoppen voor een lifter?.....	13
4.6.1.	Situatiekenmerken.....	14
4.6.2.	Samenstelling van het gezelschap.....	14
4.6.3.	Besluit.....	15
4.7.	Liften en vertrouwen.....	15
4.7.1.	Vertrouwen in de samenleving: macro –perspectief.....	16
4.7.2.	Vertrouwen in de onbekende medemens: micro perspectief.....	17
4.7.3.	Besluit.....	18
4.8.	De link met het liften.....	18

4.8.1.	Het afwegen van potentiële risico's.....	19
4.8.2.	Beïnvloedende factoren bij het liften.....	19
4.8.3.	Besluit.....	22
II.	METHODE.....	24
1.	Methode 1: Informele gesprekken met liftgevers.....	25
1.1.	Steekproef.....	25
1.2.	Opzet.....	26
1.3.	Materiaal.....	26
1.4.	Procedure.....	27
1.5.	Data-analyse.....	28
1.6.	Ethiek.....	30
2.	Methode 2: Semigestructureerde interviews.....	30
2.1.	Steekproef.....	31
2.2.	Opzet.....	32
2.3.	Materiaal.....	32
2.4.	Procedure.....	33
2.5.	Data-analyse.....	33
2.6.	Ethiek.....	34
III.	RESULTATEN.....	35
1.	Inleiding.....	35
2.	Wie zijn de mensen die nog lifters meenemen?	35
2.1.	Vaststellingen.....	36
2.1.1.	Kwantitatief.....	36
2.1.2.	Kwalitatief.....	37
2.2.	Besluit.....	38
3.	Waarom worden lifters al dan niet meegenomen?	39
3.1.	Behoeftte aan veiligheid.....	40

3.2. Behoeftte om te helpen.....	40
3.2.1. Wederkerigheid.....	41
3.2.2. Eenzijdigheid.....	41
3.3. Behoeftte aan hulp	42
3.4. Behoeftte aan sociaal contact.....	43
3.4.1. De lifter als interessant figuur.....	43
3.4.2. Gesprekspartner.....	44
3.5. Voorlopig besluit.....	44
3.6. Beïnvloedende factoren.....	45
3.6.1. Persoonlijke eigenschappen van de chauffeur.....	45
3.6.2. Persoonlijke eigenschappen van de lifter.....	46
3.6.3. Contextuele eigenschappen.....	48
3.7. Interacties.....	49
3.8. Besluit.....	50
4. Hoe bewust zijn liftgevers van de risico's die volgens veel mensen met liften zijn verbonden?....	51
4.1. Trend in de samenleving algemeen.....	52
4.2. Mogelijke oorzaken van veranderd risicobewustzijn.....	53
4.2.1. De massamedia.....	53
4.2.2. Verhalen van invloedrijke anderen.....	54
4.2.3. Eigen ervaringen.....	55
4.3. Geïdentificeerde risicofactoren.....	56
4.4. Besluit.....	57
5. Welke strategieën hanteren liftgevers voor het opbouwen van vertrouwen in de lifter?	58
5.1. Strategieën op basis van uiterlijke kenmerken.....	59
5.2. Het voeren van een gesprek.....	60
5.3. Humor.....	61
5.4. Praktische strategieën.....	62
5.5. Besluit.....	63
IV. CONCLUSIE EN DISCUSSIE.....	65

V. BIJLAGEN	69
1. Schematisch overzicht kwantitatieve studies.....	69
2. Cijfermateriaal Taxistop.....	73
2.1. Cijfers aantal aanvragen van lifters.....	73
2.2. Cijfer aantal aanvragen van chauffeurs.....	74
2.3. Cijfers aantal aanvragen chauffeurs en lifters samen.....	74
3. Materiaal voor semigestructureerde interviews.....	75
3.1. Inleidende vragenlijst.....	75
3.2. Interviewprotocol.....	76
3.3. Afsluitende vragenlijst.....	79
3.4. Gebruikte foto's introductievraag:	81
4. Rangschikking foto's introductievraag door respondenten.....	86
5. Weergave afgelegde liften.....	87
6. Grafische voorstelling waarom lifters worden meegenomen.....	95
VI. LITERATUURLIJST	96

I. INLEIDING

1. Situering van het onderzoeksdomein

Autostop of liften is een manier van reizen waarbij de beoefenaar de gunst vraagt aan een chauffeur om mee te rijden. Dit kan zowel op formele, georganiseerde wijze (via liftcentrales) als op informele wijze (langs de kant van de weg). Bij het liften vraagt de lifter een gunst aan bestuurders. Deze gunst kan zowel gratis verleend worden of met een vergoeding voor de brandstofkosten. De motieven van de beoefenaar kunnen zowel plezier als noodzaak zijn.

De betekenis van autostop is in belangrijke mate cultureel bepaald en verschilt dus volgens de gegeven tijd en ruimte. Hoewel er heel weinig studies zijn uitgevoerd die ons in staat stellen om vergelijkingen op te stellen tussen culturen en tijdsperiodes, kunnen we ervan uitgaan dat de praktijk vroeger meer aanwezig was dan vandaag het geval is (Chesters & Smith, 2001; Wechner, 2002; Garner, 2008). Als grote oorzaak wordt in de literatuur steevast verwezen naar ‘het onveiligheidsgevoel’. Toch kunnen we stellen dat het fenomeen niet verdwenen is en er nog steeds belangstelling voor is, zowel van de lifters als van de liftgevers. Interesse van beide partijen is noodzakelijk om het bestaan ervan levendig te houden. De laatste jaren zijn er sporen waarneembaar dat het liften terug aan een opmars bezig is in Vlaanderen (Klüssendorf, 2009).

Als lifters één iets gemeenschappelijk hebben is het de manier van omgaan met risico's en het hebben van vertrouwen in hun mobiele medemens (Chesters & Smith, 2001). Lifters staan niet angstig in het leven. Wederzijds vertrouwen tussen lifter en chauffeur is de basis van het liften. Dit vertrouwen tussen onbekenden staat in schril contrast met tendensen van individualisering en risicoberekening die de laatste decennia uitvoerig werden bestudeerd (Bauman, 2006; Bauman, 2003; Furedi, 2002; Furedi, 2006; Bodelier, 2005; Beck, 1992). Vanuit dit punt is het interessant de dynamieken rond het liften te bestuderen.

Bij het liften wordt het vertrouwen gevraagd van een autobestuurder door een wildvreemde persoon. De bestuurder heeft in de meeste gevallen slechts een fractie van een seconde de tijd om te beslissen of hij de lifter al dan niet meeneemt. In die zin is het relevant om te bestuderen of lifters al dan niet worden meegenomen, in welke mate ze worden meegenomen en door wie ze worden meegenomen. Hoe bewust zijn chauffeurs van de mogelijke risico's die met het liften

verbonden zijn? Maar ook vooral de rol van vertrouwen bij de chauffeurs, hoe dit vertrouwen tot stand komt en welke strategieën er gehanteerd worden om dit vertrouwen in stand te houden.

Liften heeft bij een grote groep mensen in de samenleving geen goede reputatie (Chesters & Smith, 2001). Er wordt verondersteld dat gebeurtenissen die in de media ruim aan bod komen hier een significante invloed op uitoefenen. Massamedia spelen een cruciale rol in het verspreiden van kennis van risico's en in processen van sociale verandering naar een risicomaatschappij (Cottle, 1998). In België is de Dutroux-affaire hier het grootste voorbeeld van.

In het verleden werden verschillende onderzoeken gedaan naar liften. De focus lag hier meestal op de lifter of het liften als maatschappelijk fenomeen. Het vernieuwende van dit onderzoek bestaat erin dat de focus op de chauffeurs ligt, hun strategieën die gehanteerd worden om lifters mee te nemen en de link met theorieën rond risico's en vertrouwen.

2. Onderzoeksdoel

De praktijk van het liften kreeg doorheen de geschiedenis slechts een geringe aandacht vanuit wetenschappelijke hoek. De gevoerde studies waren enerzijds kwantitatieve studies, gericht op de rol van de lifter bij het liften. Anderzijds zijn er studies verschenen die zich vooral toelegden op het onderzoeken van de betekenis van het liften en de plaats die het inneemt in de samenleving. In geen enkel onderzoek komt de specifieke rol van liftgevers duidelijk op de voorgrond. Dit is merkwaardig, aangezien er bij het liften steeds twee partijen zijn betrokken die beiden minstens even interessant zijn.

In een van de weinige recentere sociologische artikelen over liften kwamen Chesters et. Al. (2001) tot de volgende onbeantwoorde vragen als conclusie: "Liften is niet volledig uitgestorven, wie zijn dan de mensen die nog liften en lifters een rit aanbieden? Hoe bewust zijn zij van de risico's die volgens veel mensen met het liften verbonden zijn en hoe gaan ze om met hun eigen gevoel van risico? Wat kunnen we van deze mensen leren over het omgaan met risico's en het verwerven van vertrouwen?"

Deze conclusie roept dus veel interessante vragen op voor verder onderzoek. Chesters et. Al. leggen de nadruk sterk op het omgaan met risico's van lifters en bestuurders. Deze benadering is

echter behoorlijk eng. Om het breder geheel te zien is het interessant om ook te kijken naar de rol van vertrouwen. Bijvoorbeeld naar de strategieën die gehanteerd worden om vertrouwen te creëren tussen lifter en liftgever. Daarom leek het relevant om de focus te leggen op het omgaan met vertrouwen én op het omgaan met risico's.

3. Onderzoeksvragen

In dit onderzoek zal enkel de kant van de liftgever aan bod komen. Met de conclusies van het unieke onderzoek van Chesters in acht genomen en de nadruk op vertrouwen kunnen we ons dan ook de volgende vragen stellen:

- Wie zijn de mensen die nog lifters meenemen?
- Hoe bewust zijn liftgevers van de risico's die volgens veel mensen met liften zijn verbonden?
- Welke strategieën hanteren liftgevers voor het opbouwen van vertrouwen in de lifter?

Tijdens het cyclisch onderzoeksproces werd duidelijk dat het ook belangrijk is om de beweegredenen van de chauffeurs te onderzoeken. Dit is noodzakelijk om de bovenstaande onderzoeksvragen beter te begrijpen:

- Waarom worden lifters meegenomen?

Het opzet van dit onderzoek bestaat er niet in om een duidelijk antwoord te formuleren op deze onderzoeksvragen. Het gaat echter om een kwalitatief exploratief onderzoek waarbij bepaalde hypothesen zullen gevormd worden. Aangezien er nog maar heel weinig onderzoek is uitgevoerd rond deze thematiek, is dit onderzoek eerder verkennend van aard en wordt gebruik gemaakt van kwalitatieve onderzoekstechnieken om een dieper inzicht te verwerven in de vooropgestelde onderzoeksvragen.

4. Literatuuroverzicht

In dit literatuuroverzicht staan we eerst kort stil bij de ontstaansgeschiedenis en de ontwikkelingen die het liften meemaakte gedurende zijn bestaan. Vervolgens worden verschillende kwantitatieve en kwalitatieve studies besproken waarbij liften als centraal onderzoeksthema werd behandeld. Daarna wordt een beeld geschetst van de betekenis van het liften vanuit meerdere invalshoeken. Redenen voor de afname worden geschetst terwijl ook aandacht is voor sporen van een recente heropleving van het fenomeen. Op basis van bestaande literatuur wordt gezocht naar mogelijke redenen voor het meenemen van een lifter. Daarna worden enkele algemene theoretisch sociologische kaders geschetst en in verband gebracht met de praktijk van het liften.

4.1. Ontstaansgeschiedenis

“Liften is ongetwijfeld de tweede oudste vorm van reizen over een lange afstand. Zodra de eerste slimme holbewoner zich genoeg georganiseerd kreeg om de eerste dumbo dinosaurus te temmen, een wijnstok door zijn mond te steken om te gebruiken als teugel, en koers te zetten richting ‘Yonder hillock’ kwam hij ongetwijfeld een tweede holbewoner tegen met de duim omhoog, wachtend op een rit. ‘Yonder hillock’ was misschien wel het woord op het kleine bordje die de tweede holbewoner in zijn andere hand hield. En of the dinosaurusbestuurder naar de andere kant staarde op het moment van passeren, of deed hij het juiste en stopte—betekenend dat de twee holbewoners samen een gelukkige weg zouden afleggen richting ‘Yonder hillock’.” (Fitzsimons, 2010).

Liften bestaat dus waarschijnlijk al heel lang en evolueert mee met de veranderende manieren van transport. Zo werd het liften steeds efficiënter en sneller. ‘De simpele, ongeplande en spontane handeling van het delen van transport bestaat al zo lang als er transport bestaat’ (Wechner, 2002).

De eerste poging tot een wetenschappelijke verklaring van het fenomeen gaat terug tot 1958 door Schlebecker. “Het bedelen van ritten aan langskomende motoristen, ofwel liften, is een Amerikaanse bijdrage tot de wereldbeschaving”(Schlebecker, 1958). Schlebecker stelt dat het fenomeen is ontstaan in de jaren '20 in de Verenigde Staten en pas later overwaaide naar Europa. Oorzaken zijn hiervoor de vroegere en ruimere verspreiding van gemotoriseerde voertuigen in de VS en de grote af te leggen afstanden die voor transportmoeilijkheden zorgden.

Rinvoluceri (Rinvoluceri, 1974) stelt dat het liften in het Verenigd Koninkrijk gemeengoed werd tijdens de Tweede Wereldoorlog. In deze periode waren er niet genoeg voertuigen ter beschikking en was er weinig sprake van goed georganiseerd openbaar vervoer. Liften gebeurde uit noodzaak en zodra deze noodzaak verdween, verdwenen ook het grootste deel van deze lifters.

In België werd het liften ingevoerd door de Amerikanen na de Tweede Wereldoorlog (Pote, 1980). Ook hier was de voornaamste rol het ontbreken van aangepast openbaar vervoer en eigen vervoersmiddelen. Tijdens deze periode werd het liften als normaal gezien. Alle bevolkingscategorieën deden het. In de jaren erop volgend hadden steeds meer mensen hun eigen voertuig. In België steeg het aantal voertuigen van 201.245 in 1940 tot 2.435.368 in 1970 (FOD economie, 2009). Dit is dus meer dan een vertienvoudiging. In 2009 telde ons land reeds 6.574.789 voertuigen. Dit heeft uiteraard als gevolg dat de groep lifters die liften uit noodzaak aanzienlijk kleiner werd.

Gedurende de rest van vorige eeuw werd er nog dikwijls gelift. Er waren duidelijk periodes waarin het populairder was dan andere (Garner, 2008). Het aantal lifters piekt in periodes van economische noodzaak zoals oliecrisissen en stakingen van het openbaar vervoer. Ook in communistische landen, waar men een maximaal rendement wilde halen uit de beschikbare voertuigen, werd heel wat gelift.

In de jaren '60 en '70 werd het liften vooral bekend als deel van de levensstijl van de hippies die zich op deze manier verplaatsten door West-Europa en Amerika (Rinvoluceri, 1974). Dit tijdperk wordt wel eens het gouden tijdperk voor lifters genoemd (Alcorn & Condie, 1975).

Over de jaren '80 en '90 is weinig bronnenmateriaal terug te vinden, wat kan wijzen op een afname van het fenomeen. Vanuit academische hoek werden enkele studies uitgevoerd (Franzoi, 1985; Fiedler, Hoppe, Berninghaus, Lenhart, & Baurmann, 1989), maar hier wordt niet gesproken over de mate waarin nog werd gelift. Wel kunnen we met zekerheid stellen dat er nog werd gelift.

Sinds de start van het nieuwe millennium is er terug een vernieuwde interesse voor het fenomeen. Zowel vanuit academische hoek (Chesters & Smith, 2001; Garner, 2008) als vanuit de lifters zelf. Hier komen we later op terug.

4.2. Liften en wetenschappelijk onderzoek

In het verleden werden reeds enkele studies uitgevoerd rond het liften. Het grootste deel van deze studies werden gevoerd in de jaren '60 en '70 in de Verenigde Staten. Het gaat hier echter vooral om studies vanuit de (sociale) psychologie op basis van kwantitatieve gegevens. Deze studies leveren interessante inzichten op, maar focussen zich vooral op de rol van de lifter zelf.

Andere studies richten zich op de betekenis die aan het liften wordt gegeven door beide partijen en de plaats van het liften in de samenleving. Hierbij werd gebruik gemaakt van kwalitatieve methoden.

4.2.1. Kwantitatief onderzoek

Een eerste groep studies bestaat uit experimentele onderzoeken naar de efficiëntie van het liften. Het betreft hier acht studies die onafhankelijk van elkaar werden gevoerd volgens een zelfontwikkelde methode (Baugher, 1974; Bryan, 1966; Clifford & Cleary, 1971; Crasswel, Gordon, & Tedford, 1972; MORGAN, LOCKARD, FAHRENBRUCH, & SMITH, 1975a; Pomazal & Clore, 1973; Snyder, Grether, & Keller, 1974; Sexton & Tobin, 1972). Het opzet bestond er telkens in om de efficiëntie van het liften weer te geven in cijfers, afhankelijk van een aantal variabelen. Vier ervan werden gepubliceerd, vier bleven ongepubliceerd. Toch leveren ze allen relevante informatie op. De variabelen die in de studies werden bestudeerd zijn geslacht, gezelschap, kledij, oogcontact, locatie, handgebaren, periode van de dag, secundaire geslachtskenmerken (borstontrek voor vrouwen, baardgroei bij mannen) en socio-economische omgeving. De variabelen werden in verschillende sets met elkaar gecombineerd.

Onafhankelijk van elkaar kwamen de onderzoekers tot enkele gezamenlijke conclusies. We overlopen even de belangrijkste. Morgan e.a. (1975) vonden dat oogcontact maken met bestuurders de kansen met meer dan de helft verhogen. Vrouwen worden bijna drie maal zo snel meegenomen dan mannen en het maken van oogcontact heeft veel meer invloed bij vrouwen dan bij mannen. Ook Snyder e.a. (1974) kwamen tot deze conclusie. Verder vonden Morgan en zijn team dat de invloed van secundaire geslachtskenmerken niet significant is, enkel in combinatie met andere variabelen. Er werd wel een verschil bevonden tussen het gebruiken van het traditionele duimgebaar en een bedelende houding. Bij de bedelende houding werden significant veel minder liften gegeven, zeker in combinatie met een baard. Clifford en Cleary (1971) stellen vast dat de kledij, het voorkomen ook een invloed heeft. Het dragen van sportkledij werkt significant beter dan liften in oude, versleten kledij.

Deze verschillende studies werden in de mate van het mogelijke op een overzichtelijke manier samengevat in schema's (Wechner, 2003b). Deze schema's zijn opgenomen in bijlage 1. Tabel 1 toont de samenvatting van de resultaten van de verschillende studies, in tabel 2 wordt een overzicht gegeven van de experimenten, in tabel 3 een samenvatting van de variabelen en tabel 4 geeft een samenvatting weer van wat geobserveerd werd. Wechner besluit uit de acht studies dat de gemiddelde graad van succes van het liften ligt tussen 0.9% en 36% (Wechner, 2003b).

Deze onderzoeken proberen dus vast te stellen welke variabelen van belang zijn voor het efficiënt liften. In het kader van dit onderzoek werd dan ook met deze variabelen rekening gehouden.

4.2.2. Kwalitatief onderzoek

De volgende studies gaan over de betekenis van het liften. Op basis van interviews, enquêtes, liftmemoires, anekdotes en krantenartikels probeert men een beeld te schetsen van wat het liften betekent binnen de samenleving.

Rinvoluceri (1974) bestudeerde het liften in het Verenigd Koninkrijk. Dit boek bevat een schat aan informatie en wordt door velen als het standaardwerk gezien over lifters. Veel onderzoekers baseerden zich dan ook op dit boek voor verder onderzoek (Wechner, 2002; Chesters & Smith, 2001; Garner, 2008). Er werd gebruik gemaakt van een enquête uitgedeeld aan lifters in de buurt van Cambridge in 1968. Van de 1026 enquêtes werden er 685 volledig ingevuld. De auteur beseftte echter dat het kwantificeren van liften een onbegonnen werk is. Daarom integreerde hij ook kwalitatieve methoden in zijn onderzoek. Hij maakte gebruik van 168 interviews met lifters in de buurt van Londen in 1968. In het boek vertrekt de auteur voortdurend vanuit de informatie vanuit interviews en enquêtes om zo algemene theorieën in verband met liften te formuleren. De betekenis die lifters aan het fenomeen geven is de basis van het werk. Het werk verscheen in 1974 in boekvorm en werd in 1997 heruitgegeven op internet (Rinvoluceri, 1974).

In de 21^{ste} eeuw werden twee interessante onderzoeken gevoerd. Het eerste handelt over het liften als een sociologisch genegeerde praktijk (Chesters & Smith, 2001). Op basis van een literatuurstudie toont men aan waarom liften als fenomeen een interessant studieobject is voor de hedendaagse sociologie. Aan de hand van krantenartikels en memoires probeert men een beeld te schetsen van het liften in de samenleving. De besluitende vragen in dit artikel vormden de basis van dit onderzoek.

Een tweede artikel stelt ook meteen dat het liften te weinig werd bestudeerd (Garner, 2008). In dit onderzoek wordt verder ingegaan op het risico en de beloning verbonden met het liften. Op basis van

memoires en anekdotes van lifters wordt een beeld geschetst van het liften als fenomeen. In dit onderzoek wordt de kant van de liftgever buiten beschouwing gelaten.

4.2.3. Besluit

Het liften werd reeds op verschillende manieren vanuit verschillende invalshoeken bestudeerd. In het kader van dit onderzoek is het noodzakelijk om kwalitatieve methodes te hanteren om de betekenisgeving te achterhalen van het liften voor de chauffeurs. Deze betekenis komt tot stand door interacties binnen de sociale realiteit. Kwalitatieve onderzoeksmethoden lenen zich perfect om deze betekenis bloot te leggen. Kwantitatieve gegevens zijn niet toereikend om degelijke verklaringen te geven aan de betekenissen.

Het vernieuwende van dit onderzoek zal erin bestaan dat de chauffeurs benaderd worden. Deze groep binnen het liften werd nog weinig aan onderzoek onderworpen.

4.3. Betekenis van liften

4.3.1. Algemeen

Liften heeft in de eerste plaats een functionele betekenis als manier van transport. Op de koop toe is dit meestal gratis. In de economie wordt dan ook gesproken over liftgedrag of the free-rider hypothese (Olson, 1971). Deze hypothese stelt dat individuen gebruik kunnen maken van goederen of diensten zonder ervoor te betalen of bij te dragen aan de instandhouding van die goederen of diensten. Dit is enkel het geval met collectieve goederen of diensten. De kosten worden gedragen door gans de samenleving en de individuen worden bestempeld als free-riders, profiteurs op de kosten van anderen. Zo leent het liften zijn naam uit aan andere fenomenen in de samenleving.

4.3.2. Institutionaliserings van het liften

Er werden op veel plaatsen in de wereld organisaties opgezet om het liften te institutionaliseren in de vorm van liftcentrales¹. Op deze manier krijgt men een zicht op wie met wie meerijdt. Dit gebeurt om controle te verwerven over het liften en de vermeende risico's te onderdrukken. Men weet altijd wie met wie meerijdt.

Vlaanderen heeft hierbij een primeur op wereldniveau gelanceerd met Taxistop in 1978. Deze organisatie kreeg bij haar oprichting heel wat media-aandacht, ook in het buitenland.

4.3.3. Liften en de auto

Liften heeft een tegenovergestelde betekenis van wat een eigen auto betekent. Een eigen wagen staat garant voor een eigen privé stukje bewegende ruimte waarin men zich afsluit van de wereld rondom zich (Sheller & Urry, 2000).

Automobiliteit is ook een sleutelcomponent van de burgerlijke samenleving in de hedendaagse wereld. Ondanks zijn inspanningen voor democratisering produceert deze ge-automobiliseerde burgerlijke samenleving zijn eigen ongelijkheden onder de bevolking. Namelijk de tegenstelling tussen bezitters en niet-bezitters van een wagen.

In een samenleving waarvan verwacht wordt dat iedereen mobiel is, is het niet evident een leven te leiden zonder eigen voertuig. Sinds de opkomst van de auto werd de publieke ruimte meer en meer vorm gegeven naar gelang de noden en de eisen van deze automobieltuur, zoals het aanleggen van wegen en snelwegen, tankstations en parkeerplaatsen. Gans de publieke ruimte staat in het teken van deze automobiliteit. Dit impliceert ook dat individuen zich in de publieke ruimte kunnen verplaatsen zonder uit de privésfeer te treden.

Het liften is een trend in volle tegenstelling tot deze isolatie in de privésfeer van automobilisten (Rinvoluceri, 1974). Het liften doorbreekt deze isolatie. Het laat vreemden elkaar ontmoeten, praten,

¹ Taxistop in Vlaanderen (www.taxistop.be), Duitsland (<http://www.mitfahrzentrale.de/>), <http://www.shareyourride.net> voor Australië, België, Canada, Frankrijk, Duitsland, Nederland, Spanje en de Verenigde Staten. Ook Italië, Zweden, , Zwitserland en waarschijnlijk nog veel meer landen hebben dergelijke organisaties.

debatteren en buiten hun eigen kader denken. In de publieke sfeer kunnen zeer plezierige interacties ontstaan tussen vreemden die elkaars pad maar kort kruisen (Goffman, 1971).

De tegenstelling bezitter tegenover niet bezitter heeft ook nog als implicatie dat er sprake kan zijn van een superioriteitsgevoel vanwege de bezitter tegenover de niet-bezitter (Rinvoluceri, 1974; Sheller & Urry, 2000). De chauffeur heeft een bewuste of eventueel onbewuste perceptie van zichzelf als diegene die een trap hoger staat. Hij is gestopt voor de lifter en hij bezit een wagen. Hij heeft ook de macht om de lift te beëindigen, hij bezit de mobiliteit. De chauffeur ziet de actie van het stoppen voor een lifter dan ook doorgaans als een goede daad waarbij hij zichzelf ziet als schenker van een lift.

De afhankelijkheid van de lifter uit zich dan in het feit dat hij zich moet aanpassen aan de gemoedstoestand van de chauffeur en in zekere mate ook de lijnen van het gesprek volgen die vooropgesteld worden door de chauffeur. Als dit niet gebeurt, bestaat de kans erin dat de lifter abrupt aan de kant wordt gezet.

4.3.4. Liften en wederkerigheid

Liften kan ook begrepen worden vanuit 'serial reciprocity' (Moody, 2008). De auteur doelt hier op een vorm van wederkerigheid waarbij een gekregen gift wordt teruggegeven aan een derde partij, die niet dezelfde is als de oorspronkelijke geveer. Liften is hier een mooi voorbeeld van.

In twee soorten situaties kan deze serial reciprocity plaatsvinden. In een eerste situatie kan dit zich voordoen als de oorspronkelijke geveer onbekend, onbereikbaar of altruïstisch is en geen wederdienst wil. In een andere situatie kan de serial reciprocity gezien worden als het beste antwoord in de gegeven situatie.

Zoals eerder aangehaald is het contact bij liften eerder anoniem en veel liftgevers zien hun daad als paternalistisch en willen er dan ook niets voor terug in de plaats. In het belang van het voortbestaan van het liften kan de serial reciprocity gezien worden als de meest wenselijke vorm van wederkerigheid. Op deze manier wordt het systeem namelijk in stand gehouden.

4.3.5. Interacties tussen lifter en liftgeveer

Tijdens de rit is een gesprek meestal onvermijdelijk. Soms blijft dit oppervlakkig, maar er kunnen ook diepzinnige gesprekken of discussies ontstaan. Hierbij kunnen zowel de lifter als liftgeveer in contact

komen met meningen, visies, standpunten die voordien niet gekend waren of die voordien ver van de lifter zijn bed stonden. Dit kan een effect hebben op het wereldbeeld en de visie van de lifter en de liftgever. Een specifiek kenmerk van deze interacties ins dat ze zich voordoen tussen twee mensen die elkaar niet kennen en waarschijnlijk nooit meer zullen terug zien.

4.3.6. Besluit

We kunnen besluiten dat het liften uiteenlopende betekenissen heeft. Op macro-niveau kan het liften geplaatst worden binnen de moderne samenleving waarin van iedereen wordt verwacht dat men mobiel is. Op micro-niveau slaat de betekenis dan vooral op de interactie tussen lifter en liftgever en hoe het liften voortbestaat vanuit de serial reciprocity.

De sociologie en de wetenschap in het algemeen heeft zich nog veel te weinig verdiept in het belang van verplaatsingen die mensen meer en meer uitvoeren zowel voor werk, familie als vrije tijd (Sheller & Urry, 2006). De betekenis van de auto in de samenleving is tot op vandaag zwaar onderbelicht.

