

"Ik rap niet
alsof ik een
player ben"

Een onderzoek naar
de manier waarop
luiting komt in
Nederlandstalige rap
in vergelijking tot
Amerikaanse rap

Fay Tulling
Augustus 2011

Master Media en Cultuur
Erasmus Universiteit

“Ik rap niet alsof ik een player ben”

Een onderzoek naar de manier waarop lokalisering tot uiting komt in
Nederlandstalige rap in vergelijking tot Amerikaanse rap.

Eramus Universiteit Rotterdam

Erasmus School of History, culture and communication

Master Media en Journalistiek, richting Media en Cultuur

Fay Tulling - 336654

Begeleidend docent: Annemarie Kersten, MA

Tweede lezer: Dr. Erik Hitters

12 augustus 2011

Voorwoord

Dit is het dan; voor mij ligt een thesis om de master Media en Journalistiek mee af te sluiten. Een roerig jaar waarin al vanaf het begin werd gehamerd op het feit dat men zo snel mogelijk een onderwerp moest gaan uitkiezen voor de thesis. Aanvankelijk had ik geen idee waar ik mijn thesis over zou moeten schrijven en hoopte ik dus op een goed alternatief tijdens de thesismarkt. Tijdens een gesprek met Annemarie Kersten werd ik echter aangemoedigd om toch een eigen onderwerp te zoeken. Met haar hulp en enthousiasme heb ik dan ook een eigen onderwerp gekozen. Na dit gesprek kon ik met Annemarie Kersten als thesisbegeleider beginnen aan mijn onderzoek naar de manier waarop lokalisering tot uiting komt in Nederlandstalige rap. Achteraf gezien is het een goede keuze geweest om een eigen onderwerp te kiezen. Door mijn enthousiasme en interesse voor rap en hiphop waren de dagen in de bibliotheek op zoek naar relevante literatuur minder zwaar en soms zelfs verrassend interessant. Echter, er zijn een aantal mensen die mij tijdens de totstandkoming van deze thesis tot steun zijn geweest.

Allereerst wil ik mijn klasgenoten bedanken. Door de etentjes, feestjes en drankjes zijn de eentonige maanden in de periode van het onderzoek een stuk minder saai geworden. Daarnaast zaten zij in het zelfde schuitje en wisten dus precies waar je mee bezig was. Judith in het bijzonder; de lange dagen in de bibliotheek waren een welkome afwisseling op de vaak eenzame dagen in de boeken! Ook familie en vrienden zijn een bedankje waard; in tijden dat ik chagrijnig was en het niet meer zag zitten, kon ik tegen jullie aanzeuren. Speciale dank gaat echter uit naar mijn thesisbegeleidster: Annemarie Kersten. Ik waardeer het zeer dat je altijd bereid was om me te helpen. Je gesprekken en opbouwende kritiek waren verhelderend en een goede motivatie om weer aan de slag te gaan.

Rotterdam

Fay Tulling

12 augustus 2011

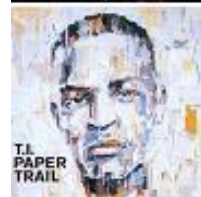
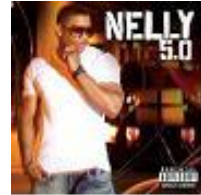


“Me shit is niet voor op tv bestemd.

Ik ben niet commercieel genoeg.

Ik rap niet alsof ik een player ben”.

Fresku – *Twijfel*, 2010



Inhoudsopgave

	Abstract	1
1	Inleiding	2
2	Rap is something you do, hiphop is something you live	5
2.1	Muziek en identiteit	5
2.2	Subcultuur	6
2.3	Het ontstaan van hiphop	7
2.3.1	De doorbraak van hiphop wereldwijd	9
2.4	Hiphop als subcultuur	10
2.5	Hiphop in Nederland	10
2.6	De muziekmarkt	12
2.6.1	De grootste spelers op de Amerikaanse muziekmarkt	13
2.6.2	De grootste spelers op de Nederlandse muziekmarkt	15
3	De theorie achter de praktijk	18
3.1	Globalisering	18
3.1.1	Culturele globalisering	20
3.2	Verschillende theorieën met betrekking tot culturele globalisering	21
3.2.1	Het cultureel imperialisme	21
3.2.2	Global flows	23
3.2.3	Lokalisering	25
3.3	De muziekindustrie	28
3.3.1	Muziek als handelswaar	28
3.3.2	Tussen commercie en creativiteit	29
3.3.3	Marktconcentratie en muzikale diversiteit	31
3.3.4	Concluderend; wat betekent dit voor hiphop in Nederland?	34