4.4. Verklaringen voor het afnemen van het aantal lifters

Zoals eerder aangehaald zijn er heel weinig studies uitgevoerd die ons in staat stellen om vergelijkingen op te stellen tussen culturen en tijdsperiodes. Toch kunnen we ervan uitgaan dat de praktijk vroeger meer aanwezig was dan vandaag het geval is. (Chesters & Smith, 2001; Wechner, 2002; Garner, 2008). Hiervoor bestaan verschillende verklaringen.

Ten eerste wordt de verhoogde perceptie van risico's aangehaald, verbonden met liften (Chesters & Smith, 2001). Dit wordt vooral veroorzaakt door de uitgebreide rapportage in de media. Hier komen we later op terug.

Een tweede oorzaak ligt bij het goedkoper wordende openbaar vervoer voor studenten en jongeren. De invoering van de go-pass waarmee jongeren voor 5 euro naar eender welk Belgisch station kunnen sporen is hier een mooie illustratie van. Ook de opkomst van lage kosten luchtvaartmaatschappijen zorgt ervoor dat jongeren sneller voor een goedkoop vliegticket opteren in plaats van al liftend op reis te vertrekken.

Een derde reden is de explosieve toename van het aantal autobezitters. Veel voormalige lifters zijn zo zelf automobilist geworden. Dit leidt ertoe dat lifters worden geïdentificeerd als leden van een geen-wagen bezittende onderklasse (Garner, 2008). Dit heeft zijn implicaties voor de beeldvorming rond lifters.

Garner haalt ook fysieke obstakels aan zoals het verbannen van lifters van autostrades. Bij de aanleg van wegen en andere autofaciliteiten wordt geen rekening gehouden met lifters.

De hierboven aangehaalde auteurs proberen hoofdzakelijk algemene verklaringen te geven, zonder de oorzaak bij lifters of liftgevers te leggen. Dit is ook moeilijk te achterhalen.

Het is zeker niet correct om uit een daling van de populariteit van het liften te besluiten dat ook de efficiëntie ervan met gelijke mate gedaald is (Wechner, 2003a). Ook hier werd weinig onderzoek naar gedaan. Zodoende is het onmogelijk om deze stelling te aanvaarden of te verwerpen.

4.5. Sporen van een heropleving.

4.5.1. Het internet

De lifters zijn echter niet volledig verdwenen, gedurende de laatste jaren zijn er sporen waarneembaar dat het liften terug aan een opmars bezig is in Vlaanderen en de rest van de wereld. Na een zoektocht op internet kwam heel wat naar boven.

Her en der schieten initiatieven rond liften uit de grond. Zo worden heuse liftwedstrijden georganiseerd door individuele jongeren, verenigingen of organisaties. Studentenverenigingen, jeugdwerk en reisorganisaties maken gebruik van het liften als methodiek om wedstrijden op te zetten. Enkele voorbeelden hiervan zijn te vinden op het internet: www.the5000.be; www.routedusoleil.org; www.liftwedstrijd.hermesgent.be; ; <http://www.karavaan.be/>

Naast enkele gevestigde organisaties werden recent enkele nieuwe organisaties opgericht die werken rond liften, autodelen of duurzame mobiliteit (www.myoto.be; www.cambio.be; www.karzoo.be). Ook internetforums en community's rond liften ontstaan op het internet. Enkele voorbeelden zijn: www.digihitch.com; www.couchsurfing.com; www.hitchwiki.org; www.liftershalte.info; <http://groups.yahoo.com/group/hitching/>; ...

Dit alles zorgt ervoor dat het liften op een positieve manier in beeld wordt gebracht in de media.

4.5.2. Cijfermateriaal Taxistop vzw

Specifiek cijfermateriaal rond het aantal lifters in Vlaanderen is te vinden bij Taxistop. Het gaat hier weliswaar om cijfers van een liftcentrale, waarvan de gebruikers de geïnstitutionaliseerde vorm van het liften hanteren. Het werkelijk aantal lifters valt veel moeilijker te achterhalen, maar we kunnen ervan uitgaan dat de trends in het aantal 'vrije' lifters en 'geïnstitutionaliseerde' lifters behoorlijk gelijklopend zijn.

De cijfers zijn afkomstig uit het activiteitenverslag van Taxistop (Klüssendorf, 2009). De tabellen zijn terug te vinden in bijlage 2. Er bestaat cijfermateriaal over het aantal aangevraagde liften, het aantal aangeboden liften en een combinatie van beiden. De cijfers die hier worden weergegeven zijn deze van de combinatie van beiden. Uit de cijfers is een constante daling waarneembaar in het aantal aanvragen van lifters en chauffeurs sinds 1996, de periode waarin de affaire Dutroux ten volle uitbarstte (18.240 aanvragen).

In 2003 werd een dieptepunt bereikt (9.314 aanvragen). Vanaf 2004 zit het aantal lifters en chauffeurs enorm in de lift (14.847 aanvragen). Tot op heden blijft het aantal aanvragen stijgen (28.699 aanvragen in 2008).

Een nuancering is hier noodzakelijk, want sinds april 2004 is de dienst gratis beschikbaar via internet en is het niet langer nodig om je lid te maken bij Taxistop vzw. Sinds die periode werd ook extra publiciteit aan de website gegeven waardoor deze ruimer bekend werd.

Toch is dit niet voldoende om deze grote stijging te verklaren, dit wijst zeker en vast op een heropleving bij het publiek.

4.6. Waarom stoppen voor een lifter?

In de literatuur worden talrijke beweegredenen aangehaald waarom chauffeurs stoppen voor een lifter. In wat volgt worden deze beweegredenen overlopen. Deze redenen werden afgeleid uit de interviews met zowel lifters als chauffeurs (Rinvoluceri, 1974).

4.6.1. Situatiekenmerken

Een chauffeur is sneller geneigd te stoppen voor een lifter bij slecht weer. Hij biedt dan niet enkel een lift aan, maar ook bescherming tegen regen, wind of kou.

Veel chauffeurs stoppen voor lifters omdat ze vroeger zelf nog hebben gelift. Ze begrijpen de situatie waarin de lifter zich bevindt en geven met plezier een lift. Ze zien dit ook vanuit serial reciprocity (Moody, 2008). Ze geven iets terug aan een ander wat ze ooit zelf gekregen hebben. Op deze manier kunnen ze hun balans terug in evenwicht brengen.

Anderen zien ook de kans om hun hart te luchten bij een lifter. Ze kunnen hun diepste geheimen, wildste fantasieën of problemen kwijt. Door de specifieke setting zijn ze geneigd veel meer te vertellen dan ze ooit tegen iemand anders zouden vertellen. Dit komt ten eerste door de anonimiteit van het contact. Beide partijen kennen elkaar niet en de kans dat ze elkaar nog ooit tegen het lijf lopen of dat de lifter de verhalen aan iemand verder vertelt die de chauffeur kent is heel miniem. Ook door het superioriteitsgevoel is een chauffeur bereid veel meer te vertellen dan wat hij zou zeggen tegen een dokter, psychiater of therapeut.

Chauffeurs geven sneller een lift aan een persoon die ze herkennen als iemand uit hun eigen sociale groep of als iemand uit een sociale groep waarover ze meer te weten willen komen. Deze groepen kunnen bijvoorbeeld studenten, militairen of rugzaktoeristen zijn. Indien de chauffeur kinderen heeft die zich in een gelijke sociale groep bevinden zal de chauffeur ook sneller geneigd zijn te stoppen. De herkenbaarheid van de lifter als lid van een sociale groep is dus zeer belangrijk.

Een andere groep chauffeurs neemt lifters mee om indruk te maken. Men wil tonen hoe prachtig of sterk hun wagen wel is en doet er dan ook alles aan om dit te bewijzen. De paternalistische visie van de chauffeur op de lifter is hier duidelijk aanwezig.

4.6.2. Samenstelling van het gezelschap

Het al dan niet stoppen wordt ook beïnvloed door de samenstelling van het gezelschap. Is de lifter alleen? Is het een man of een vrouw? Vrouwen alleen hebben doorgaans een veel grotere kans om meegenomen te worden dan mannen alleen (Wechner, 2003b). Mannelijke chauffeurs stoppen ook veel sneller dan hun vrouwelijke collega's om lifters op te pikken.

Als het gezelschap uit meer dan één persoon bestaat is een chauffeur minder geneigd om te stoppen (Rinvoluceri, 1974) Een bestaande groep komt binnen in de wagen en er bestaat een kans dat er een gesprek wordt gevoerd binnen de vroeger gevormde groep waarin de chauffeur weinig kan inbrengen of weinig van begrijpt.

Ook de samenstelling van deze groep heeft een belangrijke invloed. Twee mannen hebben de minste kans om meegenomen te worden, gevolgd door een koppel. Twee vrouwen hebben dan weer de hoogste kans omdat zij als betrouwbaarder overkomen (Rinvoluceri, 1974; Clifford & Cleary, 1971).

4.6.3. Besluit

We kunnen besluiten dat de belangrijkste reden om lifters mee te nemen het gezelschap van de lifter is. Ook de serial reciprocity speelt een belangrijke rol. De samenstelling van het gezelschap en de persoonlijke kenmerken van de lifter zijn ook van belang. De identificatie met een bepaalde sociale groep heeft een niet te onderschatten invloed.

4.7. Liften en vertrouwen

Vertrouwen is de basis voor stabiele relaties, samenwerking, uitwisseling en de meest routineuze dagdagelijkse interacties in de samenleving (Misztal, 1996). Indien dit vertrouwen beschadigd raakt, heeft dit consequenties voor gans de samenleving.

De vraag wat dit vertrouwen nu specifiek is houdt sociale wetenschappers en filosofen al eeuwenlang bezig. Een mooi antwoord is het volgende:

”Betrouwbaarheid, de capaciteit om begaan te zijn met het voldoen aan de legitieme verwachtingen van anderen, is zowel de constitutieve deugd van, als de belangrijkste causale voorwaarde voor het bestaan van eender welke samenleving.” (Dunn, 1984).

Zaltman en Moorman definiëren vertrouwen als volgt: “een interpersoonlijke of interorganisatiele staat die de mate weergeeft waarin de partijen de andere zijn gedrag kunnen voorspellen. Het kan afhankelijk zijn van een derde andere wanneer het er toe doet, en heeft vertrouwen dat de andere zal verdergaan met handelen op een responsieve manier ondanks een onzekere toekomst.” (Zaltman & Moorman, 1988)

Dunn spreekt hier over capaciteiten die een absolute voorwaarde zijn voor het bestaan van eender welke samenleving. Hij bekijkt het vertrouwen dus vanop een macro-perspectief. Zaltman & Moorman bekijken vertrouwen als iets tussen twee personen of organisaties, op micro-perspectief. Hierna worden beide perspectieven afzonderlijk besproken.

4.7.1. Vertrouwen in de samenleving: macro -perspectief

Vertrouwen is dus de basis van het samenleven. Een stevig vertrouwen binnen een samenleving draagt bij tot economische ontwikkeling (Knack & Keefer, 1997). In die zin kan het als een taak van gans de samenleving beschouwd worden om dit vertrouwen te vrijwaren, om zo de mogelijkheid van het samenleven te bewaren en verder te ontwikkelen. Dit vertrouwen in de samenleving komt echter onder druk te staan. Dit basisvertrouwen dat noodzakelijk is voor het samenleven, staat onder druk door onder andere de hedendaagse westerse zorg voor risicoberekening. Deze zorg komt voort uit angstgevoelens die onder andere beschreven werden door Bauman. Ondanks een grote welvaart wordt een groot deel van de westerse bevolking dagelijks overmand door gevoelens van angst en onzekerheid. Angst kan in de westerse moderne maatschappij veroorzaakt worden door de perceptie van allerlei risico's waarmee we elke dag opnieuw geconfronteerd worden (Bauman, 2006). We kunnen dan ook spreken van een verhoogd risicobewustzijn in de samenleving.

Onveiligheid, onzekerheid en angst voor gebeurtenissen die onverwachts kunnen toeslaan is in een grote mate aanwezig in de samenleving van de 21^{ste} eeuw (Andrades, 2007). Deze angst wordt enerzijds veroorzaakt door de scheiding tussen politiek en macht als gevolg van de globalisering, en anderzijds als gevolg van de verre gaande individualisering van de samenleving (Bauman, 2006). Deze angst is nefast voor het vertrouwen in de samenleving.

Samen met de individualisering ziet Bauman een andere ontwikkeling. Hij spreekt over het verval van het onderlinge vertrouwen in de samenleving, wegens de afbraak van de verzorgingsstaat onder invloed van de neo-liberale marktideologie. Dit denkbeeld veroorzaakt ook een wijziging in de relatie tussen individu en maatschappij. Ook hier wordt de nadruk op individualiteit gelegd. Het belangrijkste gevolg is het verdwijnen van het vertrouwen in de medemens.

Het individualisme veronderstelt dat men steeds handelt uit eigenbelang. Dit creëert een beeld dat anderen onbetrouwbaar zijn, want ze handelen ook uit eigenbelang. Ook game-theoretici gaan uit van de opportuniteit van ieder individu (Macy & Skvoretz, 1998) terwijl duidelijk is dat de realiteit niet zo rationeel te vatten is, anders werden lifters bijvoorbeeld nooit meegenomen.

De scheefgroei tussen macht en politiek als gevolg van de negatieve globalisering (Bauman, 2006) heeft als gevolg dat verschillende actoren zoals de verzekeringsindustrie, de bewakingsindustrie, de media en andere actoren voor een groot deel verantwoordelijk zijn voor het creëren en in stand houden van angsten onder de bevolking. (Furedi, 2006). De media speelt bijvoorbeeld een rol door de selectieve keuze van

bepaalde nieuwsitems. Deze voorgenoemde actoren zijn medeverantwoordelijk voor de afbraak van de samenhang van het maatschappelijke weefsel en het onderlinge vertrouwen in de medemens en de samenleving tout court (Furedi, 2006).

In de hedendaagse samenleving is het ook niet langer duidelijk wat de relatie is tussen een individu en een vreemde in de publieke ruimte (Furedi, 2002). De perceptie van onbekende anderen als risicovol, kan gezien worden als een eigenschap van het stedelijke sociale milieu (Goffman, 1971). Het is met andere woorden een logisch gevolg van ons stedelijk samenlevingspatroon in de moderne samenleving. Ondanks deze afbrokkeling is het vertrouwen niet verdwenen, de samenleving functioneert nog steeds. In dit licht komt het belang naar boven van het bestuderen van vertrouwen en het omgaan met risico's in het samenleven. Het liften vormt daar een mooie case voor.

4.7.2. Vertrouwen in de onbekende medemens: micro-perspectief

‘Ondanks de kost van het vertrouwen als de anderen onbetrouwbaar zijn, kan het vaststellen van vertrouwen grote voordelen opbrengen voor diegene die erbij betrokken zijn!’ (Axelrod, 1984). Anders gesteld, vertrouwen stellen in anderen kan grote voordelen opleveren. Fukuyama stelt dat vertrouwen dikwijls leidt tot sociale winsten, wat sommigen ertoe aanzet te suggereren dat het leidt tot welvaart in de samenleving. (Fukuyama, 1995)

Het is met andere woorden duidelijk dat vertrouwen schenken vele voordelen kan opleveren voor het individu. Maar waar komt dit vertrouwen tussen onbekenden vandaan? Macy en Skvoretz stellen vanuit de netwerktheorie vast dat dit vertrouwen lokaal geproduceerd wordt in uitwisselingen tussen bureaus en mensen die dichtbij in het sociaal netwerk te vinden zijn. Indien dit vertrouwen ontstaat, zal het zich verder verspreiden over de zwakkere verbindingen in het netwerk (Macy en Skvoretz, 1998).

Orbell en Dawes (1991) werkten een theorie uit in verband met voordelen van samenwerking tussen onbekenden waarbij volgens hen gebruik wordt gemaakt van projectie van de eigen intenties op de andere. Deze theorie werd verder uitgewerkt met toevoeging van kennis uit de speltheorie (Macy en Skvoretz, 1998). Men baseert zich op een spel waarin het schenken van vertrouwen afhankelijk is van de mogelijkheid om de situatie te verlaten. Als deze mogelijkheid er is kan men kiezen om mee te werken (vertrouwen), om te bedriegen, of om het spel te verlaten. Men ziet twee strategieën die naar voor komen om te kiezen voor medewerking. Deze strategieën zijn projectie en detectie.

Met projectie bedoelt men dus dat de ene persoon zijn eigen intenties projecteert op de andere. Toegepast op het liften kan dit het volgende betekenen: ‘Chauffeur ziet een lifter staan en denkt: deze lifter wil graag

naar plaats x en rekt hiervoor op de hulp van een hoffelijke chauffeur'. Deze intenties worden geprojecteerd op de lifter en de chauffeur gaat uit van de goede bedoelingen van de lifter.

Bij detectie gaat het over de ontdekking van de intenties van de andere. Over het zoeken naar aanwijzingen in zijn gedrag om de mogelijke intenties te achterhalen. Men zal de lifter bijvoorbeeld proberen te plaatsen in een bepaalde sociale groep om zijn intenties proberen te achterhalen. Bijvoorbeeld een jonge gast wordt herkend als student die voor het weekend naar huis gaat. Door deze detectie zal men ervan uitgaan de intenties van de persoon in kwestie te kennen.

Als men er in slaagt een goede projectie of detectie te maken, zal dit resulteren in een samenwerkingsvoordeel en zal er dus veel rapper gekozen worden voor samenwerking.

Welch et. Al. (2007) stellen dat de mate van vertrouwen een significante relatie heeft met het ingebed zijn in sociale netwerken. Ze onderstrepen dus het belang van een ruim sociaal netwerk voor het hebben van vertrouwen in vreemden. Buchan et. Al. (2002) vonden dan weer dat de samenwerking tussen mensen afneemt als de sociale afstand tussen hen vergroot. Mensen zijn dus veel sneller geneigd vertrouwen te stellen in andere onbekenden die ze herkennen als leden van dezelfde sociale groep. Foddy et. Al. (2009) kwamen tot gelijkaardige conclusies.

4.7.3. Besluit

Het vertrouwen in de samenleving blijkt dus onder druk te staan en heeft enkele cruciale veranderingen ondergaan door onder andere de gewijzigde relatie tussen het individu en de samenleving. Het is echter duidelijk welke belangrijke rol dit vertrouwen speelt in het samenleven van mensen. Daarom is het belangrijk om dit vertrouwen te bestuderen. In dit onderzoek zal de focus gelegd worden op het micro-perspectief, het vertrouwen tussen onbekenden. Het is de bedoeling om achterliggende mechanismen bloot te leggen om zo ook iets bij te kunnen leren over hoe het vertrouwen op macro-perspectief wordt vormgegeven.

4.8. De link met het liften.

Verschillende auteurs menen dat de daling van het aantal lifters te wijten is aan het verhoogde gevoel van onveiligheid (Chesters & Smith, 2001; Wechner, 2002; Garner, 2008). Maar hoe bewust zijn lifters of liftgevers van de risico's die het liften volgens vele mensen met zich meedraagt? En op welke manier gaat

men met deze risico's om? Welke strategieën hanteren liftgevers met andere woorden voor het opbouwen van vertrouwen in de liftgever?

4.8.1. Het afwegen van potentiële risico's

Bij het liften draait alles rond vertrouwen, zowel voor de lifter als voor de liftgever. Diegenen die eraan meedoen kiezen om kansen te nemen, zonder zeker te weten wat het wordt. Het belangrijkste mechanisme waaraan men de risico's afweegt is dat van de beloning (Garner, 2008). Hier wordt van uitgegaan dat beide partijen bewust zijn van de risico's verbonden aan het liften. De beloning kan verschillende vormen aannemen, naargelang de liftsituatie verloopt. De laagste beloning is dat een persoon vervoer heeft gekregen en een chauffeur gezelschap, maar uit de interactie tussen liftgever en lifter kunnen mooie immateriële beloningen volgen.

Liften kan ook in een puur economische logica gedacht worden (Wechner, 1998). Liften kan geanalyseerd worden binnen de risk-return logica. Het risico is nauw verbonden met wat het opbrengt. Hoe hoger de opbrengst, hoe hoger het risico en omgekeerd. De kosten voor de lifter zijn het wachten, de duur van het wachten, de weersomstandigheden of het comfort, maar kunnen ook te maken hebben met de interactie met de chauffeur. Voor de chauffeur is het minder duidelijk wat de kosten kunnen zijn. Zijn auto kan bevuild worden door de lifter, de kans bestaat erin dat de lifter onder invloed is van alcohol of drugs en in het slechtste geval kan hij zijn wagen, of zijn leven verliezen. Een belangrijke opmerking is dat het hier gaat om waargenomen risico's. Individuen beslissen daar elk afzonderlijk over. Voor de ene is een schaaupartij een risico terwijl dit voor iemand anders een parachutesprong kan zijn.

Ten slotte kan het liften ook gezien worden in het kader van voldoen aan bepaalde behoeften (Maslow, 1943). Het gaat om een afweging van behoeften aan veiligheid tegenover andere behoeften die eventueel bij de chauffeur aanwezig kunnen zijn.

4.8.2. Beïnvloedende factoren bij het liften

Er bestaat bij een grote groep mensen in de samenleving een gedeelde angst voor de lifter. Onder invloed van persberichten, films of propaganda werd niet altijd een positief beeld opgehangen van lifters (Packer, 2008). In de Verenigde Staten is dit echter nog veel meer uitgesproken dan in Europa. Jeremy Packer maakt hier een mooie analyse van waarbij hij zich baseert op de governmentality van Foucault. "Liften was ooit een positieve handeling die stond voor gezelligheid, exploratie en burgerlijke geode wil. Nu is

het getransformeerd en gecriminaliseerd door bezwerende populaire angsten voor verkrachters en gestoorde moordenaars.” (Blanke, 2009).

Het liften is echter niet uitgestorven en nog steeds zijn chauffeurs bereid om lifters mee te nemen. In het volgende stuk zullen verschillende criteria besproken worden die van belang zijn voor de beslissing van de chauffeur voor het al dan niet meenemen van een lifter. Twee belangrijke opmerkingen hierbij zijn ten eerste dat bepaalde criteria al op voorhand aanwezig zijn, en dat andere criteria slechts opgeroepen worden bij de confrontatie met de lifter. De tweede opmerking is dat er zowel criteria zijn die verbonden zijn met de lifter, als dat er criteria zijn die verbonden zijn met de chauffeur.

Factoren verbonden met chauffeurs

Het geslacht en de leeftijd van de chauffeur kan een mogelijke voorspeller zijn voor de kans dat de chauffeur stopt voor een lifter. In de wetenschappelijke literatuur zijn er vooral bronnen te vinden over angst. Op deze manier kunnen we hypothesen vormen over wie eventueel stopt en wie niet. Angst is een emotie. Emoties bestaan echter enkel door de betekenis die eraan gegeven wordt binnen sociale relaties en zijn op deze manier onderwerp van sociologisch onderzoek. Bij angst voor misdaad zijn de sociale klasse en demografische kenmerken de belangrijkste voorspellers (Taylor & Hale, 1986). Op basis van deze factoren moet het dus mogelijk zijn om verschillende groepen in de samenleving aan te duiden volgens hun graad van bereidheid om lifters mee te nemen.

Vrouwen zijn sneller geneigd zich angstig te gedragen dan mannen (Taylor & Hale, 1986). Het zou dus kunnen dat mannen sneller geneigd zijn lifters mee te nemen, dan vrouwen. Er bestaan echter weinig wetenschappelijke bronnen om dit vermoeden te bevestigen. Eén studie bevestigt dat mannen veel sneller geneigd zijn om een vreemde te helpen, een dienst te bewijzen langs de kant van de snelweg (Pomazal & Clore, 1973).

Onderzoek bij vrouwen naar angst voor seksueel geweld wees uit dat er een groot verschil bestaat tussen de angst in de publieke ruimte en private ruimte (Pain, 1997). Vooral in de publieke ruimte is deze angst het grootst. Indien men zich verplaatst met de auto doorheen de publieke ruimte, wordt de auto gezien als private ruimte (Sheller & Urry, 2000; Sheller & Urry, 2006). Het portier openen en een vreemde binnen laten in deze private ruimte zou betekenen dat deze private ruimte een stuk van de publieke ruimte wordt. Men is zich hiervan bewust en daarom kan dit een reden zijn om een lifter te laten staan.

Naaste geslacht en leeftijd is er ook de invloed van criminaliteit in de samenleving. Globale angstgevoelens in de samenleving stijgen mee bij een stijgend criminaliteitscijfer, maar als dit cijfer daalt, dalen de angstgevoelens niet mee in gelijke mate, er zit een vertraging op (DuBow, McCabe, & Kaplan,

1979). Dit kan als mogelijke verklaring worden gezien voor de late heropleving van het liften na het dieptepunt veroorzaakt door de affaire Dutroux. De globale angstgevoelens hebben meer tijd nodig om te verdwijnen en om het beschadigd vertrouwen terug te herstellen.

Onder invloed van de politieke en culturele strijd over hoe automobilititeit dient georganiseerd te worden (autostop is hierbij geen optie) leeft bij een groot deel van de bevolking het idee dat er een kans bestaat dat lifters ontsnapte gevangenen zijn of criminelen die iets te verbergen hebben (Packer, 2008).

Factoren verbonden met lifters

Zoals reeds besproken bij 5.2.2. is ook de samenstelling van het liftgezelschap een belangrijke beslissende factor. De meeste lifthandleidingen zijn het erover eens dat alleen liften het snelst werkt. (Noske, 2000; Toner, 1995). Chauffeurs zijn rapper geneigd om één persoon mee te nemen dan drie personen en een hond. Niet enkel uit plaatsgebrek. Meerdere personen meenemen houdt ook een groter risico in. Indien er iets gebeurt, ben je als chauffeur in de minderheid. Er is minder controle mogelijk over de situatie waardoor het risico stijgt. Meerdere personen kunnen intimiderend overkomen. Aangezien de technische inrichting van de meeste wagens is het logisch dat bij het meenemen van meerdere personen minstens één persoon plaats neemt op de achterbank. In deze positie heeft de chauffeur veel minder toezicht en controle op zijn passagiers. Een gebrek aan controle kan leiden tot een gevoel van onveiligheid of angst.

De samenstelling van het gezelschap op basis van geslacht heeft ook een invloed. Vrouwen worden sneller meegenomen dan mannen (Pomazal & Clore, 1973; MORGAN, LOCKARD, FAHRENBRUCH, & SMITH, 1975b). In één specifieke studie (Clifford & Cleary, 1971) komt men tot de bevinding dat twee meisjes het snelst meegenomen worden, gevolgd door een meisje en een jongen. Twee jongens moeten het langst op een lift wachten. We kunnen ervan uitgaan dat het geslacht van de bestuurder bepalend is in wisselwerking met de samenstelling van het liftgezelschap. Zo kunnen we veronderstellen dat een man of vrouw verschillend zullen reageren op twee liftende mannen.

Ook uiterlijke kenmerken hebben hun invloed op chauffeurs. De verschijning van de lifter helpt mee beslissen of de chauffeur al dan niet stopt voor een lifter. Het is de enige houvast voor een chauffeur om te beslissen of de lifter wel te vertrouwen is.

Een eerste kenmerk is de kledij. De kledij kan bijdragen tot de identificatie met een sociale groep. Bijvoorbeeld het uniform van de militair of de jeugdbeweging. Clifford en Cleary (1971) stelden in hun onderzoek vast dat het dragen van sportkledij significant beter werkt dan liften in oude, versleten kledij.

Een tweede kenmerk is de bagage. Enerzijds kunnen chauffeurs minder snel geneigd zijn iemand mee te nemen met veel bagage (Rinvoluceri, 1974). Anderzijds kan bagage ook een geruststellend effect hebben (Noske, 2000). Iemand die bagage bij zich heeft is iemand met een doel, iemand die ergens naartoe gaat.

De bedoelingen van deze lifter zijn dan ook duidelijk. Iemand die slechte bedoelingen heeft, zal de moeite niet doen om veel bagage bij zich te hebben.

Morgan e.a. (1975) vonden dat oogcontact maken met bestuurders de kansen met meer dan de helft verhogen. Ook Snyder e.a. (1974) kwamen tot deze conclusie. Het maken van oogcontact zorgt ervoor dat de specifieke vraag naar vervoer een persoonlijk karakter krijgt, het anonieme karakter neemt af en de lifter komt meer betrouwbaar over. Geen oogcontact maken schrikt chauffeurs dus eerder af.

De leeftijd van een lifter kan ook als uiterlijk kenmerk worden gezien, men beoordeelt de leeftijd op basis van de uiterlijke verschijning. Er werd geen onderzoek terug gevonden over het effect van de leeftijd van de lifter.

Ook de invloed van het tijdstip is cruciaal, maar is ook verbonden aan de plaats waar gelift wordt. Het tijdstip slaat op dag of nacht, weekday of weekend, tijdens werkuren of tijdens verlof.

's Nachts zijn mensen sneller geneigd om angstig te zijn, men is meer op zijn hoede en zal zich sneller wantrouwig opstellen (Warr, 1990). Daarom is het niet evident om 's nachts te liften. Mensen voelen zich veiliger als ze de lifter goed kunnen zien, zodat ze op basis van zijn uiterlijke kenmerken kunnen beslissen of de lifter al dan niet te vertrouwen is. Dit lukt beter als het licht is.

De plaats van het liften slaat op de socio-economische omgeving. Een lifter langs een verlaten industrieterrein, in een achtergestelde buurt of aan een drukke uitvalsweg van een stad zal telkens een andere betekenis oproepen bij de chauffeur. De lifter zal dan ook ondervinden dat er bepaalde plaatsen zijn waar vlot kan gelift worden, en andere plaatsen waar het veel moeilijker gaat. De plaats heeft ook een specifieke betekenis voor de chauffeur. Het is mogelijk dat er verbanden worden gelegd tussen de lifter en de plaats. De plaats is niet enkel van belang wegens de betekenis die ze heeft, maar ook vanuit enkele praktische overwegingen. Een chauffeur zal sneller stoppen op een plaats waar hij langzaam voorbijkomt en zo weinig moet afremmen. Er moet ook voldoende plaats zijn om de wagen aan de kant te zetten, en dit moet veilig kunnen gebeuren, zonder zichzelf of anderen in gevaar te brengen.

4.8.3. Besluit

Het al dan niet meenemen van lifters is afhankelijk van de mate van vertrouwen in de medemens en de afweging van de risico's die de bestuurder maakt bij het al dan niet stoppen. Deze afweging wordt bepaald door persoonlijke waarden, normen of opvattingen.

Chauffeurs kunnen afgeschrikt worden door verschillende redenen. Het geslacht en de leeftijd van de chauffeur bepalen mee hoe hij of zij tegenover het liften staat. Ook de graad van criminaliteit in een

samenleving, de beleving van de mate van misdaad heeft een invloed op het algemeen lift-klimaat. De samenstelling van het gezelschap heeft wegens verschillende redenen een duidelijke invloed.

Van de uiterlijke kenmerken van de lifter kunnen we besluiten dat het niet maken van oogcontact afschrikwekkend werkt, mensen ontwikkelen weinig vertrouwen. Wegens bepaalde geconstrueerde betekenissen in de samenleving is het zo dat meisjes er betrouwbaarder uitzien dan jongens. Blijkbaar zijn mensen sneller angstig voor het mannelijk geslacht. Ook het dragen van verzorgde kledij heeft een invloed. Mensen haken sneller af bij slordige kleren. Tenslotte is er ook nog de invloed van het al dan niet bijhebben van bagage.

Dit alles toont aan welke betekenis mensen aan het liften geven, en op basis van welke invloeden dit gebeurt. Mensen laten zich snel beïnvloeden door uiterlijke kenmerken geassocieerd met bestaande groepen en hun betekenissen, zeker in situaties waarin men slechts weinig tijd heeft om te beslissen.

II. METHODE

De dataverzameling voor dit onderzoek gebeurde aan de hand van twee verschillende methodes. Ten eerste werd er door de onderzoeker zelf gelift doorheen Vlaanderen. Tijdens de liften vonden informele gesprekken plaats tussen lifter-onderzoeker en de bestuurder. Ten tweede werden semigestructureerde interviews afgenomen aan de hand van een vooropgestelde vragenlijst. De combinatie van deze twee onderzoeksmethodes maakt het mogelijk om de onderzoeksvragen op verschillende manieren te benaderen. De data werd overwegend kwalitatief geanalyseerd in de traditie van de grounded theory. Op basis van de data van de eerste methode werden enkele kwantitatieve vaststellingen gedaan om de kwalitatieve data te ondersteunen.

Er worden kwalitatieve onderzoeksmethoden gebruikt met het opzet om het fenomeen te beschrijven vanuit het standpunt en de leefwereld van de respondenten, de mensen die lifters meenemen. Het onderzoek richt zich dan ook op ‘waargenomen’ risico’s en vertrouwen bij liftgevers. Het begrijpen en bestuderen van de leefwereld van de respondenten is hiervoor noodzakelijk.

Enerzijds werd verkennend onderzoek gedaan naar de essentiële kenmerken die de groep mensen die lifters meenemen, omschrijft. Anderzijds werd er verkennend onderzoek gedaan naar de strategieën die liftgevers hanteren voor het opbouwen van vertrouwen in de lifter.

Het gaat hier om een onderwerp waar weinig onderzoek naar werd gedaan. Het is de bedoeling om tot nieuwe inzichten en hypothesen te komen voor verder onderzoek.

Er werd bewust gekozen om gebruik te maken van kwalitatieve onderzoeksmethoden als krachtige tools om dit onderzoek te voeren. De relevantie van de keuze voor kwalitatief onderzoek kan hier geduid worden aan de hand van de vijf functies van kwalitatief onderzoek volgens Hargreaves (Hammersley, 2000). Deze functies zijn: de ‘appreciative’, ‘designatory’, ‘reflective’, ‘immunological’ en ‘corrective’ capaciteit. Deze functies werden opgesteld in het kader van onderzoek binnen het Britse onderwijssysteem, maar zijn ook hier toepasbaar. Vooral de ‘appreciative’ en de ‘reflective’ capaciteit zijn in dit onderzoek belangrijk.

Met de ‘appreciative’ capaciteit bedoelt Hargreaves ‘de mogelijkheid om standpunten te begrijpen en voor te stellen die dikwijls verduisterd of genegeerd worden’ (Hammersley, 2000, blz 394). Het gaat om standpunten die door kwantitatieve technieken niet aan bod zouden komen. Door middel van verkennend onderzoek komt de data rechtstreeks uit de sociale realiteit waardoor bepaalde standpunten aan bod kunnen komen die anders niet zichtbaar zouden zijn. In dit onderzoek gaat het over de standpunten vanuit de hoek van de chauffeur. Via kwalitatief onderzoek is het mogelijk om de betekenis te achterhalen die

chauffeurs geven aan het vertrouwen met lifters. Ook strategieën die niet in de literatuur beschreven worden kunnen op deze manier aan bod komen.

Het idee achter de ‘reflective’ capaciteit van kwalitatief onderzoek bestaat erin ‘dat het onderzoek een spiegel kan zijn van de wereld of zelfs van ons eigen gedrag’ (Hammersley, 2000, p 396). In dit onderzoek zit de kracht van het kwalitatieve er voor een stuk in dat de spiegel weergeeft wat er vandaag de dag precies leeft. Veel wat over liften werd en word geschreven is het gevolg van bepaalde constructs uit het verleden of zijn gebaseerd op vooronderstellingen of veralgemeningen. Dit onderzoek doet een poging om te zien wat er echt gebeurt in plaats van te zoeken naar wat er zou moeten gebeuren in de sociale realiteit door onder andere na te gaan waarom lifters worden meegenomen, en of de waargenomen risico’s wel een rol spelen.

We kunnen besluiten dat kwalitatieve technieken duidelijk een meerwaarde kunnen bieden aan dit onderzoek. In wat volgt worden beide gehanteerde methodes uitgebreid besproken.

1. Methode 1: informele gesprekken met liftgevers

Een onderzoek naar strategieën die gehanteerd worden door chauffeurs bij het omgaan met lifters heeft nood aan veldwerk om tot de juiste inzichten te komen. Dit is één van de sterktes van de keuze voor kwalitatieve onderzoeksmethodes. Daarom werd gekozen om zelf langs de kant van de weg te staan en te liften.

1.1. Steekproef

Bij deze methode is het niet nodig om op voorhand een steekproef te trekken. De criteria voor de respondenten waren namelijk ten eerste dat men lifters meeneemt en ten tweede dat men Vlaming is. Op die manier werd een groot deel van de steekproef bepaald door de vrijwillige medewerking van de respondent door zelfselectie. De respondenten selecteerden zichzelf voor het onderzoek door te stoppen voor de lifter in kwestie.

In bepaalde gevallen werden de respondenten iets meer uitgekozen. Dit was het geval tijdens liften vanuit tankstations langs de autosnelweg, waar potentiële liftgevers werden aangesproken door de lifter. Hiervoor werden geen specifieke criteria gehanteerd. Er werd geprobeerd zoveel mogelijk mensen aan te spreken, met uitzondering van voertuigen met een buitenlands kenteken. Soms werden bepaalde liften ook

geweigerd, omdat de desbetreffende chauffeur niet de gewenste richting uitging of niet ver genoeg reed waardoor de kans klein was om een behoorlijk gesprek te voeren.

1.2. Opzet

Het opzet van deze methode was tweedelig. Tijdens deze liften volgden korte of uitgebreidere gesprekken waarin steeds een aantal thema's aan bod kwamen. De bedoeling bestond erin informatie te verzamelen vanop een essentieel basisniveau. Tijdens de meeste van de liften werd echter niet vermeld dat de lifter in kwestie bezig was met een onderzoek. Dit gebeurde om de antwoorden niet te veel in een bepaalde richting te sturen. Soms werd het echter wel vermeld, vooral in situaties waar het er naar uit zag dat dit vermelden meer belangrijke data kon opleveren. Deze data werd telkens na de lift genoteerd onder de vorm van veldnota's. De verkregen data wordt enerzijds gebruikt voor een kwalitatieve analyse op basis van de grounded theory (Mortelmans, 2007). Anderzijds kan deze data ook dienen voor een kwantitatieve analyse ter ondersteuning van de gevonden data in verband met verschillende variabelen zoals het geslacht of de leeftijd van de chauffeurs, de gemiddelde wachttijd en dergelijke meer.

1.3. Materiaal

Zoals eerder vermeld werden na iedere lift veldnota's neergeschreven. In deze veldnota's werd de informatie weergegeven die tijdens de lift aan bod kwam. Tijdens iedere lift werd geprobeerd om op een aantal basisvragen een antwoord te krijgen. Deze basisvragen worden in de volgende alinea voorgesteld. Verder kwamen tijdens de informele gesprekken vaak spontaan verschillende thema's aan bod. Ook de basis van deze gesprekken werd genoteerd bij de veldnota's.

Ten eerste werd telkens de datum en het startuur van het liften genoteerd. Zo is het achteraf duidelijk op welk precies tijdstip er vooral werd gelift (weekdag/weekend, ochtend/avond). Daarna werd het tijdstip genoteerd waarop er een lift werd aangeboden. Dit maakt het mogelijk om een gemiddelde wachttijd vast te stellen. Ook de beginplaats en de eindplaats van het liften werden telkens genoteerd. Hierbij is het echter voor de lezer niet meteen duidelijk hoe de omgeving er precies uitziet. Dit kan echter van belang zijn bij het begrijpen van de invloed van de omgeving op het al dan niet krijgen van een lift. Daarom zal dit duidelijk vermeld worden als dit het geval is. Iedere liftgever kreeg ook een eigen fictieve naam, dit om gemakkelijk te kunnen verwijzen naar bepaalde uitspraken verder in het onderzoek. Ook het geslacht en de leeftijd van de chauffeur werden vermeld. De leeftijd is dikwijls een schatting van de werkelijke

leeftijd, omdat het niet altijd binnen het gesprek mogelijk of gewenst was om te peilen naar de specifieke leeftijd. Wat echter wel meestal aan bod kwam is het beroep van de respondent. Dit kan ons iets meer vertellen over de dagelijkse bezigheden en het opleidingsniveau van de chauffeur. Ook het type voertuig en de situatie in het voertuig werden neergeschreven. Bij het type wagen werd een onderscheid gemaakt tussen een kleine wagen, een gezinswagen, een lichte vracht, bestelwagen, vrachtwagen, luxewagen en terreinwagen. De situatie in het voertuig heeft betrekking op de aanwezigheid van andere personen of de beschikbaarheid van vrije plaatsen. Verder werd de reden van verplaatsing ook vastgesteld. Hier wordt een onderscheid gemaakt tussen verplaatsingen voor het werk of verplaatsingen tijdens de vrije tijd. Daarna werden de verschillende redenen genoteerd voor het meenemen van een lifter. Dikwijls werden deze redenen expliciet vermeld door de chauffeur. Indien dit niet het geval was werden de redenen afgeleid uit wat de respondent vertelde. Op deze wijze kan een samenvatting gemaakt worden van de verschillende beweegredenen om lifters mee te nemen én kan er een rangorde in deze beweegredenen worden aangebracht. Deze verschillende redenen worden verder uitgebreid besproken. Er ging ook telkens specifieke aandacht naar het feit of de bestuurder zelf ooit gelift heeft én de mate dat wederkerigheid hier een rol in speelt. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen weinig, veel of nooit. Ook de context waarin men vroeger al dan niet lifte werd neergeschreven. Het gaat hier bijvoorbeeld om liften in de jeugdbeweging, op reis als jongere, tijdens de legerdienst of uit noodzaak. De bestuurder werd ook gevraagd in welke mate hij lifters meeneemt. De antwoorden variëren van nooit, eerste keer, meestal tot altijd. Ten slotte wordt ook telkens melding gemaakt van de situatie van de lifter. Dit is bijvoorbeeld alleen, als koppel, in werkkledij, met een hond of als student, om ook dit in rekening te brengen.

1.4. Procedure

De onderzoeker kroop in de rol van de lifter. Dit gebeurde aan de hand van een vooropgestelde procedure die hier verder wordt toegelicht. Omwille van praktische redenen werd er vooral gelift in West- en Oost-Vlaanderen. Bij de ruimtelijke spreiding werd er gekozen om de nadruk eerder te leggen op een goede verdeling tussen de autosnelweg en kleinere gewest- of provinciewegen dan voor een goede verdeling over de Vlaamse provincies. In een latere fase van het onderzoek werd de nadruk gelegd op liften langs op- en afritten van autosnelwegen omdat duidelijk werd dat de kans hier groter was om een lift aangeboden te krijgen voor een grotere afstand. Op die manier was het ook gemakkelijker om een goed gesprek te voeren.

Tijdens het liften werd steeds rekening gehouden met de beïnvloedende variabelen bij het liften zoals die hiervoor besproken werden. Het spreekt voor zich dat enkel kon rekening gehouden worden met de variabelen verbonden met de lifter zelf. Op vlak van samenstelling en geslacht van het liftgezelschap werd bijna steeds gelift door een man van 22 jaar alleen. Enkele liften werden ook gedaan als koppel. Op vlak van uiterlijke kenmerken werden enkele variaties toegepast, zonder in extremen terecht te komen. Zo werd er gelet op kledij: gewoon, werkkledij, reiziger, student. Er werd ook een variatie gebruikt in attributen. Zo werd er gelift met een grote rugzak, met een hond én met een gitaar. Er werd ook rekening gehouden met de plaats en het tijdstip. Er werd steeds gelift vanop plaatsen waar er voldoende plaats was voor de voorbijrijdende chauffeurs om legaal te stoppen en waar de lifter vanop een aanvaardbare afstand zichtbaar was. Er was ook aandacht voor een variatie van de socio-economische omgeving van de liftplaats (uitvalsweg van stad, verlaten terreinen, tankstations langs autosnelweg, villawijk, bouwterreinen, oprit/afrit, verkeerslichten, rondpunten en dergelijke). Ten laatste was er ook aandacht voor de variatie in de gebruikte methode. Zo werd er afgewisseld tussen liften met een bordje of zonder, liften met de duim, liften persoonlijk vragen of een combinatie van verschillende manieren.

Indien een auto stopte voor de lifter, werd steeds rustig naar het voertuig gewandeld, waarna de bestuurder werd aangesproken. Meestal was er een overeenkomst tot waar er kon worden meegereden vooraleer er werd ingestapt. Daarna werd in de meeste gevallen het initiatief aan de chauffeur gelaten om een gesprek te starten. Deze methode werd gehanteerd om het thema van het gesprek niet te beïnvloeden of aan te sturen. Indien de bestuurder niet echt spraakzaam was, werd door de onderzoeker begonnen om antwoorden te verzamelen op de basisvragen door onschuldige vragen te stellen als ‘heeft u zelf ook gelift vroeger?’, of iets meer subtieler: ‘de meeste mensen die mij meenemen hebben vroeger zelf ook nog gelift’. Meestal verliepen de gesprekken spontaan en kwamen verschillende thema aan bod. Na het beëindigen van de lift werd er even tijd genomen om de belangrijkste vaststellingen te noteren.

Deze methode bleek noodzakelijk omdat de chauffeurs meestal niet op de hoogte waren van mijn onderzoek. Met de hulp van een goed geheugen en de bewuste aandacht voor de juiste data vormde dit geen probleem.

1.5. Data-analyse

De data-analyse werd uitgevoerd in de traditie van de grounded theory (Mortelmans, 2007). Het basisuitgangspunt inductie staat hier centraal. Dit wil zeggen dat alles uit de data moet opborrelen. Binnen dit onderzoek is het zo dat er gebruik werd gemaakt van theoretisch relevante codes die op voorhand

duidelijk werden op basis van het literatuuronderzoek. Het gaat hier bijvoorbeeld over een groep voor de hand liggende codes bij beïnvloedende factoren voor het meenemen van lifters zoals weersomstandigheden, liftplaats en tijdstip. Deze codes werden enkel gebruikt om richting te geven aan het onderzoek en werden verder aangevuld met nieuwe codes zoals die uit de data naar boven kwamen. De analyse gebeurde ook in een cyclisch proces waarin fases van dataverzameling werden afgewisseld met fases van data-analyse om de volgende fase van dataverzameling beter te kunnen sturen en te kunnen focussen op specifieke concepten.

De data-analyse van dit onderdeel van de dataverzameling is dus gebaseerd op de veldnota's die werden genomen tijdens dit onderzoek. Deze veldnota's werden eerst open gecodeerd waarbij de data in stukken werd opgedeeld op basis van open codes. Deze codes zijn zowel theoretisch relevante als inductieve codes. De open codering gebeurde ook voor een stuk bij het noteren van de veldnota's. Telkens na de lift werd de belangrijkste data neergeschreven. Op zich is dit ook een vorm van codering omdat de belangrijkste data al gefilterd werd. Enkele voorbeelden van open codes zijn: 'humor als strategie' of 'vrouwen sneller meegenomen'. Na de open codering werd de data uit de twee verschillende onderzoeksmethodes samengevoegd en geïntegreerd om als basis te dienen voor de axiale codering. Hoe de open codering bij de andere methode van dataverzameling gebeurde, wordt verder in dit hoofdstuk beschreven.

Op basis van de open codering van beide onderzoeksmethodes werd dus verder gegaan met de axiale codering. Hierbij werd het aantal codes gereduceerd en geïntegreerd. Zonder het contact met de oorspronkelijke data te verliezen, worden de concepten geabstraheerd. Dit proces van axiaal coderen werd voor een stuk ook gestuurd door de onderzoeksvragen. Zo was het bijvoorbeeld mogelijk om de data te verzamelen rond de concepten: 'Wie neemt lifters mee' en 'welke strategieën worden hiervoor gehanteerd'. Een axiale code die op basis van vroegere analyses werd gevormd is: 'waarom worden lifters meegenomen'. Ook de concepten die onderwerp waren van deze grotere categorieën werden axiaal gecodeerd.

Bij de selectieve codering werden de concepten geïntegreerd en met elkaar verbonden om ze te integreren tot een theoretisch kader. In deze fase werd gebruik gemaakt van het opstellen van pijlschema's om de data aan elkaar te linken. In deze fase werd ook het concept behoeften geïntegreerd om de redenen om lifters mee te nemen op te nemen in een theoretisch kader.

Op basis van het theoretisch kader, opgesteld met de specifieke codes en gelinkt aan de vooropgestelde onderzoeksvragen, werden de resultaten uitschreven.

1.6. Ethiek

Bij deze methode werd gebruik gemaakt van een vorm van participerende observaties waarbij de rol van de onderzoeker dikwijls geheim bleef. Dit roept ethische vragen op, maar dit valt volledig te verantwoorden. We baseren ons hiervoor op de ethische codes van de International Sociological Association (ISA, 2001). Deze codes gaan het diepst in op geheimhouding bij participerende observaties. (Mortelmans, 2007). Deze ethische code stelt dat geheimhouding van onderzoek in principe niet kan. Er worden echter twee situaties aangehaald waarin het wel mogelijk kan zijn. Ten eerste mag het onderzoek minimale risico's inhouden voor de deelnemers aan het onderzoek. Ten tweede mag het enkel indien het onderzoek niet kan uitgevoerd worden zonder de respondenten op de hoogte te stellen.

In dit onderzoek is er geen risico voor de respondent. De respondent heeft er zelf voor gekozen om de lifter mee te nemen. De verzamelde data worden vertrouwelijk behandeld en kunnen uiteindelijk niet meer teruggelinkt worden aan de respondent in kwestie wegens het anonieme karakter van het liften. Ten tweede is dit de enige mogelijke manier om dit onderzoek te voeren. In een experimentele fase voor de effectieve dataverzameling werd dit uitprobeerde. Er werden besloten dat het in de meeste gevallen belangrijk is om het onderzoek geheim te houden. Indien er vermeld wordt dat de lifter in kwestie bezig is met een onderzoek kan de relatie lifter-chauffeur aangetast raken en veranderen in onderzoeker-respondent. Dit is niet enkel nefast voor sociaal-wenselijke antwoorden, ook de mogelijkheid om strategieën na te gaan komt onder druk te staan.

De mate waarin de data bestaat uit vertrouwelijke informatie uit de persoonlijke levenssfeer is in dit onderzoek laag. De kans dat persoonlijke informatie uiteindelijk door derden wordt herkend als toebehorend tot een bepaald persoon is praktisch onbestaand.

2. Methode 2: Semigestructureerde interviews

Naast informele gesprekken werd ook gebruik gemaakt van semigestructureerde interviews. Er werd voor deze methode gekozen omdat dit de mogelijkheid geeft om diepgaander op de thematiek in te gaan. In wat volgt wordt de steekproef beschreven. Daarna staan we stil bij het opzet van deze methode. Vervolgens wordt het gebruikte materiaal beschreven, gevolgd door de gehanteerde procedure en de methode van data-analyse, om te eindigen met ethische issues in verband deze onderzoeksmethode.

2.1. Steekproef

De steekproef bestaat uit 8 respondenten. Dit is een laag aantal maar dit komt omdat deze methode als aanvulling werd gebruikt om meer diepgaande resultaten te bekomen, als ondersteuning voor de reeds gevonden data uit de informele gesprekken. Oorspronkelijk was het de bedoeling om meer interviews te doen, maar tijdens het onderzoek werd duidelijk dat het interessanter was om meer tijd te investeren in de informele gesprekken dan in de interviews.

Bij de verdeling van de steekproef werd rekening gehouden met vier variabelen. De allerbelangrijkste variabele is het feit dat men lifters meeneemt. Omdat het onderzoek zich uitdrukkelijk richt op mensen die lifters meenemen, is dit een essentiële voorwaarde. Hiernaast werd aandacht geschonken aan een goede verdeling tussen verschillende leeftijden. Omdat het aspect 'tijd' dikwijls aan bod komt bij de onderzoeksvragen was het van belang om alle leeftijdsgroepen te vertegenwoordigen in de steekproef. Ook een goede verdeling tussen mannen en vrouwen was noodzakelijk. Hier werd gewerkt met 3 vrouwen tegenover 5 mannen. Dit komt ongeveer overeen met de man/vrouw-verhouding voor het meenemen van lifters (zie verder). De vierde variabele is de geografische spreiding. Er werden zowel mensen geïnterviewd uit dorpen als uit steden. Wegens praktische redenen werden alle interviews in Oost – en West-Vlaanderen afgenomen.

Zes respondenten werden gerekruteerd door gebruik te maken van het netwerk van vrienden en kennissen. Dit was echter niet voldoende om de vooropgestelde verdeling te bereiken. Om voldoende respondenten te vinden die voldeden aan de juiste criteria werden Taxistop vzw en Route du Soleil vzw aangesproken met de vraag voor het gebruik van personen uit hun databanken. Wegens privacy redenen was dit echter niet mogelijk. Daarom werden extra respondenten op straat aangesproken die voldeden aan de juiste criteria.

De beschrijvende matrix van de respondenten ziet er als volgt uit:

Fictieve naam	geslacht	leeftijd	Woonplaats	burgerlijke stand	Beroep
Center boy	M	36	Deinze	Samenwonend	café uitbater
Sim	M	29	Petegem	Ongehuwd	Landschapswacht
Sofia	V	25	Gent	Ongehuwd	begeleidster Studio Globo
Geert	M	48	Moorsele	Gehuwd	zelfstandig vrachtwagenchauffeur
Matthias	M	25	Gent	Samenwonend	Student
Viviane	V	51	Klerken	Gehuwd	Opvoedster
Jozef	M	74	Denderleeuw	Gehuwd	gepensioneerd leraar wiskunde
Liliane	V	65	Hooglede	Gescheiden	ex-cafébazin

Het is zeker niet de bedoeling om een representatief beeld weer te geven met deze steekproef. Het is wel de bedoeling om de verschillende groepen aan bod te laten komen en zo meer diepgang te kunnen bereiken. In die zin is dit een geslaagde steekproef.

2.2. Opzet

Het opzet van deze methode bestond erin om de onderzoeksvragen diepgaander te bestuderen dan mogelijk is met de informele gesprekken. Bij deze methode was het dus vooral de bedoeling om aanvullende en verdiepende data te verzamelen in verband met de onderzoeksvragen.

2.3. Materiaal

Voor deze interviews werd gebruik gemaakt van een vooropgestelde topiclijst, een inleidende drop-off en een afsluitende vragenlijst. Deze lijsten kan je terugvinden in bijlage 3. De topiclijst werd niet gehanteerd als een statisch gegeven, maar als een dynamische leidraad doorheen de interviews. Tijdens het onderzoek werd cyclisch tewerk gegaan. Periodes van dataverzameling werden gevolgd door periodes van data-analyse waarna de topiclijst werd aangepast en bijgestuurd in de goede richting om zo dicht mogelijk aan te sluiten bij de onderzoeksvragen en de probleemstelling.

De inleidende drop-off bestond uit een kleine inleiding op het onderzoek, gevolgd door vragen over demografische kenmerken en relevante informatie voor het onderzoek.

De topiclijst volgde een logische opbouw. Er werd gestart met introductievragen, gevolgd door transitievragen, daarna de sleutelvragen en er werd geëindigd met besluitende vragen.

Bij de introductievragen kregen de respondenten 10 verschillende foto's voorgeschoteld. Op deze foto's staan verschillende lifters afgebeeld (zie bijlage3.4). De respondenten kregen de opdracht om deze foto's te rangschikken volgens wie ze eerst zouden meenemen en wie het laatst, of helemaal niet. Daarna werd gepeild naar de motivatie van deze rangschikking. Op deze manier werd duidelijk in welke mate de respondenten belang hechten aan uiterlijke kenmerken én wat die uiterlijke kenmerken zijn die een invloed uitoefenen. Daarna kregen de respondenten twee andere foto's te zien in verband met liften. Bij deze foto's was het de bedoeling te peilen naar het algemeen beeld dat men over lifters heeft. Deze vraag werd echter snel aan de kant geschoven aangezien ze geen duidelijke meerwaarde toevoegde aan de interviews. De introductievragen werden vervolgd met een vragenset in verband het liftgedrag van de respondent. De gestelde vragen waren afhankelijk van het feit of de respondent al dan niet zelf gelift heeft en peilden vooral naar de context, opinies en ervaringen, gekaderd in de specifieke tijdsperiode.

Bij de transitievragen werd nagegaan in welke mate men de eigen (hypothetische) kinderen al dan niet toestemming zou geven om zelf te liften. Bij deze vraag werden twee verschillende contexten voorgesteld. Deze vraag had tot doel om meer te weten te komen over de mate waarin men bewust is van de mogelijke risico's en welke strategieën gehanteerd worden om hier mee om te gaan.

De sleutelvragen kijken vervolgens naar welke beoordeling de respondenten geven aan het liften. Verder werd er gepeild naar de mate waarin respondenten menen dat er risico's verbonden zijn aan het liften. Na analyse werd hier een extra dimensie aan toegevoegd. Namelijk het feit of men bij risico's denkt aan de mogelijkheid van een verkeersongeval of het ontmoeten van een persoon met slechte bedoelingen. Verder werd gefocust op de redenen waarom lifters worden meegenomen en de strategieën die hiervoor gehanteerd worden. Daarna werd verder stilgestaan bij het concept 'vertrouwen' en de strategieën die gehanteerd worden om dit vertrouwen te ontdekken. Na eerdere analyses werd ook vastgesteld dat het interessant is om te peilen naar gemeenschappelijke zaken tussen chauffeurs die lifters meenemen.

Bij de besluitende vragen werd ten slotte gevraagd naar de onderwerpen die de respondent het belangrijkste vond, of werd de respondent geconfronteerd met enkele tegenstrijdigheden die tijdens het interview naar boven kwamen.

De afsluitende vragenlijst handelde over redenen om een lifter al dan niet mee te nemen. De respondent kreeg telkens een 10-puntenschaal voorgeschoteld, variërend tussen niet meenemen en zeker meenemen. Op het einde werd gevraagd naar drie redenen om een lifter zeker mee te nemen, en drie redenen om een lifter zeker niet mee te nemen.

2.4. Procedure

Met de respondenten die bereid waren om mee te werken werd telkens een uur en plaats afgesproken waarop het interview kon plaatsvinden. In de meeste gevallen was dit bij de respondent thuis. Dit zorgde voor een veilige vertrouwde omgeving voor de respondent. Het interview werd opgenomen met een dictafoon na toestemming van de respondent. De gemiddelde duur van de interviews bedraagt 25 à 30 minuten. Zoals eerder vermeld werd de topiclijst niet als een statisch gegeven gebruikt. Er werd ingespeeld op wat de respondent in het interview aanbracht. Dit is de kracht van semigestructureerde interviews.

2.5. Data-analyse

De data uit beide onderzoeksmethodes werd samengevoegd vanaf de fase van de axiale codering. De open codering gebeurde nog gescheiden.

Bij deze onderzoeksmethode was het zo dat de data in een ruwere versie werd verzameld dan bij de andere methode. De interviews werden na afname volledig uitgetypt. Op basis van deze ruwe data werd een open codering uitgevoerd. Ook hier werd vertrokken van een aantal theoretisch relevante codes op basis van de literatuurstudie, terwijl nieuwe codes op inductieve wijze werden toegevoegd, op basis van de data.

De open codering leverde ongeveer gelijke codes op als die van de andere methode. Het verschil tussen beide methodes bestond er echter in dat de data uit de interviews op bepaalde plaatsen dieper inging op de thematiek en dat de data uit de informele gesprekken een ruimer beeld schepten.

Deze open codes werden dus onderwerp van de axiale en selectieve codering zoals die werd beschreven bij het onderdeel data-analyse van de voorgaande onderzoeksmethode.

2.6. Ethiek

Deze methode van onderzoeken roept minder ethische issues op dan de voorgaande, omdat hier geen gebruik gemaakt werd van geheimhouding. De respondent was zich ten volle bewust van de doeleinden van het interview. Het interview werd ook opgenomen, telkens na uitdrukkelijke mondelinge goedkeuring van de respondent. De respondent kreeg de keuze om een schuilnaam te verzinnen die later gebruikt wordt om te verwijzen naar de interviews in de rapportage. Slechts 2 van de respondenten wensten hiervan gebruik te maken. Dit heeft te maken met de lage mate van vertrouwelijkheid van de data. Het gaat hier met andere woorden niet over informatie waarvan de respondenten liever niet hebben dat derden deze te weten komen. Toch wordt er vertrouwelijk omgegaan met de bekomen data. De respondenten waren ten slotte allen enthousiast om aan dit onderzoek mee te werken.

III. RESULTATEN

1. Inleiding

In totaal werden 54 informele gesprekken gevoerd en 8 interviews afgenomen. Dit leverde zowel kwalitatieve als kwantitatieve data op die samen gebruikt worden in de presentatie van de resultaten. De resultaten zullen hier worden voorgesteld aan de hand van de structuur van de onderzoeksvragen.

Eerst wordt op basis van de kwantitatieve vaststellingen een beeld geschetst van het liften vandaag. Dit dient vooral als achtergrond om de resultaten beter te kunnen kaderen. Vervolgens staan we stil bij wie de mensen zijn die nog lifters meenemen, waarom lifters al dan niet worden meegenomen, hoe bewust ze zijn van mogelijke risico's verbonden met het liften en welke strategieën gehanteerd worden om vertrouwen op te bouwen in de lifter. Ieder onderdeel wordt afgesloten met een besluit.

Tussen 29 januari 2011 en 12 april 2011 werd met 54 verschillende voertuigen meegelift. Om de specifieke gegevens per lift te bekijken kan u terecht in bijlage 5. Om de achtergrond en context hiervan duidelijk te maken zullen we even stilstaan bij enkele cijfers.

De methodes die gebruikt werden om te liften zijn: met de duim (36), met een liftbordje (12) of vragend aan chauffeurs langs tankstations (6).

De gemiddelde wachttijd of succesratio van het liften bedroeg 7 minuten en 26 seconden. De snelste lift werd verkregen na een halve minuut. De maximale wachttijd bedroeg 32 minuten bij het vragend liften en 28 minuten bij het liften met de duim. In totaal werd door de onderzoeker 6 uur en 42 minuten op een lift gewacht en werd 1054 km al liftend afgelegd. Deze cijfers geven enkel een idee van de realiteit weer maar zijn zeker niet representatief. Dit komt omdat alles afhankelijk is van een groot aantal factoren die werden besproken in 4.8. (de link met het liften). Deze cijfers worden hier in de eerste plaats weergegeven om aan te tonen dat liften vandaag niet uitgestorven is en dat nog steeds veel mensen bereid zijn een lifter mee te nemen. Dit onderzoek is dus geen dode letter.

2. Wie zijn de mensen die lifters meenemen?

Zoals uit voorgaande cijfers blijkt zijn nog veel mensen bereid om een lifter mee te nemen. Maar wie zijn nu precies die mensen die bereid zijn om lifters mee te nemen? Een antwoord op deze vraag zal gegeven

worden op basis van de data uit de informele gesprekken en daarna aangevuld met data uit de interviews. We kunnen hier geen beroep doen op vergelijkende data uit eerder gevoerd onderzoek, omdat de groep chauffeurs nog niet blijkt bestudeerd te zijn.

2.1. Vaststellingen

2.1.1. Kwantitatief

De verwerking van de informele gesprekken maakt het mogelijk om hier gebruik te maken van enkele cijfergegevens. Deze gegevens zijn terug te vinden in bijlage 5. We kunnen deze groep mensen afbakenen aan de hand van enkele sociale achtergrondkenmerken en kenmerken met betrekking tot de specifieke liftsituatie. Deze kenmerken zijn: samenstelling van het gezelschap naar aantal en geslacht, leeftijd, sociale status, reden voor verplaatsing, zelf al dan niet gelift hebben en de graad waarin men lifters meeneemt.

Ten eerste kunnen we kijken naar de samenstelling van de personen in het liftgevend voertuig. Deze samenstelling bestond hoofdzakelijk uit mensen die alleen in de wagen zaten (45). Twee keer zat er naast een volwassen bestuurder ook één of meerdere kinderen in de wagen. De resterende zeven liften werden door koppels aangeboden. Van de 47 liften die werden gegeven door één volwassene was 38% van het vrouwelijk geslacht (18) en 62% van het mannelijk geslacht (29).

De volgende variabele is leeftijd. De gemiddelde leeftijd bedroeg 41 jaar (40.8). De jongste chauffeur was 20 jaar en de oudste was een koppel van 72 jaar. De spreiding van de leeftijden is gelijk verspreid rond dit gemiddelde (Q1=30; Q3=50)

De sociale status van de liftgevers werd nagegaan aan de hand van hun beroep en het soort voertuig waarmee men rijdt. De beroepen van de liftgevers zijn zeer uiteenlopend. Van de 54 liften werd bij 33 personen het beroep vastgesteld. De beroepen variëren van productiearbeider tot bedrijfsleidster, van gevangenisconsulent of vrachtwagenchauffeur tot onderwijzer. In die verscheidenheid valt op dat veel mensen een 'sociaal' beroep uitoefenen, in die zin dat ze veel sociale contacten hebben op hun werk. Niet enkel expliciet in de sociale sector, maar ook onderwijzers (5), psychologen (2) en een thuisverpleegster. Verder valt ook het grote aantal personen op die voor hun werk veel en alleen onderweg zijn zoals vrachtwagenchauffeur, expert verzekeringen, installateur, vertegenwoordiger, fotografe, carrièreondersteuner, houtleverancier, thuisverpleegster en dergelijke. De verschillende voertuigen werden onderverdeeld in 7 categorieën. Alle 54 voertuigen kunnen in een categorie ondergebracht worden. De categorieën zijn de volgende: een kleine wagen (5), een gezinswagen (31), een lichte vracht (3), bestelwagen (4), vrachtwagen (1), luxewagen (8) en terreinwagen (2).

Bij de reden voor verplaatsing stellen we vast dat 20 chauffeurs onderweg waren voor het werk of studies. Woon-werkverkeer zit hier ook inbegrepen. 28 personen waren onderweg in hun vrije tijd en bij 6 liften werd de reden niet vastgesteld.

Het merendeel van de chauffeurs die stopte heeft zelf ooit nog gelift (65% of 34 personen). 18 personen hadden nog nooit gelift (35%). Bij twee personen werd de vraag niet beantwoord. Van de 34 personen die aangaven ooit gelift te hebben, hadden 12 mensen slechts weinig gelift terwijl 22 mensen veel gelift hadden.

De mate waarin de chauffeur doorgaans bereid is om lifters mee te nemen wordt onderverdeeld in zeven categorieën: geen antwoord (2), eerste keer (2), weinig (6), soms (8), indien mogelijk (16), meestal (16) en altijd (4).

2.1.2. Kwalitatief

Vanuit de kwalitatieve analyse van de interviews kunnen enkele aanvullende suggesties gemaakt worden. Deze suggesties gebeuren in de vorm van bepaalde hypotheses die ondersteund worden door passende quotes vanuit de interviews.

Altruïsme

Deze eerste en belangrijkste hypothese stelt dat mensen die bereid zijn om lifters mee te nemen over het algemeen veel meer hulpvaardig zijn tegenover hun onbekende medemens. Het meenemen van lifters is hier een specifieke uiting van.

Center boy: [...] “khebbekik ier al mensen gehad, die ik zie met twee kindjes, die van de winkel komt. Dak weet dat ze 3-400 meter verder stoppen omdat ze pijn hebben aan ilder voeten. Awel ik ga den eersten zijn voor te stoppen en zeggen, ja. Zo euh, als ik in de ikea sta en kzie mensen sukkelen met het inladen van zware dingen, ben ik altijd den eersten... Alee, dat is mijnen aard van doen..”²

Het meenemen van lifters kan dus gezien worden als een specifieke uiting van de bereidwilligheid om onbekende mensen te helpen, zonder dat er één of andere vorm van vergoeding tegenover staat. We kunnen hier met andere woorden spreken van een altruïstische ingesteldheid.

² Interview met Centerboy, 36 jaar

Sociaal netwerk

Een volgende hypothese omschrijft mensen die lifters meenemen als mensen die graag en veel sociale contacten hebben. Het gaat dus om twee specifieke individuele kenmerken, die onderling met elkaar verbonden zijn, waardoor deze mensen sneller geneigd zijn een lifter mee te nemen. Deze eigenschappen zijn: het hebben van veel sociale contacten en graag sociale contacten aangaan.

***RD:** Ja, of hoe zou je kunnen het verschil maken tussen mensen die lifters meenemen en mensen die geen lifters meenemen?*

***Geert:** Hmm, ja... kheb er geen gedacht mee... Maar misschien dat er mensen met minder sociaal contact minder zjirre ne lifter gaan meepakken. Mensen die eerder een gesloten karakter hebben, die het ontzien voor in conversatie te gaan, gaan waarschijnlijk gene lifter meepakken gow, verstajet? Gow, ik ben ook ne persoon, ik zou klappen tegen een hondje met een klakse hé zeggen ze in tijde. En da is wel dan azoo van ja, kga den dien e keer meepakken, kun der dan e kji e woord tegen klappen.³*

Hier zie je dus dat het open staan voor sociale contacten met onbekenden dus een mogelijke belangrijke beschrijvende eigenschap is van mensen die lifters meenemen. Op basis van de theorie kunnen we deze hypothese ook veralgemenen naar mensen die een groot sociaal netwerk hebben want dit is vergelijkbaar met de stelling dat de mate van vertrouwen een significante relatie heeft met het ingebed zijn in sociale netwerken (Welch et. Al., 2007).

2.2.Besluit

Op basis van de data van het eigen onderzoek kunnen we besluiten dat de overgrote meerderheid van de mensen die lifters meenemen alleen in hun wagen zitten. Zowel mannen als vrouwen zijn bereid om lifters mee te nemen maar binnen de grenzen van dit onderzoek kunnen er geen uitspraken gedaan worden over de mate waarin dit zo is wegens het gebrek aan representativiteit. Ook op basis van leeftijd kunnen we voorzichtig stellen dat iedere leeftijdscategorie in een bepaalde mate bereid is om lifters mee te nemen, aangezien iedere leeftijdscategorie duidelijk vertegenwoordigd is. Op vlak van sociale status valt op dat verschillende statusgroepen lifters meenemen. Het meenemen van liften lijkt dus niet klasse gebonden te

³ Uittreksel interview met Geert, 48 jaar.

zijn. Zowel arbeiders, middenklasse als hogere klasse is vertegenwoordigd. Dit werd afgeleid uit de combinatie beroep en type wagen. Mensen die lifters meenemen zijn zowel personen die voor hun werk onderweg zijn, als mensen in de vrije tijd. Deze verhouding is afhankelijk van het tijdstip van de dag waarop gelift wordt. Het merendeel van de mensen die stoppen heeft ooit nog zelf gelift en neemt meestal lifters mee als dit praktisch mogelijk is.

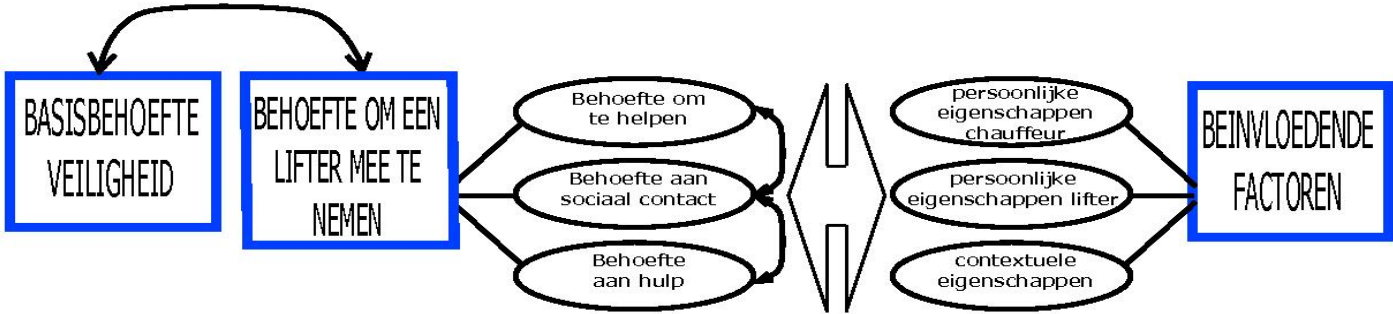
Wat deze groep mensen echter duidelijker als groep omschrijft is hun gemeenschappelijke altruïsme. Het gaat om mensen die zich hulpvaardig opstellen tegenover andere, al dan niet onbekende medemensen. Op basis van bestaande theorieën kunnen we hiervoor een mogelijke verklaring formuleren: namelijk dat deze mensen een groot sociaal netwerk hebben en ook graag sociale contacten aangaan met andere mensen (Welch et. Al., 2007). We bouwen hier verder op theorieën over de mate van vertrouwen in onbekenden afhankelijk van de omvang van sociale netwerken. In die zin is het liften een interessante case voor verdere studies in verband met vertrouwen in onbekenden, altruïstisch gedrag en de link met sociale netwerken.

3. Waarom worden lifters al dan niet meegenomen?

Een lifter wordt zelden ‘zomaar’ meegenomen. Meestal zijn er achterliggende motieven aanwezig bij de chauffeur die kunnen onderzocht worden. Zo werd het in dit onderzoek duidelijk dat chauffeurs steeds een afweging maken van bepaalde behoeften vooraleer ze beslissen een lifter al dan niet mee te nemen. Op basis van de data uit de informele gesprekken samen met de data uit de interviews kunnen we verschillende behoeften onderscheiden waarom mensen lifters meenemen. Enkele verschillende behoeften zoals de behoefte aan sociaal contact, de behoefte om te helpen of de behoefte om hulp, worden afgewogen aan de basisbehoefte aan veiligheid. In deze afweging wordt beslist welke behoefte het meest doorweegt.

De verschillende behoeften kunnen elk op een andere manier doorwegen op de beslissing om de lifter al dan niet mee te nemen. Bepaalde behoeften zullen dus eerder leiden tot het meenemen van een lifter. Maar deze behoeftes worden ook beïnvloed door de specifieke context en persoonlijke kenmerken van de betrokken partijen. Er treden ook interacties op tussen de verschillende behoeften en de beïnvloedende factoren. Hieronder vindt u een beknopte grafische weergave van deze resultaten. In bijlage 6 vindt u een uitgebreidere versie van deze resultaten. In wat volgt worden eerst deze behoeften besproken, daarna de beïnvloedende factoren, gevolgd door de mogelijke interacties.

Een opmerking hierbij is dat er enige overlap kan bestaan met de voorgaande onderzoeksvraag, omdat de redenen om een lifter mee te nemen voor een stuk beïnvloed worden door wie de persoon in kwestie is.



3.1. Behoeftte aan veiligheid

Iedere chauffeur weegt bij het meenemen van een lifter verschillende behoeften aan elkaar af. De behoeftte aan veiligheid wordt hierbij afgewogen aan behoeften aan sociaal contact, de behoeftte aan hulp of de behoeftte om te helpen. De behoeftte aan veiligheid komt hier naar boven, omdat er een duidelijk beeld bestaat dat het meenemen van een lifter een zeker risico kan inhouden.

Op basis van de behoeftenpiramide van Maslow (1943) zien we dat de behoeftte van veiligheid op een basisniveau actief is, terwijl de andere behoeften die te maken hebben met het meenemen van een lifter zich op een hoger niveau situeren. We kunnen ons dan de vraag stellen of deze chauffeurs voldaan zijn in hun behoeftte aan veiligheid bij het stoppen voor een lifter. In een volgend hoofdstuk gaan we hier dieper op in.

3.2. Behoeftte om te helpen

Eerder werd gesuggereerd dat mensen die lifters meenemen over het algemeen hulpvaardig zijn tegenover andere al dan niet onbekende medemensen, ze zijn eerder altruïstisch ingesteld. Dit helpen werd dan ook heel dikwijls door chauffeurs aangehaald als motivatie om een lifter mee te nemen. De behoeftte om te helpen kunnen we echter opdelen in twee verschillende achterliggende motieven: wederkerigheid en eenzijdigheid. Het is echter niet zo dat het gaat om het ene of het andere. De beide achterliggende motieven zijn meestal samen aanwezig, waarbij ofwel de wederkerigheid, ofwel de eenzijdigheid primeert.

3.2.1. Wederkerigheid

Eenzijds heb je de groep mensen die lifters meenemen, die zelf ook nog gelift hebben. Het helpen van een lifter kan hier gezien worden als een vorm van wederkerigheid. In die zin spreken we over ‘serial reciprocity’ (Moody, 2008). Het gaat hier om mensen die ooit zelf geholpen werden, en nu een behoefte hebben om anderen te helpen als vorm van compensatie. Het belangrijkste aan deze vorm van wederkerigheid is dat de wederkerigheid zich niet richt naar dezelfde persoon die vroeger met iets geholpen heeft, maar naar een andere derde. Uit de cijfergegevens van de 54 liften bleek dat 65% van de chauffeurs ooit zelf gelift heeft. We kunnen hier dus spreken van de grootste groep mensen. Een illustratie van die wederkerigheid is de volgende:

Tijdens de korte rit met Matti, die net van de universiteit kwam, vroeg ik hem of hij dikwijls lifters meeneemt. Hij antwoordde: ‘Tuurlijk, ik neem altijd lifters mee als ik er zie staan! Ik lift zelf ook heel veel en vind da ook tof om meegepakt te worden!’⁴

Indien men dus zelf gelift heeft, kan men zich beter in de situatie inleven hoe het is om te wachten. Men zal dan sneller geneigd zijn een lifter mee te nemen. De behoefte om lifters mee te nemen wordt dus veroorzaakt door een achterliggende behoefte om iets terug te doen voor de liften die men vroeger zelf heeft gekregen. Deze vorm van wederkerigheid is echter niet steeds aan de orde, dikwijls gaat het ook om spontane hulp.

3.2.2. Eenzijdigheid

Natuurlijk hebben niet alle mensen die lifters meenemen zelf ooit gelift. Bij hen kan de wederkerigheid dus niet gezien worden als een ‘serial reciprocity’. Het gaat om onvoorwaardelijk helpen. Meestal zijn er echter toch nog enkele impliciete voordelen voor de chauffeur in een andere vorm. Bijvoorbeeld het goede gevoel dat de chauffeur over houdt van iemand te helpen. Op deze manier wordt voldaan aan een behoefte voor waardering en erkenning. Hier komen we later nog op terug. Het helpen van een onbekende is dus een duidelijke beweegreden voor het meenemen van een lifter. Enkele illustraties hiervan:

RD: *‘Heb je ooit zelf gelift?’*

⁴ Uittreksel uit veldnota’s lift 46 met Matti, 20 jaar.

*GIOVANNI: 'Nink nink, da durve kik nie wi, kpeis dak dar de kloten nie voor heb. Maar als ik er een zie staan en ik heb plekke over in mijn auto wil ik hem wel altijd een stuk verder helpen ja, waarom niet?'*⁵

Indien men dus zelf al gelift heeft of niet, het meenemen van een lifter kan in beide gevallen gezien worden als het vervullen van een behoefte om anderen te helpen. Dit kan zowel vanuit de 'serial reciprocity' gezien worden, meestal indien men zelf al gelift heeft, of als het onbaatzuchtig helpen van een onbekende medemens die hulp vraagt.

3.3.Behoeftte aan hulp

Lifters worden niet enkel meegenomen omdat chauffeurs de behoefte hebben om te helpen. Dikwijls is het ook zo dat de chauffeurs zelf behoefte hebben aan hulp. Op basis van waargenomen risico's en eventuele andere behoeften komt men tot de behoefte aan hulp. Deze behoefte wordt dan afgewogen aan de behoefte aan veiligheid. In deze afweging wordt de beslissing gemaakt om de lifter al dan niet mee te nemen. We werken dit verder uit in twee passende voorbeelden.

Een eerste voorbeeld is de situatie waarbij een lifter wordt meegenomen om te helpen kijken voor snelheidscontroles.

*Net na het instappen deed Annemie haar beklag over het smogalarm dat van kracht was op de autosnelweg. Ze had geen zin om opnieuw een snelheidsovertreding te begaan, maar was er zich terzelfdertijd van bewust dat ze het heel moeilijk heeft om niet sneller te rijden dan 90 km per uur. Daarom vroeg ze me of ik het zag zitten om haar te waarschuwen als ik een flitspaal of een mobiele flitscontrole zag staan.*⁶

Annemie had hier dus de behoefte om snel te rijden. Ze voelde zich hierin bedreigd door het waargenomen risico op een snelheidsovertreding. Het meenemen van een lifter is hier dan het voldoen aan een behoefte aan hulp om een waargenomen risico te vermijden.

Een tweede voorbeeld gaat over de situatie waarin de chauffeur behoefte heeft aan hulp om de juiste weg te vinden.

⁵Uittreksel uit veldnota's, Lift 53 met Giovanni, 26 jaar.

⁶ Uittreksel uit veldnota's, lift 4 met Annemie, 48 jaar.

*Rita stopte voor een lifter met bordje 'Gent'. Rita moest zelf ook naar Gent. Ze doet dit echter slechts één maal per jaar en is enorm slecht met wegen. Ze vroeg daarom meteen na het instappen: 'Kan je me helpen de juiste weg te vinden naar Gent?'*⁷

Opnieuw komt de behoefte aan hulp hier naar boven om een waargenomen risico te vermijden, namelijk de weg kwijt geraken.

In beide gevallen primeert de behoefte aan hulp door het meenemen van een lifter boven de behoefte aan veiligheid. Onder invloed van achterliggende behoeften en waargenomen risico's wordt beslist dat het meenemen van een lifter bepaalde behoeftes kan bevredigen.

3.4. Behoeftes aan sociaal contact

Vooraf uit de informele gesprekken met de liftgevers werd duidelijk dat ook veel chauffeurs lifters meenemen uit behoefte aan sociaal contact. Uit de interviews kwam dit echter in mindere mate aan bod, maar het was er wel aanwezig. Uit de cijfers zien we dat 45 van 54 voertuigen slechts één inzittende telde. Iemand hebben om tegen te praten onderweg kan dus ook een reden zijn om een lifter mee te nemen. Sociaal contact als motivatie kan opgedeeld worden in twee categorieën: puur uit interesse, of voor het hebben van een gesprekspartner. Beide categorieën hebben verschillende achterliggende behoeftes.

3.4.1. De lifter als interessant figuur

Voor bepaalde chauffeurs wekt het zien van een lifter de interesse op in de beweegredenen of het doel van de lifter in kwestie. Zeker vandaag de dag in een tijd waar er niet meer veel lifters te zien zijn speelt dit criterium een rol. Het zien van een lifter wekt dan een behoefte aan kennis op bij de chauffeur.

Lift 12 is hier een mooi voorbeeld van:

*"Joris had nog nooit een lifter meegenomen. Toen hij me zag stopte hij meteen. Na het instappen vroeg hij me logischerwijs waar ik heen moest. Daarna begon hij te vragen hoe lang ik er al stond, of liften wel nog werkt tegenwoordig, waarom ik niet met het openbaar vervoer reisde, of het wel nog dikwijls gedaan wordt en andere vragen over het liften."*⁸

⁷ Uittreksel uit veldnota's, lift 54 met Rita, 53 jaar.

⁸ Uittreksel uit veldnota's Lift 12 met Joris, 35

De chauffeur in kwestie was hier dus geïnteresseerd in de lifter en het fenomeen liften, hij had behoefte aan kennis over dit specifieke domein. De beweegreden is hier dus eerder interesse (de behoefte aan kennis) dan louter het hebben van een gesprekspartner onderweg (de behoefte aan sociaal contact).

3.4.2. Gesprekspartner

Andere chauffeurs nemen een lifter mee voor het gesprek. Ook hier is het mogelijk dat er interesse is in de persoon of het fenomeen maar dit is niet de hoofdzaak om de lifter mee te nemen. Het gaat vooral om een behoefte aan sociaal contact. De achterliggende motivatie kan hier eerder gezocht worden in de verveling van de chauffeur die een behoefte aan sociaal contact oproept. Het meenemen van een lifter kan er dan voor zorgen dat de eenzame tijd in de wagen sneller voorbij vliegt.

Lift 51 als illustratie:

“Angie rijdt niet graag met de wagen. Toen ze een lifter zag staan deed ze meteen een teken dat ik mee kon. Ze stopte iets verder op een behoorlijk onveilige plek. Vanaf het moment dat ik instapte, tot ik er 20 km verder weer uitstapte, was er geen minuut stilte geweest. We praatten over de bluesrock die uit haar radio kwam, over haar man, haar kinderen, haar leven, haar jeugd, ...”⁹

De chauffeur in kwestie nam dus een lifter mee uit behoefte aan sociaal contact, voor het hebben van een gesprekspartner. Opvallend is ook dat de inhoud bij deze gesprekken behoorlijk persoonlijk kan zijn. De specifieke context van een onbekende gesprekspartner voor korte duur leent zich goed voor dergelijke onderwerpen.

3.5. Voorlopig besluit

We hebben dus drie belangrijke behoeften onderscheiden waarom mensen lifters meenemen, waarbij deze behoeftes telkens worden afgewogen aan de behoefte aan veiligheid. Deze verschillende behoeften kunnen echter ook in bepaalde gevallen samen aanwezig zijn. Zo kan iemand een lifter meenemen uit behoefte aan hulp, en tegelijk ook uit behoefte aan sociaal contact. In iedere situatie kan de verhouding van de behoeften verschillend liggen. Het lijkt wel zo dat deze drie geïdentificeerde behoeften het meest voorkomen. Dit sluit niet uit dat ook andere behoeften kunnen aanwezig zijn.

⁹ Uittreksel uit veldnota's Lift 51 met Angie, 56

Het voorkomen van deze behoeften is op zijn beurt sterk afhankelijk van enkele beïnvloedende factoren. Deze worden hier verder besproken.

3.6. Beïnvloedende factoren

Zoals eerder gezegd volgt de beslissing voor het al dan niet meenemen van een lifter op de afweging van verschillende behoeften tegenover de behoefte aan veiligheid. Er is namelijk dikwijls het waargenomen risico dat de lifter mogelijk slechte bedoelingen heeft. Er zijn veel factoren die deze afweging beïnvloeden. Deze factoren worden onderverdeeld in persoonlijke eigenschappen van de chauffeur, persoonlijke eigenschappen van de lifter en contextuele eigenschappen.

3.6.1. Persoonlijke eigenschappen van de chauffeur

De persoonlijke eigenschappen van de chauffeur hebben betrekking op de gemoedstoestand van de chauffeur en/of zijn passagiers, het willen indruk maken en de socialisering van de chauffeur. Een illustratie van de gemoedstoestand is de volgende:

***RD:** “Er staat een lifter langs de kant van de weg. Waarom zou je hem meepakken of waarom zou je hem nie meepakken?”*

***Matthias:** “Eerst kijken de mensen wat ze zelf te doen hebben. Eerst moet je goesting hebben om lifters mee te pakken en dan moet je, als je zo bent, ga je kijken of je tijd hebt. En als je echt tijd en goesting hebt en in een goed humeur bent, stemming... stemming doet er wel veel toe peis ik. [...]”¹⁰*

De bereidheid van chauffeurs om een lifter mee te nemen hangt er dus van af of men er op dat moment wel zin in heeft om een onbekende mee te nemen, om hun stuk private ruimte op de openbare weg te delen met iemand anders.

Het is ook mogelijk dat de chauffeur een lifter wil meenemen om indruk te maken op de lifter. Deze indruk kan betrekking hebben op het voertuig of de rijstijl van de chauffeur. Het is duidelijk dat de machtsrelatie chauffeur-passagier of bezitter – niet-bezitter van een wagen hier duidelijk naar boven komt.

¹⁰ Uittreksel uit interview met Matthias, 25 jaar.

Een laatste persoonlijke eigenschap heeft te maken met het socialiseringsproces van de chauffeur:

RD: *'Neem je dikwijls lifters mee?'*

ANJA: *'Meestal als ik er zie staan en ik moet de juiste kant op. Het is een gewoonte dat ik eigenlijk heb overgenomen van mijn vader'.¹¹*

Het meenemen van lifters kan dus ook mee beïnvloed worden door socialisatieprocessen. Niet enkel door primaire socialisatie zoals in het voorbeeld, maar ook door secundaire socialisatie.

3.6.2. Persoonlijke eigenschappen van de lifter

Persoonlijke eigenschappen van de lifter kunnen op hun beurt ook hun invloed uitoefenen in de beslissing om al dan niet een lifter mee te nemen. Op basis van het onderzoek werden drie belangrijke eigenschappen geïdentificeerd. Namelijk de samenstelling en het geslacht van het liftgezelschap, de kledij van de lifter en het bijhebben van attributen.

Het eerste kenmerk is de samenstelling en geslacht van de lifter(s). Uit de interviews kwam een duidelijk beeld naar boven: veel mannen gaven aan dat ze vrouwen sneller zullen meenemen. Dit werd ook dikwijls vanzelfsprekend gevonden:

RD: *Ik zie dat je alle vrouwen vanboven hebt gezet*

Geert: *Das normaal, ja, is da nie een beetje de normale gang van zaken?*

RD: *Is da dan omdat je minder benauwd bent van...*

Geert: *Weja, da scheelt wel wi, lik van den dien azoo (foto 8) of den dien (foto 8) gowja.¹²*

Ook de vrouwen waren van mening dat vrouwen over het algemeen sneller worden meegenomen dan mannen. We kunnen dus suggereren dat vrouwen sneller worden meegenomen dan mannen. Andere data die deze hypothese ondersteunen werd gehaald uit de introductievraag waarbij de respondenten 10 foto's (bijlage 3.4.) te zien kregen om te rangschikken volgens wie ze eerst zouden meenemen en wie het laatst. Op basis van deze rangschikking werd een top drie opgesteld van de foto's die meest voorkomen bij de eerste drie keuzes van de respondent en een top drie van de foto's die het meest voorkomen bij de laatste

¹¹ Uittreksel uit veldnota's, Lift 38 met Anja, zelf nooit gelift, 35 jaar.

¹² Uittreksel uit interview met Geert, 48 jaar.

drie keuzes van de respondent (zie bijlage 4). Het valt hierbij op dat de eerste top drie integraal uit vrouwen bestaat (foto 1, 2 en 3), en de laatste top 3 integraal uit mannen (foto 8, 9 en 10).

Bij de samenstelling van het gezelschap kunnen we besluiten dat chauffeurs vooral geneigd zijn om solo-lifters mee te nemen, zeker indien men zelf alleen in de wagen zit. Indien het gezelschap uit meerdere personen bestaat, worden 2 vrouwen sneller meegenomen (foto 3 met 2 vrouwen kwam meest voor in top 3) en maken 2 mannen het minste kans.

Deze vaststellingen in verband met samenstelling en het geslacht van het gezelschap zijn vergelijkbaar met de vaststellingen uit de weinige onderzoeken die over dit thema werden gevoerd vanuit het lifters-perspectief. Ook de bestaande clichés dat vrouwen veel sneller een lift krijgen aangeboden blijken te kloppen.

De kledij die de lifter draagt heeft ook een invloed op het gedrag van de chauffeurs. Chauffeurs lijken te veronderstellen dat de kledij iets over de persoon vertelt. Bij de afsluitende vragen van de interviews werden de respondenten gevraagd welke voorwaarden het meest van belang zijn voor het meenemen van een lifter. Voorwaarden in verband met het verzorgd voorkomen kwamen het meest aan bod. Ook bij de redenen om een lifter niet mee te nemen kwamen uiterlijke kenmerken het meest aan bod.

Tijdens dit onderzoek werd uitdrukkelijk gebruik gemaakt van enkele attributen om na te gaan wat hun invloed is op de voorbijrijdende chauffeurs. De attributen die gebruikt werden zijn: een liftbordje, een hond, een gitaar en een grote rugzak. Elk hebben ze een specifieke invloed.

Het gebruik van een liftbordje was dikwijls de expliciete aanleiding van een chauffeur om te stoppen. Door het zien van de bestemming op het liftbordje was men dikwijls sneller bereid om te stoppen:

Tijdens het liften aan de oprit van Brugge centrum met het bordje 'Lichtervelde' kreeg ik na 3 minuten een lift aangeboden door Rik. Rik stopte meteen toen hij me zag en zei: 'Ha, Lichtervelde! Daar moet ik ook zijn!' Tijdens de lift was de gemeente Lichtervelde ook het eerste gespreksonderwerp.¹³

Het gebruik van een liftbordje kan dus duidelijk gezien worden als een beïnvloedende factor. Het wijst ook duidelijk op de motieven van de lifter, zijn bestemming is duidelijk. Dit kan er voor zorgen dat de potentiële liftgever zich veiliger voelt.

¹³ Uittreksel uit veldnota's, lift 52 met Rik, 58 jaar.

Het bijhebben van een hond had ook een invloed op het liften. Voor het vertrek werd verondersteld dat het bijhebben van een hond eerder vertragend zou werken, terwijl dit uiteindelijk niet het geval was. We spreken hier wel over slechts zes liften, dus enige voorzichtigheid is op zijn plaats.

Mimi stopte meteen toen ze me zag. 'Zet uwe hond maar op den achterbank' zei ze. Tijdens het gesprek vertelde ze me dat ze vooral een voorkeur heeft voor lifters die een hond bijhebben, en dat deze lifters bij haar ook voorrang genieten.¹⁴

Het bijhebben van een hond kan dus ook een invloed uitoefenen. Veel is waarschijnlijk afhankelijk van het ras van de hond. Het betrof hier een hond van middelmatige grootte die telkens flink neerzat naast de lifter. Er kan hier ook verondersteld worden dat het bijhebben van een rottweiler een andere invloed kan uitoefenen dan het bijhebben van een schoothond.

Ook het bijhebben van een gitaar of een grote rugzak heeft een invloed. Langs de ene kant is het voor de chauffeurs gemakkelijker om de persoon te plaatsen in een bepaalde sociale groep, langs de andere kant kunnen deze attributen ook interesse opwekken. Hier komen we bij de interacties op terug.

We kunnen besluiten dat persoonlijke eigenschappen van de lifter een duidelijke invloed kunnen uitoefenen op de keuze van de chauffeurs. De samenstelling en geslacht, de kledij en de attributen schijnen een invloed te hebben. Een mogelijk achterliggende verklaring hierbij is het identificeren van een bepaalde sociale groep. Dit ligt in de lijn van theorieën die stellen dat samenwerking tussen onbekenden veel groter is als ze hen herkennen als leden van dezelfde sociale groep (Buchan et al, 2002, Foddy et al, 2009).

3.6.3. Contextuele eigenschappen

Naast de persoonlijke eigenschappen van beide betrokken partijen zijn er ook nog contextuele eigenschappen die de afweging van de behoeften kunnen beïnvloeden. De vijf contextuele eigenschappen die tijdens dit onderzoek naar boven kwamen zijn ten eerste de beschikbaarheid van vrije plaatsen in de wagen. Afhankelijk van de persoonlijke definitie van de chauffeur over een beschikbare plaats speelde dit voor veel respondenten een grote rol. Dit werd dan ook dikwijls als reden aangegeven om lifters mee te nemen.

¹⁴ Uittreksel uit veldnota's, lift 18 met Mimi, 30 jaar

Een tweede eigenschap is het feit of men dezelfde richting uit moet. Opnieuw afhankelijk van de persoonlijke opinie van de chauffeur over dezelfde richting gaven veel respondenten deze reden aan. Een aanvulling hierop is het feit of men nog een tussenstop moet maken onderweg om bijvoorbeeld te tanken of een pakketje op te halen. Dit weerhoudt chauffeurs er dikwijls van om lifters mee te nemen. Een derde groep contextuele eigenschappen die tijdens de liften door verschillende respondenten werd aangehaald zijn de weersomstandigheden. Bij het liften tijdens regenweer of vriestemperaturen kwam het een aantal keer voor dat de bestuurder in kwestie de lifter mee nam en iets zei in de aard van: “het is geen weer om daar zo lang buiten te staan, kom maar mee!” (zie lift 4, 20, 21, 22 in tabel met liften).

Een vierde eigenschap heeft te maken met de plaats waar wordt gelift. Deze plaats kan het liften beïnvloeden door de mogelijkheid om er al dan niet veilig te stoppen. Uit de interviews blijkt dat dit veel invloed heeft op de uiteindelijke beslissing. Daartegenover kan de liftplaats ook invloed uitoefenen door zijn socio-economische omgeving. De ruimtelijke uitstraling heeft een zekere invloed. Verlaten industrieterreinen wekken een ander beeld op dan bijvoorbeeld een uitvalsweg van een stad.

De laatste contextuele eigenschap heeft betrekking op het tijdstip waarop gelift werd. Uit alle verzamelde data blijkt dat er een groot verschil bestaat tussen dag en nacht.

De invloed van al deze beïnvloedende factoren wordt hier verder besproken bij de interacties.

3.7. Interacties

Zoals in het voorgaande al dikwijls duidelijk werd zijn er in dit model heel wat interacties terug te vinden. Er zijn zowel onderlinge interacties tussen de verschillende behoeftes om lifters mee te nemen als interacties tussen de behoeftes en de beïnvloedende factoren.

Wegens de grote omvang van het aantal interacties en de beperkte omvang van deze thesis kunnen niet alle interacties besproken worden. Daarom zullen we de interacties kort overlopen en telkens een passend voorbeeld vermelden op basis van het gevoerde onderzoek.

De afweging van de basisbehoefte aan veiligheid tegenover de behoefte om een lifter mee te nemen gebeurt niet zomaar. Er zijn hier interacties tussen de verschillende beïnvloedende factoren. De behoefte aan veiligheid interageert bijvoorbeeld met het socialiseringsproces van de chauffeur of met kledij of attributen van de lifter. Deze interacties kunnen er zowel een positief als een negatief gevolg hebben voor het meenemen van de lifter.

De behoefte om te helpen heeft naast interacties met de behoefte aan sociaal contact en de behoefte aan hulp ook interacties met alle beïnvloedende factoren. Een mooi voorbeeld is de interactie tussen de behoefte om te helpen en de beschikbare vrije plaats in de wagen.

Ook de behoefte aan sociaal contact heeft interacties met alle beïnvloedende factoren. Een duidelijke illustratie hierbij die meermaals aan bod kwam in het onderzoek is de interactie tussen de gemoedstoestand van de chauffeur en de behoefte aan sociaal contact.

De behoefte aan hulp heeft op zijn beurt ook interacties met de beïnvloedende factoren. Een passend voorbeeld is het bijhebben van een liftbordje: indien de chauffeur onzeker is over zijn reisroute en toch op een bepaalde bestemming dient te geraken, kan zijn beslissing om een lifter mee te nemen gestuurd worden door het feit dat de te bereiken bestemming dezelfde is als die van de lifter. De kans is dan groot dat de lifter kan helpen om de juiste weg te tonen.

Er zijn dus heel wat verschillende interacties mogelijk in dit model. Dit is dan ook een goede weergave van de gecompliceerde realiteit waarin chauffeurs beslissen al dan niet een lifter mee te nemen.

3.8. Besluit

Uit de data van dit onderzoek blijkt dat lifters worden meegenomen om bepaalde behoeften te vervullen. De behoefte om een lifter mee te nemen wordt steeds afgewogen aan de behoefte aan veiligheid. De behoefte om een lifter mee te nemen kan zowel zijn uit behoefte aan hulp, behoefte aan sociaal contact of behoefte om te helpen. Mogelijk kunnen ook andere behoeften hier een rol in spelen. Op basis van de behoeftepiramide van Maslow (1943) kunnen we vaststellen dat de behoefte aan veiligheid een basisbehoefte is, en dat de behoeften om een lifter mee te nemen zich op hogere niveaus afspelen zoals de behoefte aan sociaal contact of de behoefte aan waardering en erkenning.

Deze afweging wordt sterk beïnvloed door een grote groep aan beïnvloedende factoren. Ook hier kunnen we besluiten dat de voorgestelde groep factoren mogelijk nog kan aangevuld worden met andere beïnvloedende factoren. De interacties tussen de behoeften en de beïnvloedende factoren lijken dus beslissend te zijn voor het wel of niet meenemen van een lifter.

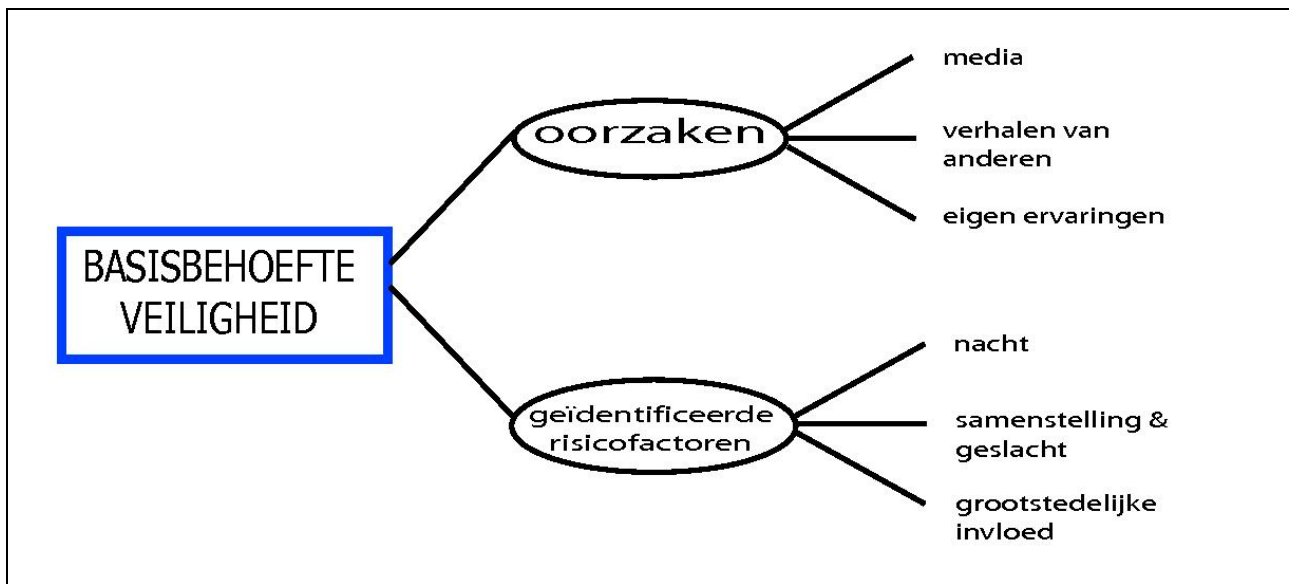
Duidelijke invloeden werden gevonden bij de persoonlijke kenmerken van de chauffeur, persoonlijke kenmerken van de lifter en verschillende contextuele kenmerken.

In dit onderzoek wordt dus gesuggereerd dat het meenemen van een lifter afhankelijk is van de afweging van bepaalde behoeften. We kunnen besluiten dat het meenemen van een lifter meestal geen eenzijdig geschenk is maar dat er ook voor de chauffeur bepaalde voordelen aan zijn verbonden. Deze voordelen

doen zich voor in de vorm van het bevredigen van bepaalde behoeften. Met dit in het achterhoofd kan het interessant zijn om in verder onderzoek na te gaan wat de rol is van het voldoen aan bepaalde behoeften om vertrouwen te creëren tussen onbekenden.

4. Hoe bewust zijn liftgevers van de risico's die volgens veel mensen met liften zijn verbonden?

Zoals ondertussen duidelijk werd weten we dat mensen die lifters meenemen over het algemeen minder angstig in het leven staan. Dit wil echter niet zeggen dat deze mensen zich niet bewust zijn van mogelijke risico's die aan het liften verbonden zijn. Dit risicobewustzijn is geen losstaand feit in de samenleving. Het kadert eerder in een algemeen merkbare trend in de samenleving. Hiervoor zijn ook een aantal mogelijke oorzaken die besproken zullen worden. Dit resulteert in het bewuster omgaan met bepaalde risicofactoren. Hier is een zekere overlapping mogelijk met de eerste onderzoeksvraag in verband met wie de mensen zijn die lifters meenemen. Het risicobewustzijn vertelt ons ook iets meer over deze specifieke groep mensen. Hieronder vindt u een grafische weergave van de resultaten.



4.1. Trend in de samenleving algemeen

In het literatuuroverzicht werd een beschrijving gegeven van het concept vertrouwen in de hedendaagse samenleving. Daarin werd de trend richting individualisering, het afbrokkelen van het vertrouwen en het opkomen van angst en de daarmee gepaard gaande risicoberekening duidelijk. Deze trend kwam ook duidelijk in beeld in dit onderzoek, met betrekking tot het liften. We kunnen stellen dat het risicobewustzijn bij het liften een uiting is van een bredere algemenere tendens in de samenleving. Een passende illustratie is de volgende:

[...]

“Jozef: Tuurlijk, als er bepaalde dingen gebeuren dan wordt er daar gevolg aan gegeven en wordt er meer op gelet nadien.

RD: Zoals je zegt dat je nu minder snel geneigd bent om er mee te nemen dan vroeger [...]

Jozef: Kijk ik ga nog wa zeggen: vroeger hé, mijn ouders hadden een vaute thuis. En als mijn vader of moeder twijfelde ofdat de achterdeur op slot was, dan zou ter niemand nie opgestaan hebben hé, en nu zou er niemand meer gaan slapen vooraleer ALLES op slot is. Dat is het verschil”¹⁵

Het gaat hier dus om een veranderde manier van omgaan met risico's die al enige tijd aan de gang is. Een exact tijdstip erop plaatsen is niet mogelijk, maar we kunnen wel zeggen dat het één generatie terug nog niet zo sterk aanwezig was:

Geert: [...]Dat is ja, al most je, vroeger ja, vroeger waren ze niet zo afwijzend tegenover liften hé ja. Ik euhm, ik ben van mening, en gij gaat da misschien nog veel beter weten of ik, sedert het Dutroux-tijdperk daar dat de mensen, of dat de ouders toch wel meer schuw zijn geworden daarvan. Dat denk ik toch.

RD: Uhu, en wat peis je dat de brede opinie daarover dan was in de samenleving?

Geert: Ik denk dat er, er was, bij de mensen was er het gedacht dat het minder gevaarlijk was of nu. Mammie heeft ook veel gelift, maar ze ga nu nie tegen ons dochter zeggen van, moet je naar daar gaan, lift maar. Ze gaat da zeker nie zeggen.

Ik peis vroeger waren er ook misbruiken en gevaren tegenover euh mensen, maar ja sedert ja... Die cultuur is veranderd en media en allemaal, kenje da...¹⁶

¹⁵ Uittreksel uit interview met Jozef, 74 jaar.

¹⁶ Uittreksel uit interview met Geert, 48 jaar.

Deze verandering valt hier dus duidelijk worden op te merken. In het volgende deel zullen we enkele mogelijke oorzaken in verband met deze verandering bespreken, toegepast op de context van het liften en op basis van de verkregen data uit de interviews en informele gesprekken.

4.2. Mogelijke oorzaken van veranderd risicobewustzijn

Tijdens het onderzoek werden door respondenten verschillende mogelijke oorzaken aangehaald. Enkele hiervan kwamen op regelmatige basis terug. De belangrijkste worden hieronder besproken, namelijk de invloed van de massamedia, de invloed van verhalen van invloedrijke anderen en eigen ervaringen.

4.2.1. De massamedia

Een cruciale rol voor de ‘onthulling van risico’s en de sociale uitdagingen die ermee gepaard’ wordt dikwijls toegeschreven aan de massamedia (Cottle, 1998). In dit onderzoek werd dan ook onderzocht in welke mate de respondenten belang hechten aan de rol van de media.

Hierboven werd door Geert reeds de invloed van de media aangehaald. Als specifieke case verwees hij naar de affaire Dutroux die destijds heel wat stof deed opwaaien in België. Zeker het feit dat men veronderstelde dat An en Eefje aan het liften waren toen ze door Dutroux werden opgepikt, heeft de reputatie van het liften een deuk gegeven (ADW, 1997).

De invloed van de media kunnen we niet zien als een determinerende invloed maar als de manier waarop mensen verhalen uit de media interpreteren. Deze interpretatie is niet voor iedereen gelijk. Veel is afhankelijk van je eigen ervaringen. Toch kunnen we hier enkele hypothesen formuleren.

Ten eerste viel op uit de interviews dat oudere mensen meer belang hechten aan verhalen uit de media dan de jongeren. Het gaat hier echter om een veel te kleine steekproef om te veralgemenen. Verder was er ook het bewustzijn dat er vroeger allerlei feiten gebeurden, maar dat deze feiten veel minder tot het grote publiek doordrongen. Deze hypothese kan ondersteund worden door de technologische evoluties op vlak van communicatie en massamedia die hun intrede deden.

‘Franky vind het geen goede zaak dat veel mensen blindelings geloven in de nieuwsberichtgeving uit de media en zo een verkeerd beeld opbouwen over risico’s en vertrouwen. Vroeger gebeurden

*er ook heel wat 'slechte dingen'. Maar die kwamen allemaal veel minder uitgebreid in het nieuws!*¹⁷

Het werd ook duidelijk dat verhalen uit de media die niet rechtstreeks handelen over liften, ook een belangrijke invloed kunnen uitoefenen over hoe men tegenover het liften staat. Het gaat hier dan over verhalen die in de media aan bod komen over het schenden van vertrouwen in onbekenden.

RD: *En heb je er al iets over gelezen of gezien op tv?*

Sofie: *Welja ik heb overlaats eigenlijk, maar dat was niet echt een lifter. Maarja, een meisje die hier naar een feestje kwam hier in Gent en ze was lik haar maat kwijtgespeeld en ze moest terug naar het station, en 't heeft haar een kerel aangesproken en dat meisje is meegegaan met hem en in de plek van naar het station heeft hij haar naar zijn kot gevoerd. Dan kwam er nog ne maat bij en ze hebben haar alle twee verkracht. En dan afgezet aan het station. Dus gowja, er bestaan wel zulke typekes natuurlijk. Dat kan gebeuren.*¹⁸

Het beeld over liften dat wordt beïnvloed door de massamedia wordt dus niet alleen gevormd door nieuwsfeiten die expliciet met liften te maken hebben. Allerhande nieuws items hebben hier duidelijk hun invloed bij.

4.2.2. Verhalen van invloedrijke anderen

In tegenstelling tot de invloed van de massamedia, kwam bij de jongeren eerder het belang van verhalen van invloedrijke anderen naar boven. Een belangrijke opmerking hierbij is dat de jongeren die werden geïnterviewd, sporadisch zelf nog liften, en een ruime vriendenkring hebben waarin nog wordt gelift, in tegenstelling tot de oudere respondenten. Een sociaal netwerk met toegang tot verhalen van lifters is een belangrijke voorwaarde om deze verhalen te horen te krijgen.

RD: *En heb je ooit zo'n verhaal gehoord van mensen uit je omgeving?*

Sofie: *Ja, dat wel, die euhm... ja, seksueel geïntimideerd worden door mensen, allee door lifters. Maar echt straffe verhalen gelijk je ziet op tv ofzo, dat wel niet. Dat ze overvallen worden ofzo, dat heb ik nog niet echt gehoord. Gowja, toch niet in mijn nabije omgeving.*

RD: *Welk belang hecht je aan zulke ervaringen of verhalen?*

¹⁷ Uittreksel uit veldnota's, lift 28 met Franky, 48 jaar.

¹⁸ Uittreksel uit interview met Sofie, 25 jaar.

*Sofie: Euhm, ewel, door da verhaal te horen ben ik wel een klein beetje banger geworden om toch zeker alleen te liften, dat is wel een risico. Maar je weet nooit, dusja. Zeker als meisje. Als jongen cava, maar, alee.*¹⁹

We kunnen hier besluiten dat men zich vooral bewust is van het risico op seksuele intimidatie. Het is logisch dat de respondenten die mensen kennen in hun netwerk die nog liften, ook eerder negatieve verhalen hebben gehoord dan anderen die geen mensen kennen die liften. Het horen van die verhalen zorgt ervoor dat men in een bepaalde mate bewust is van de mogelijke risico's. Het zorgt er echter niet voor dat liften als te gevaarlijk wordt beschouwd omdat men het blijft doen. Hieruit kunnen we besluiten dat men het risico heel klein schat.

4.2.3. Eigen ervaringen

Naast verhalen uit de media en verhalen van invloedrijke anderen, kunnen ook eigen ervaringen oorzaak zijn van een verandering in risicobewustzijn. Vertrouwen en risicobewustzijn zijn dynamische gegevens en de mate van vertrouwen wordt in een belangrijke mate vormgegeven door waargenomen gebeurtenissen in de 'real world' (Jonker et al, 2004). Eigen ervaringen zijn dus een doorslaggevende factor. De meeste respondenten hebben enkel goede ervaringen met betrekking tot het liften. Zij baseren zich dan eerder op verhalen uit de media en invloedrijke anderen. Een minderheid van de respondenten heeft echter zelf negatieve ervaringen opgelopen:

RD: En heb je zelf ooit minder aangename dingen meegemaakt tijdens het liften?

Valentijn: Ja, ik ben een keer gekidnapt geweest.

[...]

RD: En welk belang hecht je zelf aan die dingen die je meegemaakt hebt of die verhalen die je hebt gehoord?

*Valentijn: Tja, het was wel wa ontnuchterend. Ge gelooft zo wel in de goedheid van alle mensen azoo maar, dan moet je toch constateren dat niet iedereen even goed in elkaar zit zo. En ook vooral heb ik daaruit geleerd dat ik meer op mijn intuïtie moet afgaan. Als ik Gijs had gevolgd, zijn intuïtie, dat hij zei van nee ik vertrouw het hier nie wastr ook niets gebeurd.*²⁰

¹⁹ Uittreksel uit interview met Sofie, 25 jaar.

²⁰ Uittreksel uit interview met Valentijn, 29 jaar.

Valentijn kwam hier als lifter in een onaangename situatie terecht. Deze gebeurtenissen hebben een duidelijke invloed op het beeld dat men heeft. Opvallend is wel dat dit niet leidt tot het afzweren van het liften, maar dat men probeert om bewuster met de risico's om te gaan. De manier waarop dit gebeurt is door gebruik te maken van de eigen intuïtie. Deze strategie wordt later verder besproken.

4.3. Geïdentificeerde risicofactoren

Mensen die bereid zijn lifters mee te nemen zijn dus wel degelijk bewust van de mogelijke risico's die ermee verbonden zijn. Hier gaan we verder in op deze specifieke risicofactoren. Uit de data van de informele gesprekken en interviews kwamen enkele topics naar voor die als potentiële risicofactoren worden gezien door de respondenten.

Een eerste belangrijke risicofactor is de nacht. 's Nachts een lifter meenemen wordt wegens verschillende redenen als potentieel gevaarlijk gezien. Ten eerste is er 's nachts minder sociale controle waardoor er ook minder getuigen zijn als er eventueel iets misloopt. 's Nachts is de lifter ook minder goed zichtbaar, waardoor het moeilijker is om op uiterlijke kenmerken af te gaan. Ten slotte wordt de kans veel groter gezien om 's nachts een persoon mee te nemen die onder invloed is van drank of drugs. Deze personen worden liever niet meegenomen:

RD: Goed, gebeurt het nog dat je lifters ziet staan aan de kant van de weg?

Matthias: Jaat da gebeurt. Ik heb overlaats een 's nachts gezien. 's Nachts ten drieën geloof ik.

RD: Jaja.

Matthias: [...] Khad echt geen goesting om hem mee te pakken.

RD: En stond hij op jou baan?

Matthias: Euhm, ja hij stond op mijn baan maar je zag het gewoon dat hij dronken of weet ik veel wat was. Dusja, dan heb ik het liever niet.

RD: Dat je er geen zin in had of dat je er bang voor was?

Matthias: Gewoon ja, 's nachts heb ik daar gewoon geen zin meer in. Ken je da, geen benauwd, wel een beetje benauwd zeker?²¹

Een andere risicofactor heeft te maken met de samenstelling van het gezelschap. Zo worden twee mannen als een veel groter risico beschouwd dan twee vrouwen. Vanuit liftersperspectief is het dan weer gevaarlijk om als vrouw alleen te liften.

²¹ Uittreksel uit interview met Matthias, 25 jaar.

RD: En zou je ze allemaal meepakken of zeg je vanaf een bepaalde persoon, die...

Viviane: Goh, met 2en zou ik peis ik nie meepakken.

RD: Omdat het 2 jongens zijn?

Viviane: Omdat 2 jongens zijn en dak al alleen ben. Nink, dadde zou ik nie meepakken.²²

Een derde belangrijke risicofactor die door de respondenten werd aangehaald is grootstedelijkheid. Lifters meenemen in een stedelijke omgeving is een groter risico dan op het platteland. Deze risicofactor kan gezien worden in het licht van de hogere criminaliteitsgraad in steden dan op het platteland. Goffman (1971) heeft het dan ook over het feit dat de perceptie van onbekende anderen als risicovol iets eigen is aan het sociale stedelijke milieu. Hale (1996) noemt de hoge mate van anonimiteit, heterogeniteit en diversiteit van het stedelijk leven als oorzaak hiervan.

Erik "Ik neem niet altijd lifters mee. Over het algemeen is het wel veilig, maar toch moet je attent blijven voor wie je meeneemt. Neem nu bijvoorbeeld Sint Jans Molenbeek of Schaarbeek: Ik zou er niemand meenemen hoor, ik zou zelfs mijn deuren op slot doen!"²³

4.4. Besluit

In het kader van dit onderzoek lijkt het dat het risicobewustzijn in verband met liften deel uitmaakt van een algemene, bredere trend van risicobewustzijn in de samenleving zoals die door verschillende auteurs werd omschreven (Bauman, 2006; Bauman, 2003; Furedi, 2002; Furedi, 2006; Bodelier, 2005; Beck, 1992). Het liften is een interessante casestudy om deze tendensen te kaderen en vanuit een specifieke invalshoek te bekijken.

Voor deze veranderingen zien we enkele mogelijke oorzaken, maar er zijn zeker meerdere verschillende oorzaken die hier niet aan bod kwamen. De hier geïdentificeerde oorzaken zijn de media, verhalen van anderen of eigen ervaringen. Bij de invloed van de media zagen we dat verhalen uit de media op een bepaalde manier geïnterpreteerd worden en zo hun bijdrage leveren aan de mate van risicobewustzijn bij de mensen. Deze verhalen uit de media kunnen zowel verhalen zijn rechtstreeks in verband met liften, of andere verwante verhalen in verband met vertrouwen tussen onbekende mensen. Bij verhalen van invloedrijke anderen viel op dat het risicobewustzijn zich vooral concentreert rond risico's voor seksuele

²² Uittreksel uit interview met Viviane, 51 jaar.

²³ Uittreksel uit veldnota's, lift 14 met Erik, 50 jaar

intimidatie. Een laatste oorzaak voor veranderd risicobewustzijn zijn de eigen ervaringen. Dit blijkt een krachtige oorzaak te zijn. Dit ligt in de lijn met andere theorieën die stellen dat vertrouwen lokaal geproduceerd is en gebaseerd is op vroegere vertrouwenservaringen (Kury, 2001; Jonkers et al, 2004). In dit specifieke onderzoek valt het op dat een negatieve ervaring met betrekking tot het liften niet leidt tot het stoppen met liften of lifters meenemen, maar dat er bewuster met de mogelijke risico's wordt omgegaan. Dit klopt dus niet volledig met deze aangehaalde theorieën. Misschien is het liften hier een uitzondering op omdat het gaat om een specifieke groep mensen, met specifieke beweegredenen waardoor deze groep niet te vergelijken valt met de algemene bevolking.

De drie belangrijkste risicofactoren die in dit onderzoek aan bod kwamen zijn de tegenstelling dag/nacht, de samenstelling en het geslacht van het gezelschap en grootstedelijkheid. Deze factoren blijken een duidelijke invloed te hebben op de mate van risicobewustzijn en kunnen ook ondersteund worden door bestaande theorieën in verband met angst en vertrouwen, zoals besproken in het literatuuroverzicht.

Ook verschillende theoretische hypothesen rond de beïnvloedende factoren bij het liften (4.8.2.) kunnen hier in verband gebracht worden met de belangrijkste risicofactoren. De tegenstelling dag/nacht wordt ondersteund met bestaande theorieën die deze tegenstelling vaststelden in voorgaand onderzoek (Warr, 1990). De samenstelling en het geslacht van het gezelschap kan verschillende invloeden uitoefenen. Deze invloeden zijn vergelijkbaar met de invloeden die eerder werden vastgesteld (Pomazal & Clore, 1973; MORGAN, LOCKARD, FAHRENBRUCH, & SMITH, 1975b). De invloed van grootstedelijkheid kwam in de literatuur maar weinig aan bod. De bevindingen uit dit onderzoek zijn wel gelijkaardig aan die van Hale (1996).

Op basis van dit onderzoek kunnen we dus besluiten dat liftgevers wel degelijk bewust zijn van mogelijke risico's en dat er verschillende factoren zijn die dit bewustzijn op hun manier beïnvloeden. Er zijn echter afwijkingen van algemene theorieën over risicobewustzijn, zoals het omgaan met eerdere vertrouwenservaringen, die mogelijk kunnen verklaard worden door de specifieke groep mensen en hun beweegredenen die lifters meenemen, maar hier is verder onderzoek naar vereist.

5. Welke strategieën hanteren liftgevers voor het opbouwen van vertrouwen in de lifter?

Vertrouwen is noodzakelijk om samen in een voertuig de openbare op weg te gaan, zoniet kunnen er gevaarlijke situaties ontstaan. Daarom lijkt het nodig dat de chauffeur een lifter vertrouwt om hem mee te nemen. In dit onderdeel wordt besproken welke strategieën chauffeurs hanteren om vertrouwen op te

bouwen in de lifter. Er komen vier verschillende strategieën aan bod. Deze strategieën zijn opgesteld op basis van de data van de interviews en de informele gesprekken.

Deze verschillende strategieën kunnen op verschillende tijdstippen gehanteerd worden: namelijk voor het instappen (als de chauffeur de lifter opmerkt), tijdens het stoppen (als de chauffeur zijn voertuig aan de kant zet voor de lifter), of tijdens de rit (als men onder weg is).

De verschillende strategieën die aan bod komen kunnen ook op alle drie de verschillende tijdstippen gehanteerd worden. Daarom is het niet praktisch om de strategieën per tijdstip te bespreken. Ze zullen besproken worden in de volgorde van meest gebruikte strategieën.

Tenslotte kan er ook nog een onderscheid gemaakt worden tussen onbewuste en bewuste strategieën.

5.1. Strategieën op basis van uiterlijke kenmerken

Strategieën gebaseerd op uiterlijke kenmerken kunnen onderverdeeld worden in strategieën van projectie en detectie (Macy & Skvoretz, 1998). Met projectie bedoelt men dat de ene persoon zijn eigen intenties projecteert op de andere. Bij detectie gaat het over de ontdekking van de intenties van de andere. Ook de menselijke intuïtie speelt hier een belangrijke rol voor de interpretatie van de uiterlijke kenmerken en de uiteindelijke beslissing of men de lifter al dan niet vertrouwt.

Detectie

Bij detectie gaat het dus over de ontdekking, de blootlegging van de intenties van de andere. Deze detectie gebeurt voor het instappen, als men de lifter opmerkt aan de kant van de weg, of op het moment dat men de wagen reeds aan de kant heeft gezet.

In de praktijk komt deze detectie dikwijls neer op het categoriseren van mensen op basis van uiterlijke kenmerken. Tajfel (1982) heeft het over sociale categorisering. Indien men de lifter gecategoriseerd heeft, zal hij ook sneller meegenomen worden indien hij tot dezelfde sociale groep behoort als de chauffeur. De lifter zal ook sneller worden meegenomen als de chauffeur hem categoriseert bij een herkenbare sociale groep die niet ver aflight van de leefwereld van de respondent, bijvoorbeeld gelijkenissen met de eigen kinderen. Tijdens het onderzoek kwam deze strategie in verschillende vormen aan bod. Zo werd de lifter door chauffeurs gecategoriseerd als student, als muzikant of gewoon als jongere.

*Tijdens het liften aan de Sterre, een uitvalsweg van Gent stopten André en Marie-Jeanne. Nog voor het instappen vroeg André enthousiast: 'Student in Gent zeker?'*²⁴

²⁴ Uittreksel uit veldnota's; lift 50 met André en Marie-Jeanne, 72 jaar

De chauffeur in kwestie was dus op zoek gegaan naar de intenties van de lifter. Hij deed dit op basis van uiterlijke kenmerken, mijn grote rugzak en de specifieke plaats waar ik stond te liften. Op basis van de categorisering als student ging de chauffeur er van uit dat ik aan het pendelen was tussen mijn kot en mijn vaste woonplaats.

Projectie

De strategie van de projectie, waarbij de chauffeur zijn eigen intenties projecteert op die van de lifter, gebeurt voor het instappen, wanneer de chauffeur de lifter opmerkt. Dit gebeurt meestal ook onbewust. De projectie houdt meestal in dat de chauffeur zijn eigen goede intenties projecteert op de lifter, en er zo van uit gaat dat ook de lifter goede intenties heeft. Indien men niet uitgaat van goede intenties van de lifter, zal men namelijk niet stoppen.

Deze strategie van projectie is echter een hypothese die moeilijk waarneembaar is in de realiteit, en daardoor ook van ondergeschikt belang is tegenover de strategie van detectie.

5.2. Het voeren van een gesprek

Deze strategie voor het opbouwen van vertrouwen vindt plaats op het moment dat de chauffeur aangesproken wordt door de lifter en tijdens de lift. Het voeren van een gesprek is een strategie die zeer veel en bewust wordt gebruikt. Een achterliggende strategie is dat men zich baseert op de eigen intuïtie om de vorm en inhoud van het gesprek af te wegen aan de mate van betrouwbaarheid.

Het voeren van een gesprek bepaalt in een situatie van vragend liften mee hoe de eerste indruk is van de chauffeur over de lifter. Deze eerste indruk is belangrijk omdat de chauffeur direct moet beslissen om de lifter al dan niet mee te nemen. De enige tool die hij dan heeft is deze eerste indruk:

***RD:** Waarom zou je hem wel meepakken of waarom niet?*

***Geert:** Euhm, in principe ga ik hem altijd meepakken, alstie hem dus, je staat langs de baan en gij sta ook stille, of langs een parking, en hij spreekt u aan 'mag ik mee', als ik in die buurt moe zijn, ik ga er nie voor omrijden, maar als ik in die buurt moe zijn ga ik hem veel rapper meepakken dan moest ik moeten stoppen omdat hij met zijn duim uitzit. Waarom: omdat je al een contact, een gesprek hebt gehad van tevoren en omdat da direct zegt van [...] goed, kom maar mee, allee. Anders moet je op je fring duwen é, allee ja.*

RD: *En speelt het ook een rol dat je dan al eens gesproken hebt met elkaar?*

Geert: *Da speelt wel een rol, kpeis dat je dan wel eerder geneigd bent om iemand mee te pakken, ja gow.*

RD: *Dat je dan meer op jou gemak bent dan als je iemand*

Geert: *(onderbreekt)[...] Kwil maar zeggen van ja, het contact is er al geweest en als dadde meevalt ga je em toch wel véél vlotter meepakken denk ik.*

Bij het vragend liften zijn chauffeurs dus sneller geneigd de lifter mee te nemen. Door het eerste contact kan men op basis van eigen intuïtie beslissen of men er een goed gevoel bij heeft of niet.

De gesprekken die tijdens de lift zelf gevoerd worden hebben allen iets gemeenschappelijk, namelijk het begin van het gesprek. In het begin komen steeds weer dezelfde thema's aan bod, deze thema's worden verder benoemd als de basisvragen. Deze basisvragen zijn: 'Waar woon je?', 'Ben je student?', 'Wat studeer je?', 'Waar werk je?', 'Waarmee ben je bezig?',... Het gebruiken van deze basisvragen is ook een strategie om vertrouwen op te bouwen. Enerzijds worden deze basisvragen gesteld om de detectie die men maakte op basis van uiterlijke kenmerken te bevestigen. Anderzijds kunnen de antwoorden op zich ook vertrouwen creëren, indien de antwoorden in de lijn liggen van wat de chauffeurs verwachtten. De lifter krijgt namelijk een identiteit: hij heeft een woonplaats, is met iets bezig, heeft een sociaal netwerk,... Al deze kenmerken stellen de chauffeur op zijn gemak. Een mooie illustratie is de volgende:

*'Hanne vertelde me dat ze maar 1 keer bang is geweest tijdens het liften. Dat was tijdens een reis met haar vriendin doorheen Frankrijk. Ze werden opgepikt door een man, en die begon enkele basisvragen te stellen. De meisjes antwoorden nonchalant dat ze aan het 'zwerven' waren, zonder doel en zonder iemand die hen ergens verwacht. Op dat moment besepte ze dat dit ervoor zorgt dat ze vrije vogels zijn, die door niemand worden gemist als ze verdwijnen.'*²⁵

5.3. Humor

Een strategie die enkele malen duidelijk aan bod kwam tijdens de informele gesprekken, was het gebruik van humor door de chauffeurs om vertrouwen op te bouwen met de lifter. Deze strategie wordt vooral gehanteerd tijdens het eerste contact tussen lifter en potentiële chauffeur. Deze strategie wordt waarschijnlijk gehanteerd om de lifter te 'testen' en om zichzelf als chauffeur op zijn gemak te stellen.

Een schitterend voorbeeld is het volgende:

²⁵ Uittreksel uit veldnota's, lift 1 met Hanne, 30 jaar.

Tijdens het vragend liften op een tankstation in Jabbeke aan de E40 kwam Marcel plots aangereden in zijn luxewagen. Toen hij uitstapte ging ik erop af met de vraag of hij verder richting Brugge moest. Hij antwoordde: 'Ja'. Ik vroeg hem of ik eventueel met hem kon meerijden en hij zei: 'En wat als ik zeg van nee?' terwijl hij me goed aankeek. Ik zei: 'Even goede vrienden, maar het zou wel leuk zijn!' Hij zei: 'allem, het is goed dan!'²⁶

Marcel probeerde hier dus met een grapje te kijken welk vlees hij in de kuip had, alvorens te beslissen of ik al dan niet mee mocht. Een ander voorbeeld van het gebruik van humor als strategie, is het stellen van de vraag: 'Je hebt toch geen wapens bij je hé?' Deze vraag kreeg ik 2 keer te horen tijdens de 54 liften.

Humor kan dus blijkbaar als ijsbreker gebruikt worden om na te gaan of de lifter al dan niet te vertrouwen is.

Het ontdekken van humor als strategie werd enkel duidelijk in de informele gesprekken. Uit de data van de interviews kwam deze strategie niet ter sprake. We kunnen dus besluiten dat het gebruiken van verschillende methodes een duidelijke meerwaarde heeft voor dit onderzoek.

5.4. Praktische strategieën

Praktische strategieën zijn strategieën die te maken hebben met de praktische inrichting van een voertuig. Deze inrichting is namelijk een bestaand gegeven en er dient dan ook rekening mee gehouden te worden. Twee verschillende praktische strategieën worden besproken.

Een eerste voorbeeld hiervan is dat chauffeurs verkiezen om lifters naast zich te zetten in de passagierszetel, in plaats van op de achterbank. Blijkbaar geeft dit een vertrouwd gevoel aan de persoon in kwestie:

RD: *En hoe kun je da weten ofdaj iemand kunt vertrouwen?*

Liliane: *Ge kunt da den dag van vandaag nie meer weten. Ge voelt da wel aan, en surtout moesten ze van achter zitten... Moest ik ne lifter meepakken zou ik, als ik iemand anders meeheb zou ik zeggen, zet gie jou vanachter en mag de lifter van voren zitten. Ge zijt dan altijd een beetje zekerder hé.²⁷*

²⁶ Uittreksel veldnota's lift 11 met Marcel, 64 jaar.

²⁷ Uittreksel uit interview met Liliane, 65 jaar.

Een volgende praktische strategie die vaak gehanteerd wordt door chauffeurs is de situatie waarin een chauffeur stopt voor een lifter langs de kant van de weg. De lifter wandelt richting het voertuig, en de chauffeur in kwestie draait zijn raam open om te vragen waar de lifter naar toe moet. Op basis van het eerste contact beslist de chauffeur dan om de lifter mee te nemen. Het praktische aspect schuilt er hier in dat de chauffeur zijn portieren op slot kan laten, en indien hij het niet vertrouwt nog steeds kan wegrijden. Slechts als hij het volledig vertrouwt zal hij zijn portieren ontgrendelen:

Ilse probeert altijd te stoppen voor lifters als er een veilige stopplaats beschikbaar is. 'Indien er een veilige stopplaats is dan zet ik mijn wagen aan de kant en draai mijn raam open. Ik vraag waar ze naar toe moeten en ondertussen weet ik ook al direct welk vlees ik in de kuip heb!'²⁸

Tijdens dit onderzoek kwam het één maal voor dat een chauffeur stopte maar het toch niet vertrouwde. Deze chauffeur in kwestie maakte gebruik van deze strategie:

Toen na 10 minuten eindelijk een wagen stopte, liep ik er enthousiast naar toe. De bestuurster had haar raam opengedraaid en was blijkbaar geschrokken van mijn enthousiasme. Toen ik vertelde waar ik heen moest, dacht ze: 'hmm, daar moet ik niet heen. En trouwens, ik bedenk mij net dat de portieren van mijn wagen allemaal geblokkeerd zijn, je zal dus ook niet kunnen instappen...' De dame reed vervolgens terug verder.'²⁹

Dit is dus een mooie illustratie hoe deze strategie kan gehanteerd worden en de mogelijkheid om de situatie eventueel te verlaten indien men het niet vertrouwt.

5.5. Besluit

We kunnen besluiten dat er verschillende strategieën bestaan die door chauffeurs worden gehanteerd om vertrouwen op te bouwen met de lifter. Deze strategieën worden op verschillende tijdstippen gehanteerd en kunnen zowel bewust als onbewust gebruikt worden.

Bij strategieën gebaseerd op uiterlijke kenmerken van de lifter kunnen we suggereren dat detectie het meest wordt toegepast. Het bestaan van projectie als strategie kan niet met zekerheid gesteld worden omdat deze strategie onbewust wordt gehanteerd en moeilijk waarneembaar is in de realiteit. Het

²⁸ Uittreksel uit veldnota's, lift 13 met Ilse, 40 jaar

²⁹ Uittreksel uit veldnota's 7 april, tussen lift 52 en 53

bestaande theoretische kader van Macy en Skvoretz (1998) in verband met projectie en detectie kan in dit onderzoek niet volledig bevestigd worden.

Ook het voeren van een gesprek blijkt een vaak gehanteerde strategie te zijn. Hierbij is het achterliggende mechanisme van groot belang, waarbij men zich baseert op de eigen intuïtie om de vorm en inhoud van het gesprek af te wegen aan de mate van betrouwbaarheid. Er werd echter weinig relevant onderzoek gedaan naar de rol van menselijke intuïtie voor het opbouwen van vertrouwen. Op basis van het bestaan van deze strategie kan verondersteld worden dat het vragend liften succesvoller is dan het liften met de duim omdat er al een gesprek werd gevoerd. Verder kunnen we hier ook het gebruik van de 'basisverhalen' accentueren. Dit blijkt het belangrijkste kenmerk van het voeren van een gesprek te zijn en kan interessant zijn voor verder onderzoek.

Het gebruik van humor is een derde strategie die door chauffeurs gehanteerd wordt. De achterliggende logica schijnt erin te bestaan dat de chauffeur op deze manier het ijs wil breken en zien hoe de lifter erop Oreageert.

Ten laatste zijn er nog de praktische strategieën, in verband met de technische inrichting van voertuigen, zoals de verkozen zitplaats en de mogelijkheid om eerst een gesprek te voeren alvorens het voertuig toegankelijk wordt voor de lifter.

Het is duidelijk dat er nog andere mogelijke strategieën zijn voor het opbouwen van vertrouwen in de lifter maar dat hier wel enkele belangrijke strategieën werden besproken.

Het liften is hier dus een mooie casestudy voor het ontdekken van strategieën die gehanteerd worden om vertrouwen op te bouwen tussen onbekenden. In die zin kan deze case een interessant uitgangspunt zijn om na te gaan of deze strategieën ook algemeen toepasbaar zijn voor het opbouwen van vertrouwen tussen onbekende medemensen. Het kan dus bijdragen tot een beter begrip van hoe vertrouwen tussen onbekenden mogelijk kan opgebouwd worden.

IV. CONCLUSIE EN DISCUSSIE

Het opzet van dit onderzoek bestond erin een kwalitatief exploratief onderzoek te voeren naar de chauffeurs die bereid zijn om lifters mee te nemen en de link met vertrouwen en risico's. Dit onderzoek werd specifiek uitgewerkt aan de hand van vier verschillende onderzoeksvragen die onderling sterk met elkaar verbonden zijn. Deze onderzoeksvragen werden reeds uitvoerig afzonderlijk besproken. In wat volgt worden de belangrijkste conclusies overlopen. Daarna volgt een bespreking van de sterktes en de beperkingen van dit onderzoek, gevolgd door enkele aanbevelingen voor verder onderzoek.

Mensen die lifters meenemen zijn voor de overgrote meerderheid mensen die alleen in hun wagen zitten. Dit vertelt ons niet enkel wie de mensen zijn die lifters meenemen maar ook waarom lifters meegenomen worden. In dit onderzoek werden weinig verschillen tussen mannen en vrouwen of verschillende leeftijdscategorieën gevonden in verband met de bereidheid om lifters mee te nemen. Deze studie is echter niet representatief waardoor dit niet veralgemeend kan worden. Verder blijkt er geen duidelijk onderscheid te bestaan tussen verschillende statusgroepen. Zowel mensen die onderweg zijn voor hun werk, als mensen in hun vrije tijd, zijn bereid lifters mee te nemen. Het grootste deel van de mensen die lifters meenemen hebben vroeger zelf nog gelift maar dit is duidelijk geen voorwaarde. Ook mensen die nog nooit gelift hebben zijn bereid lifters mee te nemen. De belangrijkste eigenschap van deze groep mensen lijkt hun altruïstische ingesteldheid te zijn. Het gaat om mensen die zich hulpvaardig opstellen tegenover andere, al dan niet onbekende medemensen. Op basis van bestaande theorieën kunnen we hiervoor een mogelijke verklaring formuleren, namelijk dat deze mensen een groot sociaal netwerk hebben en ook graag sociale contacten aangaan met andere mensen (Welch et. Al., 2007) waardoor ze sneller bereid zijn een lifter mee te nemen.

Uit dit onderzoek blijkt dat lifters al dan niet worden meegenomen om bepaalde behoeften te vervullen. De behoefte om een lifter mee te nemen wordt steeds afgewogen aan de behoefte aan veiligheid. De behoefte om een lifter mee te nemen kan zowel zijn uit behoefte aan hulp, behoefte aan sociaal contact of behoefte om te helpen. Mogelijk kunnen ook andere behoeften hier een rol in spelen. Op basis van de behoeftepiramide van Maslow (1943) kunnen we vaststellen dat de behoefte aan veiligheid een basisbehoefte is en dat de behoeften om een lifter mee te nemen zich op hogere niveaus afspelen, zoals de behoefte aan sociaal contact of de behoefte aan waardering en erkenning. Deze afweging is sterk onderhevig aan een grote groep van beïnvloedende factoren. Deze factoren kunnen onderverdeeld worden in persoonlijke eigenschappen van de chauffeur, persoonlijke eigenschappen van de lifter en contextuele eigenschappen. Ook hier kunnen we besluiten dat de voorgestelde groep factoren mogelijk nog kan

aangevuld worden met andere beïnvloedende factoren. Tussen de behoeften en de beïnvloedende factoren zijn heel veel verschillende interacties mogelijk. Deze interacties lijken beslissend te zijn voor het wel of niet meenemen van een lifter.

In dit onderzoek wordt dus gesuggereerd dat het meenemen van een lifter afhankelijk is van de afweging van bepaalde behoeften. We kunnen besluiten dat het meenemen van een lifter meestal geen eenzijdig geschenk is. Ook voor de chauffeur zijn er bepaalde voordelen verbonden aan het meenemen van een lifter. Deze voordelen doen zich voor in de vorm van het bevredigen van bepaalde behoeften van de chauffeur in kwestie.

In het kader van dit onderzoek lijkt het dat het risicobewustzijn in verband met liften deel uitmaakt van een algemene, bredere trend van risicobewustzijn in de samenleving zoals die door verschillende auteurs werd omschreven (Bauman, 2006; Bauman, 2003; Furedi, 2002; Furedi, 2006; Bodelier, 2005; Beck, 1992). Enkele mogelijke oorzaken voor deze trend kwamen in dit onderzoek aan bod, maar niet alle oorzaken werden hier behandeld.

De hier geïdentificeerde oorzaken zijn de media, verhalen van anderen of eigen ervaringen. Bij de invloed van de media zagen we dat verhalen uit de media op een bepaalde manier geïnterpreteerd worden en zo hun bijdrage leveren aan de mate van risicobewustzijn bij de mensen. Deze verhalen uit de media kunnen zowel verhalen zijn die rechtstreeks over het liften handelen, of over andere verwante verhalen in verband met vertrouwen tussen onbekende mensen. Bij verhalen van invloedrijke anderen viel op dat het risicobewustzijn zich vooral concentreert rond risico's voor seksuele intimidatie. Een laatste oorzaak voor veranderd risicobewustzijn zijn de eigen ervaringen. Dit blijkt een krachtige oorzaak te zijn. Dit ligt in de lijn met andere theorieën die stellen dat vertrouwen lokaal geproduceerd is en gebaseerd is op vroegere vertrouwenservaringen (Kury, 2001; Jonker et al., 2004).

In dit specifieke onderzoek valt het op dat een negatieve ervaring met betrekking tot het liften niet leidt tot het stoppen met liften of lifters meenemen, maar dat er bewuster met de mogelijke risico's wordt omgegaan. Dit klopt dus niet volledig met deze aangehaalde theorieën die suggereren dat het vertrouwen afbrokkelt na negatieve ervaringen. Misschien is het liften hier een uitzondering op omdat het gaat om een specifieke groep mensen, met specifieke beweegredenen waardoor deze groep niet te vergelijken valt met de algemene bevolking.

De drie belangrijkste risicofactoren die in dit onderzoek aan bod kwamen zijn de tegenstelling dag/nacht, de samenstelling en het geslacht van het gezelschap en grootstedelijkheid. Deze factoren blijken een duidelijke invloed te hebben op de mate van risicobewustzijn en kunnen ondersteund worden door bestaande theorieën in verband met angst en vertrouwen, zoals besproken in het literatuuroverzicht. De tegenstelling dag/nacht als risicofactor wordt ondersteund met data uit voorgaand onderzoek die deze

tegenstelling ook vaststelden (Warr, 1990). De samenstelling en het geslacht van het gezelschap kunnen verschillende invloeden uitoefenen. Deze invloeden zijn vergelijkbaar met de invloeden die eerder werden vastgesteld (Pomazal & Clore, 1973; MORGAN, LOCKARD, FAHRENBRUCH, & SMITH, 1975b). De invloed van grootstedelijkheid kwam in de literatuur over liften weinig aan bod. De bevindingen uit dit onderzoek zijn wel gelijkaardig aan die van Hale (1996): grootstedelijke invloeden lijken een groter risicobewustzijn te creëren.

Op basis van dit onderzoek kunnen we dus besluiten dat liftgevers wel degelijk bewust zijn van mogelijke risico's en dat er verschillende factoren zijn die dit bewustzijn op hun manier beïnvloeden. Er zijn echter afwijkingen van algemene theorieën over risicobewustzijn, zoals het omgaan met eerdere vertrouwenservaringen, die mogelijk kunnen verklaard worden door de specifieke groep mensen en hun beweegredenen die lifters meenemen, maar hier is verder onderzoek naar vereist. Een mogelijke hypothese luidt dat altruïsme primeert boven risicobewustzijn.

In verband met de strategieën die door chauffeurs gehanteerd worden om vertrouwen op te bouwen met de lifter kunnen we besluiten dat deze verschillende strategieën op verschillende tijdstippen worden gehanteerd. Ze kunnen zowel bewust als onbewust toegepast worden.

Bij strategieën gebaseerd op uiterlijke kenmerken van de lifter kunnen we suggereren dat detectie het meest wordt toegepast. Het bestaan van projectie als strategie kan niet met zekerheid vastgesteld worden omdat deze strategie onbewust wordt gehanteerd en moeilijk waarneembaar is in de realiteit. Het bestaande theoretische kader van Macy en Skvoretz (1998) in verband met projectie en detectie kan in dit onderzoek niet volledig bevestigd worden.

Het voeren van een gesprek blijkt een vaak gehanteerde strategie te zijn. Hierbij is het achterliggende mechanisme, waarbij men zich baseert op de eigen intuïtie, van groot belang om de vorm en inhoud van het gesprek af te wegen aan de mate van betrouwbaarheid. Er werd echter weinig relevant onderzoek gedaan naar de rol van menselijke intuïtie voor het opbouwen van vertrouwen. Op basis van het bestaan van deze strategie kan verondersteld worden dat het vragend liften succesvoller is dan het liften met de duim omdat er al een gesprek werd gevoerd. Verder kunnen we hier ook het gebruik van 'basisverhalen' accentueren. Dit blijkt het belangrijkste kenmerk van het voeren van een gesprek te zijn.

Het gebruik van humor is een derde strategie die door chauffeurs gehanteerd wordt. De achterliggende logica schijnt erin te bestaan dat de chauffeur op deze manier het ijs wil breken en nagaan hoe de lifter erop reageert.

Ten laatste zijn er nog de praktische strategieën, in verband met de technische inrichting van voertuigen, zoals de specifieke zitplaats die de lifter krijgt toegewezen door de chauffeur.

Mogelijk zijn er nog andere strategieën zijn voor het opbouwen van vertrouwen in de lifter.

Het gebruik van meerdere methodes bleek een pluspunt te zijn in dit onderzoek. Zo werd de data verzameld aan de hand van informele gesprekken én semigestructureerde interviews. De data werden niet enkel kwalitatief geanalyseerd. Daar waar het mogelijk was werd de data gekwantificeerd om cijfers als ondersteuning te gebruiken bij de voorstelling van de resultaten. Op het vlak van theoretische omkadering werd creatief gehandeld. Aangezien er heel weinig literatuur voorhanden is in verband met autostop moesten andere relevante bronnen gezocht worden. Dit resulteerde in het gebruik van uiteenlopende theorieën uit verschillende tradities en disciplines.

Een belangrijke opmerking bij dit onderzoek is het feit dat het hier in geen geval om een representatieve studie gaat. Dit was nooit het opzet en was ook niet haalbaar binnen de opdracht en de tijdsperiode voor dit onderzoek. Toch levert dit onderzoek interessante resultaten op.

Dit onderzoek leverde ten slotte enkele vernieuwende inzichten op. Zowel voor verder onderzoek specifiek naar het liften kan het als een interessante basis gebruikt worden, als voor verder onderzoek binnen de sociologie en aanverwante wetenschappen in het algemeen.

Het liften is een interessante case om te onderzoeken wat de invloed is van het ingebed zijn in sociale netwerken voor het ontwikkelen van vertrouwen in onbekenden en verdere studies in verband met vertrouwen in onbekenden, altruïstisch gedrag en de link met sociale netwerken.

Het kan ook relevant zijn om na te gaan wat de rol is van het voldoen aan bepaalde behoeften om vertrouwen te creëren tussen onbekenden. Zal er met andere woorden sneller vertrouwen ontstaan tussen onbekenden indien men bepaalde behoeften wil bevredigd zien?

Het gebruik en de functie van de zogenaamde ‘basisverhalen’ als belangrijkste kenmerk voor het opbouwen van vertrouwen in een gesprek kan een relevant onderzoekstopic zijn.

Ten slotte kan deze casestudy een interessant uitgangspunt zijn om na te gaan of de hier behandelde strategieën ook algemeen toepasbaar zijn voor het opbouwen van vertrouwen tussen onbekende medemensen. Dit kan dan bijdragen tot een beter begrip van hoe vertrouwen tussen onbekenden mogelijk kan opgebouwd worden en verder evolueren.

V. BIJLAGEN

1. Schematisch overzicht kwantitatieve studies (Wechner, 2003)

Tabel 1: samenvatting van de resultaten

Experimenters	When	Where	Min	Max	Min condition	Max condition
Morgan et al.	1975	Seattle, WA?	2.1 %	11.1 %	eye contact/beard/begging	eye contact/breasts
Clifford & Cleary	1971	Madison, WI?	3.1 %	6.6 %	M&M/sports grubbies or	F&F/sports
Bryan	1966	Los Angeles, CA	0/hour	9/hour	Low dependency	High dependency
Tobin & Sexton	1972	San Jose, CA?	0.9 %	7.6 %	Male/town/business/day	Female/highway/business/night
Crassweller et al.	1972	Dallas, TX & Stamford, CT	1.2 %	16.1 %	Stamford/upper/well dressed	Dallas/lower/hip
Baughner	1974	Fresno, CA	1.4 %	2.2 %	Beard	No beard
Snyder et al.	1974	Palo Alto, CA	2.0 %	9.5 %	Male & female/no stare	Female/stare
Pomazal & Clore	1973	Champaign-Urbana, IL	6.0 %	36.0 %	Male/no car	Female/car trunk down, no tire
Pomazal & Clore	1973	Champaign-Urbana, IL	4.0 %	26.0 %	Male/high dependency	Female/low dependency
Morgan et al. prelim.	1975	Seattle, WA?	3.7 %	16.2 %	Male/no eye contact	Female/eye contact

Notes:

? implies the location of the experiments is inferred not documented.

Morgan et al. conducted a preliminary study for which they reported results but failed to document the experimental conditions.

% signifies the number of cars per hundred passing cars while offered rides, on average during one trial. The duration of a single trial for each experiment is seen below in [Table 2](#).

Min is the minimum success rate of hitch-hikers among the trials conducted and **Max** is the maximum success rate.

Min and **Max** condition summarise the conditions of the trial which recorded the minimum and maximum success rates. For interpretation consult [Table 3](#) below.

Tabel 2: Samenvatting van de resultaten

Experimenter s	Year	Variables	Conditions	Trials per condition	Trials	Duration of Trial	Total
Morgan et al.	1975	4	12	6	72	15 minutes	18 hours
Clifford & Cleary	1971	3	8	2	16	1 hour	16 hours
Bryan	1966	1	2	4	8	1 hour	8 hours
Tobin & Sexton	1972	4	16	20	320	1 ride offer	320 ride offers
Crassweller et al.	1972	3	12	8	96	1 ride offer	96 ride offers
Baughner	1974	1	2	15	30	1 ride offer	30 ride offers
Snyder et al.	1974	3	24	1	24	50 passing vehicles	1200 passing vehicles
Pomazal & Clore	1973	2	6	6	36	100/6 passing vehicles	600 passing vehicles
Pomazal & Clore	1973	2	4	4	16	25 passing vehicles	400 passing vehicles

Notes:

Variables is the number variables which were studied.

Conditions is how many unique combinations of those variables were trialed.

Trials per condition is how many trials were conducted for each condition.

Trials is the total number of trials.

Duration of trial is how long each trial lasted.

Total is how long the whole experiment lasted (in hours, ride offers or passing vehicles).

Tabel 3: Samenvatting van de variabelen

Experimenters	V a r i a b l e s				
Morgan et al.	4	Sex (M/F)	Eye contact (yes/no)	Secondary sex characteristic (beard or breasts/not)	Gesture (thumb/beg)
Clifford & Cleary	3	Sex & Company (M, M&F, M&M, F&F)		Dress (sports/grubbies)	
Bryan	1	Dependency (bandaged knee & cane/healthy)			
Tobin & Sexton	4	Sex (M/F)	Dress (business/casual)	Location (town/highway)	Time (day/night)
Crassweller et al.	3	Dress (hip/well dressed)	Location (Dallas/Stamford)	Socio-economic section of city (lower, middle, upper)	
Baughner	1	Beard (yes/no)			
Snyder et al.	3	Sex & Company (M, F, M&F)	Eye contact (yes/no)	Location (freeway on-ramp, freeway off-ramp, 6-lane 30 mph, 2-lane 15 mph)	
Pomazal & Clore	2	Sex (M/F)	Dependency (beside car with trunk up and spare tire/ beside car with trunk down and no spare tire/no car)		
Pomazal & Clore	2	Sex (M/F)	Dependency (knee brace & arm sling/healthy)		

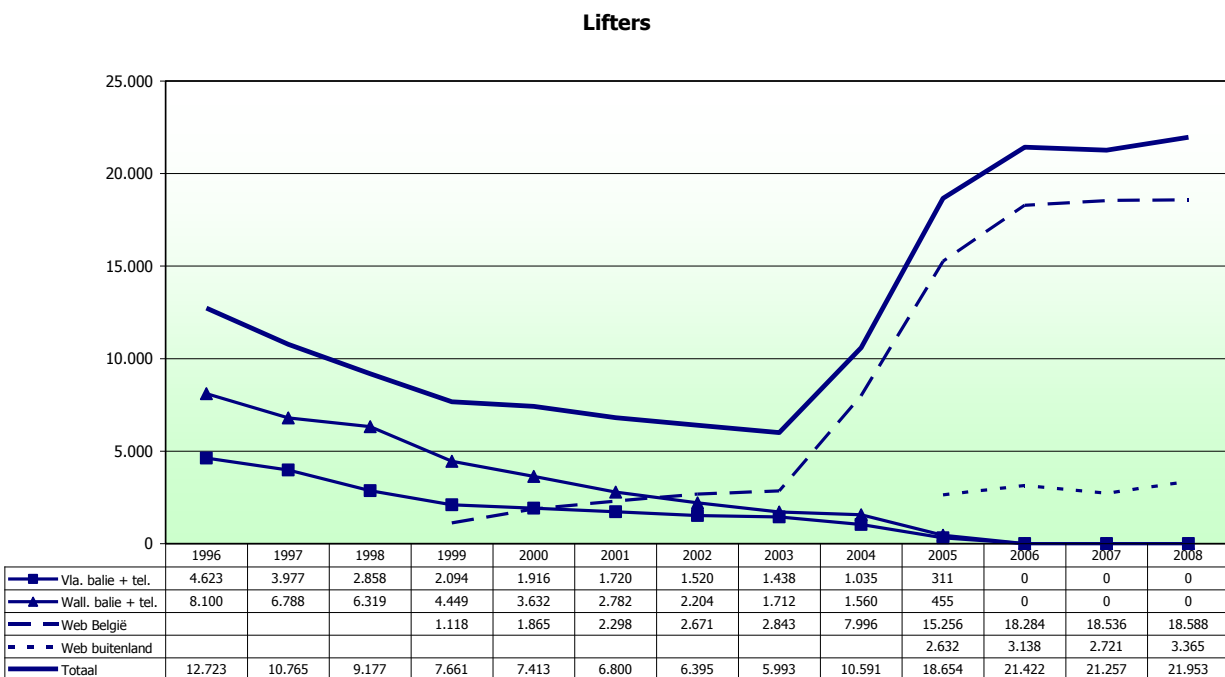
Tabel 4: Samenvatting van geregistreerde observaties

Experimenters	Observations Recorded

Morgan et al.	8	Count of passing vehicles	Count of ride offers	Number of passengers	Sex of driver	Apparent age of driver	Apparent age of passengers	Type of vehicle	Apparent age of vehicle
Clifford & Cleary	2	Count of passing vehicles (except busses and taxis)	Count of ride offers						
Bryan	1	Count of ride offers							
Tobin & Sexton	2	Count of passing vehicles (Frequency)	Time to ride offer (Latency)						
Crasswell et al.	5	Count of passing vehicles (excluding taxis and police)	Age of driver	Number of passengers	Reason for offer	Six questions on liberalism			
Baughner	7	Count of passing vehicles	Drivers hair (length/mustache/beard)	Number of passengers	Sex of driver	Apparent age of driver	Race of driver	Type of vehicle	
Snyder et al.	3	Count of passing vehicles (which could easily stop)	Count of ride offers	Apparent age of driver					
Pomazal & Clore	7	Count of passing vehicles	Count of ride offers	Number of passengers	Sex of driver	Apparent age of driver	Race of driver	Brief description of vehicle	
Pomazal & Clore	7	Count of passing vehicles	Count of ride offers	Number of passengers	Sex of driver	Apparent age of driver	Race of driver	Brief description of vehicle	

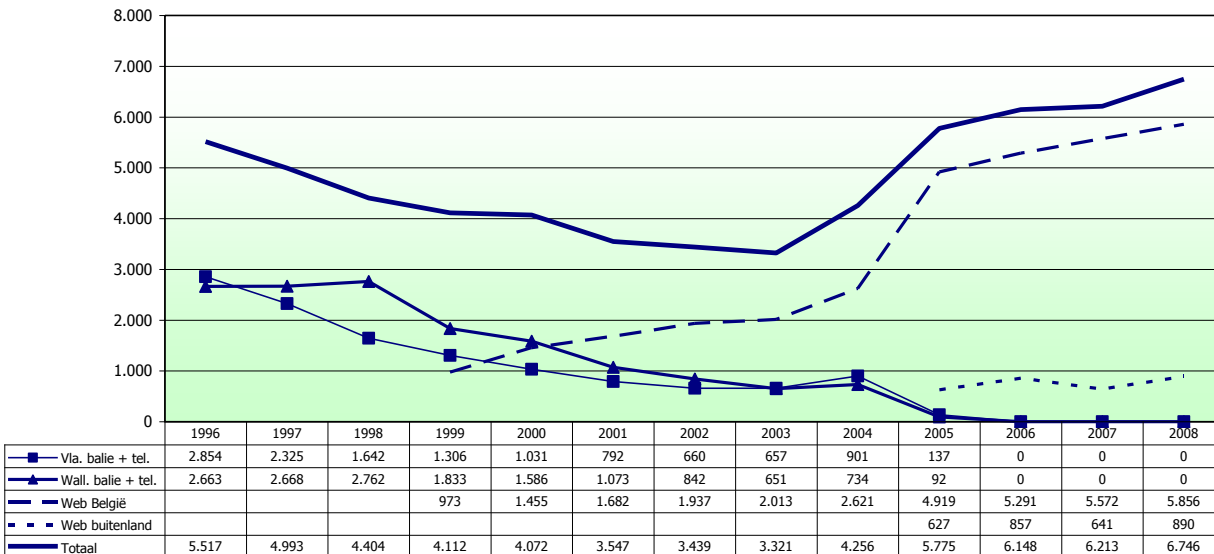
2. Cijfermateriaal Taxistop

2.1. Cijfers aantal aanvragen van lifters



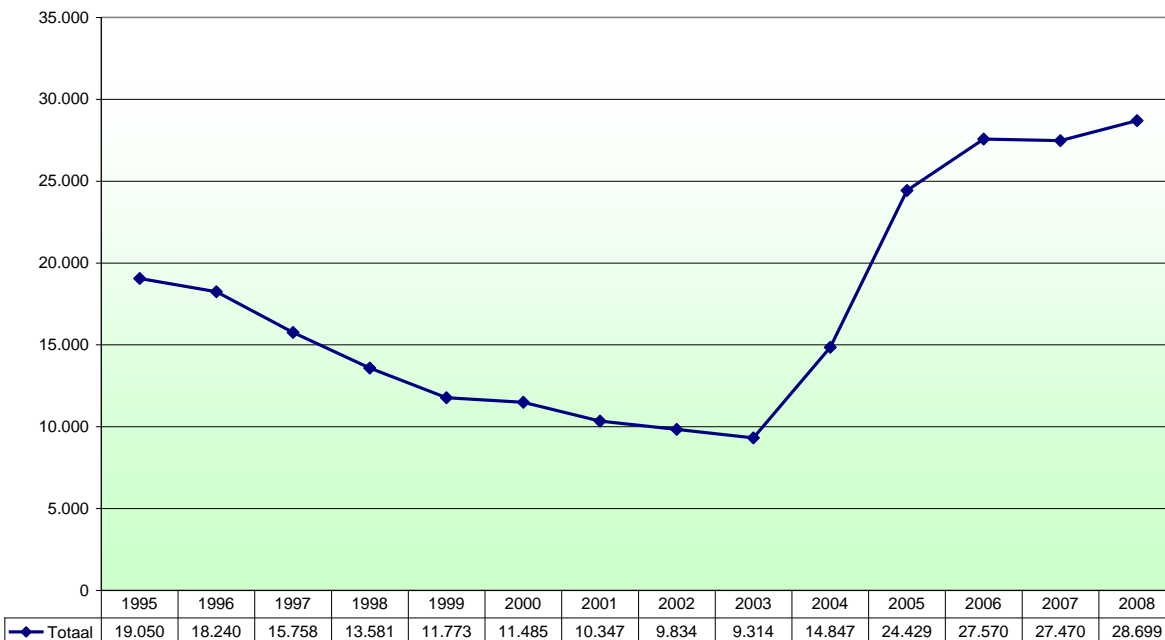
2.2. Cijfers aantal aanvragen van chauffeurs

Chauffeurs



2.3. Cijfers aantal aanvragen van chauffeurs en lifters samen

Totaal lifters en chauffeurs



3. Materiaal voor semigestructureerde interviews

3.1. Inleidende vragenlijst



Geachte mevrouw,

Geachte heer,

Ik ben Robbe Delannoy en werk in het kader van mijn opleiding tot Master in de Sociologie aan een thesis over autostop.

Ik zou u graag vriendelijk willen bedanken voor uw bereidwilligheid om mee te werken aan dit onderzoek. Tijdens het volgende uur zou ik van u een interview afnemen in verband met autostop. Ik ben zeer geïnteresseerd in uw meningen, visies en standpunten. Ik hoop dan ook dat u mijn vragen in alle eerlijkheid zal beantwoorden. Het onderzoek is volledig anoniem, niemand buiten mezelf krijgt toegang tot de verworven informatie. Bij het verwijzen naar informatie uit het interview in het definitieve onderzoeksrapport zal gebruik gemaakt worden van een fictieve naam, zodat enkel jij uzelf kan terugvinden in het rapport.

Indien u hierover nog vragen hebt kan u me steeds contacteren via telefoon (0485702023) of per email (robbe.delannoy@ugent.be). Mijn onderzoek staat onder het toezicht van promotor prof. Dr. Peter Stevens. Ook bij hem kun je terecht voor vragen of opmerkingen (peter.stevens@ugent.be).

INLEIDENDE VRAGENLIJST

Fictieve naam:

Geslacht: M / V

Leeftijd:

Woonplaats:

Burgerlijke stand:

Kinderen + leeftijd:

Beroep:

Aantal jaren ervaring met autorijden:

Hoeveel uur per week ben je gemiddeld onder weg met de wagen?

Voor het werk:

In de vrije tijd:

Op welk moment van de dag of week wordt er het meest gereden?

Met welke wagen rijdt u?

Met wat voor wagen rijdt u het liefst? (sportief, stads, familie,...):

3.2. Interviewprotocol

Opmerkingen onderlijnd zijn toegevoegd tijdens onderzoeksproces, opmerkingen *schuin* zijn verwijderd tijdens het onderzoeksproces.

Introductievragen:

- De respondent krijgt 10 foto's van verschillende onbekende mensen die variëren volgens een aantal kenmerken. Het is de bedoeling dat de respondent deze foto's rangschikt volgens de mate van vertrouwen die de mensen uitstralen. Daarna wordt de volgorde overlopen en worden vragen gesteld naar het waarom van de specifieke volgorde.

(Op deze manier kan achterhaald worden of de respondent een groot belang hecht aan uiterlijke kenmerken om een onbekende te beoordelen op zijn betrouwbaarheid, en wat de uiterlijke kenmerken volgens hem/haar zijn die de onbekende zijn vertrouwen geeft.)

1. Wat spreekt je aan om deze persoon bovenaan te leggen?
 2. Wat zorgt ervoor dat je deze persoon onderaan legt?
 3. Het valt me op dat je deze groep personen hoog/laag rangschikt. Hoe komt dit?
(bijvoorbeeld m/v, oud/jong,...)
 4.
- *De respondent krijgt een foto te zien. (foto 11 of foto 12)*
Wat zie je op de foto?
Wat denk je erover?
Klopt dit met het beeld dat je van lifters voor ogen hebt? (lifters zijn criminelen of lifters zijn heren in maatpak) (probe naar beeld dat men wel heeft van lifters)

→ deze vraag werd afgeschaft omdat ze weinig relevante data opleverde
(Gevolgd door deze vragenlijst)

- Gebeurt het wel eens dat je een lifter opmerkt aan de kant van de weg? Dikwijls?

- Op welke plaatsten zie je deze lifters?
- Heeft u ooit zelf nog gelift?
 - Ja
 - In welke context? (Jeugdbeweging, eigen initiatief, ...)
 - Hoe kwam je daar bij, hoe begon je er aan?
 - Hoe oud was je toen?
 - Hoe dacht je omgeving over liften in die tijd? (ouders, vrienden, ...)
 - Wat was de brede opinie hierover in de samenleving in die tijd?
 - Heeft u ooit minder aangename dingen meegemaakt tijdens het liften?
 - Heeft u ooit dergelijke verhalen gehoord van mensen uit uw omgeving?
 - Of heeft u er ooit iets over gelezen of gezien op TV?
 - Welk belang hecht je aan deze ervaringen of verhalen?
 - Kent u mensen uit uw omgeving die nog dikwijls liften?
 - Is de opinie omtrent liften veranderd in de samenleving doorheen de tijd?
 - Nee
 - Heb je er ooit aan gedacht om het te doen?
 - Hoe dacht je omgeving over liften in die tijd? (ouders, vrienden, ...)
 - Kent u mensen uit uw omgeving die het wel doen/deden?
 - Wat was de brede opinie hierover in de samenleving in die tijd?
 - Heeft u ooit verhalen gehoord van mensen uit uw omgeving die minder aangename dingen hebben meegemaakt tijdens het liften?
 - Of heeft u er ooit iets over gelezen of gezien op TV?
 - Welk belang hecht je aan deze ervaringen of verhalen?
 - Is de opinie omtrent liften veranderd in de samenleving doorheen de tijd?

Transitievragen

- Zou je uw kinderen de toestemming geven te liften (of lifters mee te nemen), zou je ze hiervoor aanmoedigen of ze je het hen duidelijk verbieden?
- En wat zou jouw mening zijn in de volgende twee situaties?

- Context 1: 16 jarige zoon/dochter lift na school alleen naar huis. Het traject is goed gekend, maar met de bus is het een lange reis. Om er sneller te geraken wordt gekozen om te liften. Het is mooi weer en er wordt gelift vanop een veilige plek.
- Context 2: 19 jarige zoon/dochter lift na een avondje stappen samen met een vriend(in) naar huis. Het is nacht, weinig verkeer op de weg dus men besluit te wandelen en ondertussen te liften als een wagen voorbijkomt.
 - Wat zou je denken in beide verschillende contexten?
 - Hoe ga je om met je kinderen als ze het doen?
 - Wat is er goed aan en wat niet?
 - Is de manier van hoe je hiermee omgaat veranderd door wat je van anderen hebt gehoord over liften?
 - Is de manier van hoe je hiermee omgaat veranderd door wat je leest of ziet op tv?
 - *Wat denk je van andere ouders die het wel/niet toelaten?*

Sleutelvragen

- Waarom liften mensen? (positieve of negatieve beoordeling?)
- Wat denk je dat de reële kans is om iets ernstigs te overkomen tijdens het liften?
 - Waar dacht je spontaan aan bij iets overkomen? Accident of mens met slechte bedoelingen?
- Er staat een lifter langs de weg en hij vraagt jou duidelijk om een lift. Waarom beslis je om de lifter (niet) mee te nemen? (Indien men reeds aangaf dat men zelf lift of gelift heeft: probe naar wederkerigheid als motief: speelt het een rol dat je zelf nog hebt gelift?)
- Is het belangrijk of niet dat je een lifter vertrouwt?
- Hoe weet je of je iemand kan vertrouwen?
- Hoe weet je dat je iemand moet wantrouwen?
- Is het leuk of goed om een lifter mee te nemen?
- Hoe ziet de typische lifter eruit? Kan je die eens beschrijven?
- Hebben lifters iets gemeenschappelijks met elkaar?
- En hoe ziet de typische bestuurder eruit die ervoor stopt? (probe naar vertrouwen of gevaar, afhankelijk van wat respondent voordien reeds vertelde).
- Hebben chauffeurs iets gemeenschappelijks met elkaar?

Besluitende vragen

- Als ik jou antwoorden eens overloop dan heb je gezegd dat X, Y, Z ... (vat samen). Kan je je daarin terugvinden of heb ik iets vergeten, of verkeerd begrepen?
- We hebben over heel veel dingen gesproken vandaag. Als laatste vraag zou ik je willen vragen: van alles dat we hebben besproken: wat was het meest belangrijke voor jou en waarom?

Vriendelijk bedankt voor uw medewerking!

3.3. Afsluitende vragenlijst

AFSLUITENDE VRAGENLIJST: Vragenlijst omtrent kenmerken liftsituatie

Wat zijn voor jou de belangrijkste redenen om een lifter al dan niet mee te nemen? Gelieve hieronder telkens aan te duiden hoe belangrijk je een criterium vindt om al dan niet te stoppen. 0 betekent dat je de lifter in geen geval meeneemt, 10 betekent dat hem/haar zeker meeneemt.

1. De lifter staat op een veilige plek om te stoppen. (stopplaats)

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

2. Het is nacht. (tijdstip)

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

3. Je bent onder weg voor je werk. (omstandigheid)

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

4. Het regent buiten. (weersomstandigheid)

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

5. Er liggen waardevolle voorwerpen op de achterbank van je wagen. (handtas, laptop,...)

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

6. Je zit met drie in de wagen en hebt nog 2 vrije plaatsen. Twee mensen vragen een lift.

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

7. De lifter is een man van middelbare leeftijd.

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

8. Er is slechts weinig verkeer op de weg, een lifter probeert de weinige auto's tegen te houden.

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

9. De lifter staat langs een verlaten industrieterrein waar verder weinig mensen te bespeuren zijn.

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

10. Het liftgezelschap bestaat uit twee jonge vrouwen.

Niet meenemen - 1 - 2 - 3 - 4 - geen invloed - 6 - 7 - 8 - 9 - Zeker meenemen

Welke kenmerken van de vorige lijst zijn voor jou het meest van belang?

Belangrijkste voorwaarden **om een lifter mee te nemen:**

1.
2.
3.

Belangrijkste kenmerken om een lifter NIET mee te nemen:

1.
2.
3.

3.4. Gebruikte foto's introductievraag:

3.4.1. Foto 1:



3.4.2. Foto 2:



3.4.3. Foto 3



3.4.4. Foto 4



3.4.5. Foto 5



3.4.6. Foto 6



3.4.7. Foto 7



3.4.8. Foto 8



3.4.9. Foto 9



3.4.10. Foto 10



3.4.11. Foto's tweede introductievraag (Later weggevalen)



4. Rangschikking foto's introductievraag door respondenten

Foto's										
Naam	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sofia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sim	9	2	1	3	5	4	7	8	6	10
Matthias	4	1	5	8	6	3	2	8	9	10
Geert	3	2	4	1	6	10	5	8	7	9
center boy	4	3	10	1	2	5	6	9	7	8
Jozef	10	3	6	7	9	1	4	8	2	5
Viviane	3	2	6	1	10	4	8	9	7	5
Liliane	1	8	3	2	9	7	5	10	4	6

fotonummer	aantal keer in top 3	aantal keer bij laatste 3
1	4	0
2	4	1
3	6	0
4	3	1
5	1	2
6	2	2
7	0	3
8	1	6
9	1	5
10	2	4

5. Weergave afgelegde liften

	Datum	startuur	tijdstip van lift	wacht tijd (min.)	liftplaats	eindplaats
1	29/jan	11u30	11u40	10	de sterre Gent	rondpunt afrit torhout
2	29/jan	12u17	12u24	7	rondpunt afrit torhout	rondpunt lichtervelde
3	29/jan	12u33	12u35	2	rondpunt lichtervelde	markt hooglede
4	1/feb	11u30	11u58	28	oprit sint denijs E40 richting brussel	tankstation Groot Bijgaarden
5	1/feb	12u41	13u03	32	tankstation Groot Bijgaarden	Naamsepoort Brussel
6	1/feb	17u11	17u13	2	Gentsesteenweg Brussel	De Sterre Gent
7	3/feb	10u31	10u55	24	oprit sint denijs E40 richting brugge	tankstation Jabbeke
8	3/feb	11u35	11u42	7	tankstation Jabbeke	kruispunt nieuwpoort
9	3/feb	12u08	12u14	6	kruispunt nieuwpoort	koksijde
10	3/feb	16u12	16u12	0	oprit nieuwpoort	tankstation Jabbeke
11	3/feb	16u29	16u31	2	tankstation Jabbeke	afrit lichtervelde E403
12	3/feb	16u56	17u01	5	afrit lichtervelde E403	rondpunt lichtervelde
13	3/feb	17u09	17u11	2	rondpunt lichtervelde	markt hooglede
14	4/feb	16u24	16u29	5	oprit sint denijs e40 richting brugge	afrit E40 Beernem
15	4/feb	16u46	16u51	5	oprit E40 Beernem	afrit lichtervelde E403
16	4/feb	17u04	17u07	3	afrit lichtervelde E403	markt lichtervelde
17	11/feb	11u14	11u29	15	de sterre Gent	baan gent-deinze, de pinte
18	11/feb	11u40	11u48	8	baan gent-deinze, de pinte	rondpunt Deurle
19	11/feb	11u57	12u06	9	rondpunt Deurle	Centrum Deinze
20	11/feb	13u32	13u41	9	centrum deinze	verkeerslichten Latem
21	11/feb	13u57	14u13	16	verkeerslichten Sint martens latem	Aldi Sint Denijs
22	11/feb	14u20	14u21	1	Aldi Sint Denijs	De Sterre Gent
23	16/feb	14u21	14u25	4	Diksmuide station	centrum Zarren
24	16/feb	14u35	14u39	4	centrum zarren	centrum kortemark
25	16/feb	14u51	15u11	20	centrum kortemark	centrum hooglede
26	27/feb	16u57	16u58	1	achterkant station brugge	oprit E40 Brugge
27	27/feb	17u05	17u06	1	oprit e40 brugge	De Sterre Gent
28	8/mrt	13u40	13u54	14	oprit sint denijs E40 brugge	tankstation Jabbeke
29	8/mrt	14u34	14u40	6	tankstation Jabbeke	nieuwpoort
30	8/mrt	15u03	15u07	4	nieuwpoort	oostduinkerke
31	8/mrt	17u07	17u11	4	nieuwpoort	tankstation Jabbeke
32	8/mrt	17u34	17u38	4	tankstation jabbeke	gent
33	12/mrt	11u52	11u55	3	de sterre Gent	Oprit E17 De Pinte
34	12/mrt	12u07	12u12	5	Oprit E17 De Pinte	tankstation Nazareth E17
35	12/mrt	12u17	12u38	21	tankstation Nazareth E17	afrit Waregem
36	12/mrt	12u52	12u56	4	Oprit Waregem	Moorsele
37	12/mrt	18u54	19u22	28	Kortrijk Expo	De Sterre Gent

38	20/mrt	11u45	11u49	4	de sterre Gent	oprit E40 Sint Denijs
39	20/mrt	11u52	11u56	4	oprit E40 Sint Denijs	Afrit E40 Brugge
40	20/mrt	12u20	12u25	5	Oprit E40 Brugge	Afrit E403 Lichtervelde
41	20/mrt	12u37	12u41	4	Afrit E403 Lichtervelde	rondpunt lichtervelde
42	20/mrt	12u48	12u49	1	rondpunt lichtervelde	Kortemark
43	20/mrt	13u31	13u35	4	Kortemark	Zarren
44	20/mrt	14u32	14u41	9	Zarren	Klerken
45	20/mrt	15u34	15u41	7	Klerken	Diksmuide
46	31/mrt	14u49	14u50	1	de sterre Gent	oprit E40 Sint Denijs
47	31/mrt	14u55	15u05	10	oprit E40 Sint Denijs	Euroshop Veldegem
48	31/mrt	15u40	15u41	1	Euroshop Veldegem	Markt Hooglede
49	7/apr	15u27	15u30	3	de sterre Gent	oprit E40 Sint Denijs
50	7/apr	15u35	15u42	7	oprit E40 Sint Denijs	Afrit Aalter
51	7/apr	15u56	16u08	12	Oprit Aalter	Afrit Brugge
52	7/apr	16u24	16u27	3	Oprit Brugge	rondpunt lichtervelde
53	7/apr	16u55	17u00	5	rondpunt lichtervelde	Hooglede
54	7/apr	18U57	18U58	1	Oprit E403 lichtervelde	De kouter Gent
			totaal:	402		
			gem.:	7,4444444		

Nr,	Method	afstand	fictieve naam	ge- slacht	leeftijd (schatting)	beroep
1	Bordje	55	Hanne	V	30	Bijzondere jeugdzorg, sociaal werkster
2	duim	6	Jordy	M	28	productiearbeider
3	duim	7	Ronny	M	52	houtleverancier
4	Bordje	50	annemie	V	48	werkt in uitgerij
5	vragen	15	josephine	V	30	carrièreondersteuning als psychologe
6	Bordje	50	Evelien	V	27	lesgeefster human relations
7	Bordje	50	Lucien	M	65	gepensioneerd
8	vragen	30	Julie	V	27	fotografe
9	duim	8	Myriam	V	50	x
10	duim	30	Pieter	m	25	tuinaanlegger/student
11	vragen	30	Marcel	M	64	expertises voor verzekeringen
12	duim	3	Joris	m	35	vrachtwagenchauffeur
13	duim	7	Ilse	V	40	lerares scheikunde
14	Bordje	30	Erik	m	50	x
15	Bordje	30	Raf	m	40	x
16	duim	2	Fernand	m	40	x
17	duim	6	marc	m	52	zelfstandig psycholoog
18	duim	4	Mimi	v	30	horeca
19	duim	4	Joris	m	29	Headhunter

20	duim	8	Monique	v	37	zelfstandig thuisverpleegster
21	duim	2	Evi	v	35	x
22	duim	2	Hans	m	27	x
23	duim	8	Christel	v	43	bankbediende fortis
24	duim	7	Jozef	m	58	x
25	duim	8	Hans	m	45	x
26	Bordje	4	Daniel en christel	x	60	x
27	Bordje	40	marleen	v	52	bedrijfsleidster
28	duim	50	Franky	m	48	gevangenisconsulent
29	vragen	30	Patrick & erna		50	onderwijzers
30	duim	5	Kenny	m	35	vertegenwoordiger
31	duim	30	Jan	m	32	x
32	vragen	50	Peter	m	45	bosontginner
33	duim	6	Jan & An	x	40	x
34	duim	10	Danny	m	55	dakdekker - autohandelaar
35	vragen	15	Mario	m	36	x
36	duim	30	Jane	v	45	x
37	Bordje	42	Jordy	m	28	IT netwerkbeheerder
38	duim	2	Anja	v	35	x
39	duim	40	Sam & An	x	27	leraars
40	Bordje	23	Pronja	v	35	x
41	duim	3	Joost	m	40	x
42	duim	6	Sander	m	21	student
43	duim	7	Sylvie & Marc	x	36	x
44	duim	5	Johanna	v	45	x
45	duim	6	Marnix & Greta	x	50	x
46	duim	2	Matti	m	20	student
47	duim	46	Jensey	m	21	Schrijnwerker
48	duim	20	Stefaan	m	45	Voyageur
49	duim	2	Brahim	m	30	X
50	duim	17	André & Marie jeanne		72	Pensioen
51	duim	20	Angie	v	56	X
52	bordje	23	Rik	m	58	leraar frans
53	duim	6	Giovanni	m	26	Spoorwegarbeider
54	bordje Gent	63	Rita	v	53	zelfstandig tuincentrum
	totaal:	1055		totaal:	2203	
	gem.:	19,537		gem.:	40,7962963	

Nr,	type auto	situatie in auto	reden voor verplaatsing	reden om lifters mee te nemen 1
1	klein	peuter op achterbank	vrije tijd, familie	beslissen op moment zelf

2	lichte vracht	Alleen	vrije tijd, familie	X
3	jeep	Alleen	werk	zelf veel gelift
4	gezinswagen	Alleen	werk	goed gehumeurd, goed geslapen
5	gezinswagen	Alleen	werk	zelf veel gelift
6	gezinswagen	Alleen	werk	dezelfde richting uitgaan
7	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	dezelfde richting uitgaan
8	klein	Alleen	werk	zelf veel gelift
9	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	kinderen van dezelfde leeftijd
10	lichte vracht	Alleen	studie: examen	leeftijdsgenoot helpen
11	luxewagen (lexus)	Alleen	werk	dezelfde richting uitgaan
12	vrachtwagen	Alleen	werk	Medelijden
13	gezinswagen	Alleen	werk	zelf veel gelift
14	gezinswagen	Alleen	werk	zelf veel gelift
15	luxewagen	Alleen	x	zelf veel gelift
16	gezinswagen	2 kinderen op achterbank	woon-werk	zelf veel gelift
17	gezinswagen	Alleen	werk	zelf veel gelift
18	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	hond is mee
19	klein	Alleen	werk	zelf veel gelift
20	gezinswagen	Alleen	werk	hond is mee
21	klein	Alleen	vrije tijd: boodschappen	medelijden (regen)
22	klein	Alleen	x	zelf gelift: iets terugdoen!
23	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	dochter zelfde leeftijd
24	luxewagen	Alleen	x	dezelfde richting uitgaan
25	bestelwagen	Alleen	x	dezelfde richting uitgaan
26	bestelwagen	Koppel	vrije tijd	dezelfde richting uitgaan
27	luxe terreinwagen	Alleen	vrije tijd	zelf veel gelift
28	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	dezelfde richting uitgaan
29	gezinswagen	Koppel	vrije tijd	zelf veel gelift
30	gezinswagen	Alleen	werk	zelfde richting uitgaan
31	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	zelfde richting uitgaan
32	jeep	Alleen	werk	Helpen
33	gezinswagen	Koppel	vrije tijd	zelf veel gelift
34	gezinswagen	Alleen	werk	zelf veel gelift
35	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	Helpen
36	luxewagen	Alleen	vrije tijd	helpen => zelf net veel getsjoold
37	lichte vracht	Alleen	vrije tijd	sociaal contact
38	luxewagen	Alleen	vrije tijd	gewoonte overgenomen van pa
39	gezinswagen	Koppel	vrije tijd: familiebezoek	jonge gasten helpen
40	bestelwagen	Alleen	x	Helpen
41	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	Helpen
42	gezinswagen	Alleen	vrije tijd: familiebezoek	jonge gasten helpen

43	gezinswagen	koppel + 2 kinderen	vrije tijd	zelf veel gelift
44	bestelwagen	Alleen	x	jonge gasten helpen
45	luxewagen	Koppel	vrije tijd	helpen
46	gezinswagen	Alleen	naar huis na school	lift zelf veel
47	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	verveling
48	bestelwagen	Alleen	werk	helpen
49	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	goed gezind (mooi weer)
50	gezinswagen	Koppel	vrije tijd	helpen
51	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	zelf veel gelift
52	luxewagen	Alleen	werk	zelf veel gelift
53	gezinswagen	Alleen	werk	jonge gasten helpen
54	gezinswagen	Alleen	vrije tijd	sociaal contact

Nr,	reden om lifters mee te nemen 2	reden om lifters mee te nemen 3	reden om lifters mee te nemen 4
1	afh van humeur	afh van praktisch (tanken, vrije plaats	
2	X	x	X
3	plaats over in wagen	intresse, gesprekspartner	
4	gesprek, gezelschap	medelijden (koude)	helpen kijken voor flitsers
5	gesprek, gezelschap		
6	gesprek, gezelschap		
7	Avontuurlijk		
8	gesprek, gezelschap	nieuwsgierig	
9	zelf gelift vroeger	dezelfde richting uitgaan	
10	zelf gelift		
11	gesprek, gezelschap		
12	gesprek, gezelschap	interesse	
13	gesprek, gezelschap	dezelfde richting uitgaan	
14	gesprek, gezelschap		
15			
16	Hoffelijkheid		
17	Hoffelijkheid	gesprekspartner	
18	zelf veel gelift		
19	slecht weer	interesse	
20	gesprek, gezelschap	medelijden (regen)	
21	zelf gelift vroeger		
22	slecht weer		
23	zelf nog gelift vroeger		
24			
25	Helpen		
26			
27	dezelfde richting uitgaan	gesprekspartner	

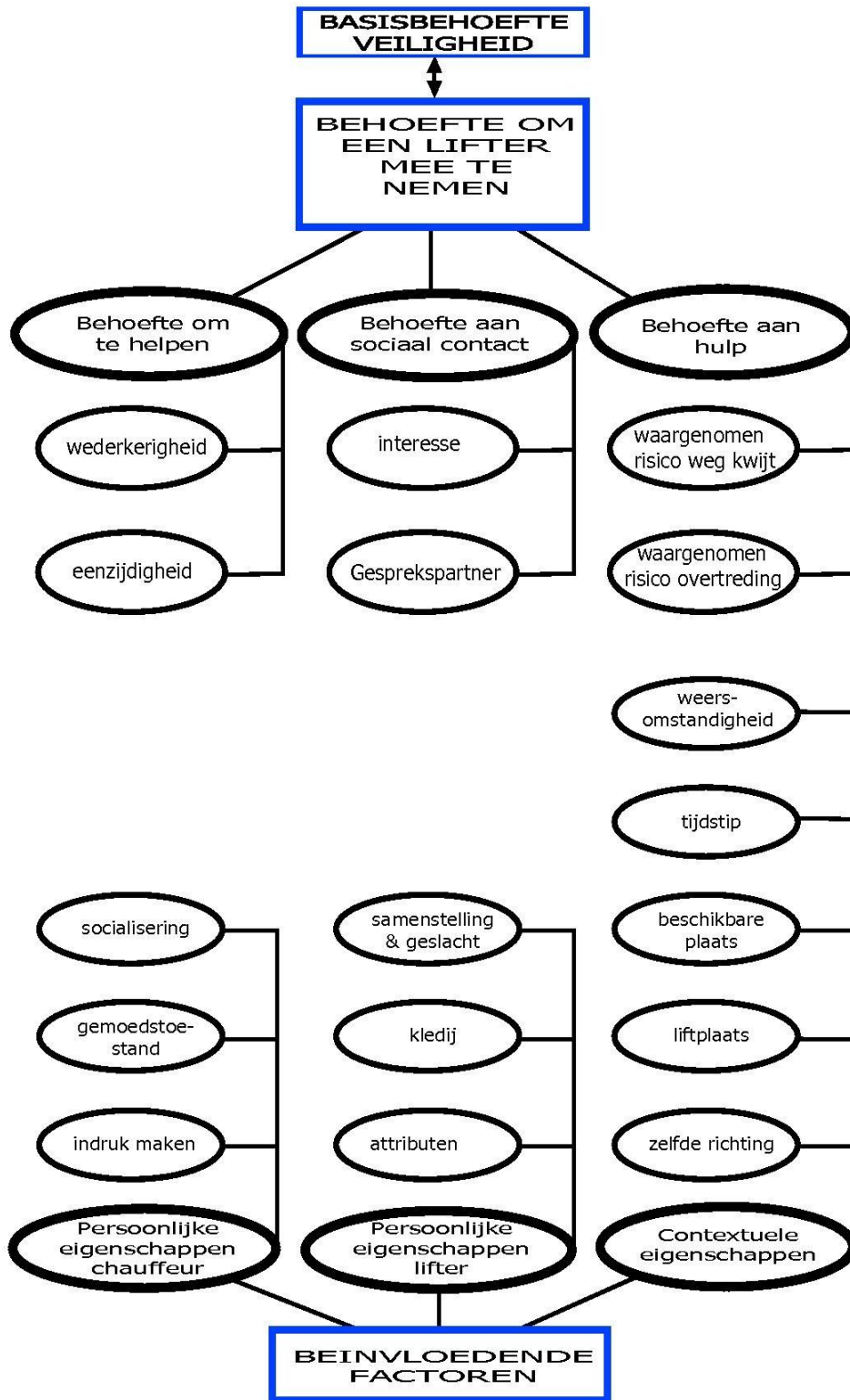
28	Helpen	herkenbaar als student	zelf een dochter
29	dochter zelfde leeftijd	helpen	
30	Helpen		
31	Helpen		
32	zelfde richting uitgaan	zonen zelfde leeftijd	
33	Helpen		
34	Helpen	gesprekspartner	
35			
36	betrouwbaar uitzicht		
37	jonge gasten onder elkaar	helpen	
38	jonge gasten helpen		
39	zelf nog gelift		
40	dezelfde richting uitgaan (dankzij liftbordje)		
41	sociaal contact		
42	sociaal contact	zelf gelift	
43	compassie (gevaarlijk)	betrouwbaar uiterlijk	
44	zelfde richting uitgaan		
45	zelfde richting uitgaan		
46	Helpen		
47	Interesse	weg tonen	
48	zelf gelift		
49			
50	sociaal contact (interesse		
51	sociaal contact	kinderen zelfde leeftijd	
52	sociaal contact	bordje 'lichtervelde'	
53	Interesse		
54	Helpen	weg helpen zoeken	

Nr,	zelf al gelift?	Waarom (niet)	neemt vaak lifers mee	situatie lifter
1	weinig	student op reis	indien mogelijk	Student
2	x	X	soms	Student
3	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	altijd	Student
4	weinig	X	weinig	Koppel
5	veel	Student	indien mogelijk	Koppel
6	nooit	Bang	indien mogelijk	Koppel
7	nooit	vroeg eigen wagen	meestal	Alleen
8	weinig	student op reis	indien mogelijk	Alleen
9	ja	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	indien mogelijk	Alleen
10	weinig	student op reis	indien mogelijk	Werkmanskledij
11	nooit	vroeg eigen wagen	soms	Werkmanskledij

12	nooit	X	eerste keer	Werkmanskledij
13	veel	student op reis	indien mogelijk	Werkmanskledij
14	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	koppel met rugzakken
15	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	koppel met rugzakken
16	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	koppel met rugzakken
17	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	alleen met hond
18	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	altijd	alleen met hond
19	weinig	student op reis	altijd	alleen met hond
20	nooit	X	meestal	alleen met hond
21	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	weinig	alleen met hond
22	veel	student op reis	weinig	alleen met hond
23	weinig	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	soms	alleen met grote rugzak
24	nooit	X	soms	alleen met grote rugzak
25	X	X	x	alleen met grote rugzak
26	X	X	x	Koppel
27	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	indien mogelijk	Koppel
28	weinig	Soldaat	meestal	Alleen
29	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	Alleen
30	1 keer	Dronken	meestal	Alleen
31	weinig	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	Alleen
32	nooit	vroeg werk en eigen wagen	meestal	Alleen
33	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	Alleen
34	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	Alleen
35	nooit	X	meestal	Alleen
36	nooit	X	2e keer	Alleen
37	nooit	X	meestal	alleen, schemering
38	nooit	geen noodzaak	meestal	Alleen
39	weinig	student op reis	soms	Alleen
40	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	Alleen
41	nooit	geen noodzaak	meestal	Alleen
42	weinig	jeugd, goedkoop & gemakkelijk	meestal	Alleen
43	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk (functioneel)	soms	Alleen
44	nooit	X	soms	alleen (weinig verkeer)
45	veel	jeugd, goedkoop & gemakkelijk (functioneel)	soms	alleen (weinig verkeer)
46	veel	jeugd goedkoop gemakkelijk fuck bus	altijd	alleen met gitaar
47	nooit	nooit nodig, vroeg rijbewijs	eerste keer	alleen met gitaar
48	Ja	jeugd, goedkoop	meestal	alleen met gitaar
49	nooit	niet avontuurlijk, alles moe gepland zijn!	weinig	alleen (zonnig)
50	nooit	geen noodzaak	meestal	alleen (zonnig)

51	veel	Hippietijdperk	meestal	alleen (zonnig)
52	veel	jeugd goedkoop gemakkelijk	meestal	alleen (zonnig)
53	nooit	geen kloten	weinig	alleen (zonnig)
54	nooit	geen noodzaak	meestal	alleen (zonnig)

6. Grafische voorstelling waarom lifters worden meegenomen



VI. LITERATUURLIJST

ADW., (14/08/1997) Dutroux fnuikt Taxistop. *Het laatste Nieuws*. (in press).

Alcorn, David S. and Condie, Spencer J. (1975). Who picks up whom? *Humboldt Journal of Social Relations*, 3 n°1, 56-61.

Andrades, C. (2007). Angst aan het begin van de eenentwintigste eeuw. *Krisis*, 1.

Axelrod, R. (1984). *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic

Baughner, B. (1974). Ref Type: Personal Communication

Bauman, Z. (2003). City of fears, city of hopes. *CUCR (Centre for Urban and Community Research) Occasional Paper*, <http://www.goldsmiths.ac.uk/cucr/pdf/city.pdf>. London: Goldsmiths College.

Bauman, Z. (2006). *Liquid fear*. (first edition ed.) (vols. 188 blz.) Cambridge: Polity Press.

Beck, U. (1992). *Risk society: towards a new modernity*. Sage Publications Ltd.

Beck, U. & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: institutionalized individualism and its social and political consequences*. Sage Publications Ltd.

Blanke, D., (2009). *Mobility without Mayhem: Safety, Cars, and Citizenship* (review). *Technology and Culture*, Volume 50, Number 1, January 2009, pp. 240-242

Bodelier, R. (2005). *Tegen de angst: optimisme als opdracht voor de 21e eeuw*. Inmerc.

Buchan, N. R., Croson, R. T. A. & Dawes, R. M. (2002) Swift neighbors and persistent strangers: a cross-cultural investigation of trust and reciprocity in social exchange. *American Journal of Sociology* 108, 168-206.

Bryan, J. H. Helping and hitchhiking. 1966.

Chesters, G. & Smith, D. M. (2001). The neglected Art of hitch-hiking: Risk, trust and sustainability. *Sociological research online*, 6.

Clifford, M. M. & Cleary, P. (1971). The Odds on hitchhiking.

Ref Type: Unpublished Work

Cottle, S. (1998). Ulrich Beck, Risk Society and the Media: A Catastrophic View? *European Journal of Communication*, 13, 5.

Crasswell, P., Gordon, M. A., & Tedford, W. H. (1972). Experimental Investigation of Hitchhiking. *Journal of Psychology*, 82, 43-&.

DuBow, F., McCabe, E., & Kaplan, G. (1979). Reactions to crime: A critical review of the literature. *US Government Printing Office, Washington, DC*.

Dunn, J. (1984). The concept of trust in the politics of John Locke. *Philosophy in History: Essays on the Historiography of Philosophy*, 279-301.

Fiedler, J., Hoppe, R., Berninghaus, P., Lenhart, A., & Baurmann, M. C. (1989). Hitch-hiking and the danger of hitch-hiking giving special consideration to 'short lifts'.

Fitzsimons, P. (24-4-2010). Hitchhiking for Ugly People. internet article. Retrieved 24-4-2010, from <http://bernd.wechner.info/Hitchhiking/ugly.html>

FOD economie, KMO middenstand en energie (2009). Grootte van het voertuigenpark (historische reeks 1930-2009). statistieken. http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/verkeer_vervoer/verkeer/voertuigpark/index.jsp

Franzoi, S. (1985). Personality-Characteristics of the Crosscountry Hitchhiker. *Adolescence*, 20, 655-668.

Foddy, M., Platow, M. J., & Yamagishi, T. (2009). Group-based trust in strangers: the role of stereotypes and expectations. *Psychological Science*, 20, 419-422

Fukuyama, F. (1995). *Trust: Social virtues and the creation of prosperity*. London: Hamish Hamilton.

Furedi, F. (2002). *Culture of fear: risk-taking and the morality of low expectation*. Continuum Intl Pub Group.

Furedi, F. (2006). *Culture of fear revisited*. Continuum.

Garner, A. (2008). Risk and reward. The (lost?) art of hitchhiking. article. ictlconference.googlepages.com/11.Alice.Garner.PAR.pdf

Giddens, A. (1994). Living in a post-traditional society. *Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order*, 56-109.

Goffman, E. (1971). *Relations in public: Microstudies of the public order*. Harper & Row.

Goffman, E. (2008). Micro-sociological analysis. The presentation of self in every day life. In C.Calhoun, J. Gerteis, J. Moody, S. Pfaff, & I. Virk (Eds.), *Contemporary sociological theory* (2nd edition ed., pp. 52-67). Oxford: Blackwell Publishing.

Hale, C. (1996). Fear of Crime: A Review of the Literature. In: *International Review of Victimology* 4: 79-150.

Hammersley, M. (2000) The relevance of qualitative research, *Oxford Review of Education*, 26, 393-405.

Hindelang, M. J., Gottfredson, M. R., & Garofalo, J. (1978). *Victims of personal crime: An empirical foundation for a theory of personal victimization*. Ballinger Cambridge, MA.

ISA (2001). Code of ethics. Geraadpleegd op 22/03/2011 op http://www.isa-sociology.org/about/isa_code_of_ethics.htm

Jonker, C. M., Schalken, J. J., Theeuwes, J., and Treur, J. (2004). Human experiments in trust dynamics. *Lecture Notes in Computer Science*, 2995:206–220.

Klüssendorf, J. (2009). *activiteitenverslag 2008* Gent: Centrum voor positieve aanwending vzw.

Knack, S. & Keefer, P. (1997). Does Social Capital Have An Economic Payoff? A Cross-Country Investigation*. *Quarterly journal of economics*, 112, 1251-1288.

Kury, H., J. Obergfell-Fuchs en T. Ferdinand (2001). Aging and the Fear of Crime: Recent Results from East and West Germany. In: *International Review of Victimology* 8(1): 75-112.

Macy, M., & Skvoretz, J. (1998). The evolution of trust and cooperation between strangers: A computational model. *American Sociological Review*, 63: 638–660.

Maslow, A.H., (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological Review* 50: 370-396.

Misztal, B. A. (1996). *Trust in modern societies: The search for the bases of social order*. Polity Press.

Moody, M. (2008). Serial Reciprocity: A Preliminary Statement*. *Sociological Theory*, 26, 130-151.

Moorman, C. and Zaltman, G. (1988). [The importance of personal trust in the use of research](#). In: *Journal of advertising research* Oct.-Nov. 1988, pp. 16-24.

MORGAN, C. J., LOCKARD, J. S., FAHRENBRUCH, C. E., & SMITH, J. L. (1975b). Hitchhiking: Social signals at a distance. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 5, 459-461.

Mortelmans, D. (2007) Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden. Leuven, Acco, 534 p.

Noske, B. (2000). *Al liftend*. (vols. 237 blz.) Amsterdam: Van Gennepe.

Olson, M. (1971). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Harvard Univ Pr.

Orbell, J. and Dawes, R.M., (Jun., 1991), A "Cognitive Miser" Theory of Cooperators' Advantage
Source: *The American Political Science Review*, Vol. 85, No. 2 pp. 515-528

Packer, J. *Mobility without Mayhem: Safety, Cars, and Citizenship*. Durham, NC: Duke U P, 2008.

Pain, R. H. (1997). Social geographies of women's fear of crime. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 22, 231-244.

Pomazal, R. J. & Clore, G. L. (1973). Helping on the Highway: The Effects of Dependency and Sex. *Journal of Applied Social Psychology*, 3, 150-164.

Pote, R. Lifters en automobilisten, wat mag en wat niet mag. *Gazet van Antwerpen*, (in press).

Rinvolucris, M. (1974). *Hitch-hiking*. (vols. 96 blz.) zelf uitgegeven (1974) heruitgegeven door Wechner, B. op internet (1997).

Schlebecker, John T (1958). An Informal History of Hitchhiking. *The Historian*, 20, blz. 305.

Seligman, M. E. P., Walker, E. F., & Rosenhan, D. L. (2001). *Abnormal psychology*. Norton.

Sexton, S. & Tobin, N. (1972). Attitudes toward and the effects of physical variables on hitchhiking.

Ref Type: Unpublished Work

Sheller, M. & Urry, J. (2000). The city and the car. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24, 737-757.

Sheller, M. & Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A*, 38, 207.

Snyder, M., Grether, J., & Keller, K. (1974). Staring and compliance: A field experiment on hitchhiking. *Journal of Applied Social Psychology*, 4, 165-170.

Tajfel, H., Social identity and intergroup relations. 1982. Cambridge University Press Cambridge.

Taylor, R. B. & Hale, M. (1986). Testing alternative models of fear of crime. *Journal of Criminal Law and Criminology*, 77, 151-189.

Toner, D. (1995). *Europese liftersgids*. (vols. 175 blz.) Utrecht: Kosmos - Z&K uitgeverij.

Warr, M., (Mar., 1990), *Dangerous Situations: Social Context and Fear of Victimization*. Source: Social Forces, Vol. 68, No. 3 pp. 891-907 Published

Wechner, B. (1998, June 1). The Risk/Return Ratio. *suite101*, 6 blz..

Wechner, B. (2002, May 1). A Dearth of Research: Does anyone really know anything about hitch-hiking? *suite101*, 4 blz..

Wechner, B. (2003, February 1a). A Standard Experiment: How to determine present day efficacy. *suite101*, 5 blz..

Wechner, B. (2003, January 1b). Experiments in hitchhiking. What works best? *suite101*, 6 blz..

Welch, M.R., Sikkink, D. & Loveland, M.T. (2007). The radius of trust: Religion, social embeddedness and trust in strangers. *Social Forces* 86: 23–46.

Wilkinson, I. (2001). *Anxiety in a risk society*. Routledge.