4	Methode van onderzoek	36
4.1	Methodologie	36
4.2	Onderzoekseenheden	37
4.3	Dataverzameling	38
4.4	Data-analyse	39
4.5	Operationalisering	39
4.6	Betrouwbaarheid en validiteit	41
5	Dit is het resultaat, voeg het woord bij de daad	43
5.1	Overeenkomsten	43
5.2	Verschillen	51
5.2.1	De Verenigde Staten	51
5.2.2	Nederland	59
5.3	Diversiteit	67
6	Get to the conclusion, ya dig?	70
6.1	Conclusie	70
6.2	Reflectie en verder onderzoek	78
	Bibliografie	80
	Bijlage A	83
	Codeerschema	

Abstract

This study explores how localization is demonstrated in Dutch rap lyrics in comparison to American rap lyrics. American rap has a bad image because of their violent and sex-oriented lyrics and video's. This negatively influences the image of Dutch rap. Therefore the relevance of this study is that there is a general fear for the influence of the United States that will eventually alter our Dutch culture. For this study 200 lyrics from the cd's of popular American and Dutch rappers are used to perform a systematic quantifying content-analysis of the themes in Dutch rap lyrics in comparison to these from American rap lyrics. The results show that there is a distinct difference in themes between Dutch and American rap lyrics, implying that Dutch rap had indeed been localized. Dutch rap has a profound character, showing that they maintain their own identity with little influence of American rap.

Keywords: localization, cultural imperialism, globalization, Dutch rap, musical diversity

1 • Inleiding

“Mensen zoek die balans; zoek die yin en yang,
ja, kijk hoe je beginnen kan.
Niemand mag een oordeel vellen;
dus laat geen een kerk of andere instantie het anders vertellen.
Niets ingewikkeld, zo simpel,
we leven in examen en slagen met vlag en wimpel.
Niets is te ver, niets te moeilijk.
Ik maak mijn fouten maar weet dat dat een teken van groei is”.

Typhoon – *Bumaye*, 2007

Dit waren de eerste zinnen die voor mij definitief bevestigde dat de teksten van Nederlandstalige rap een echte boodschap konden bevatten voor de luisteraars. Al veel eerder luisterde ik naar Nederlandstalige rap; Extince' nummer *Viervoeters* kon ik helemaal mee 'zingen', maar de bovenstaande zinnen afkomstig uit het nummer *Bumaye* van de Zwolse rapper Typhoon zorgden ervoor dat ik een fervent luisteraar werd van Nederlandstalige rap. Naarmate ik vaker en meer naar die muziek ging luisteren, begon ik ook het verschil op te merken met de commerciële hiphop uit de Nederlandse hitlijsten die het grote publiek bereikt. Het overgrote deel, want er zijn wel degelijk uitzonderingen, leek mij puur gericht op commercieel succes. Vol van clichés over agressieve rappers, volgehangen met goud, omringd door mooie, gewillige vrouwen en wonend in de duurste huizen met de allernieuwste snufjes. Het leek in het niets op de creatieve, maatschappelijk betrokken en haast poëtische Nederlandstalige rap, waar ik nu al een tijd naar luisterde. De Nederlandstalige rap bereikt echter nauwelijks het grote publiek. In het afgelopen tv-seizoen was er toch een kleine verandering te zien. Zo had Ali B het succesvolle televisieprogramma *Ali B Op Volle Toeren* waarin bekende Nederlandse zangers en Nederlandse rappers elkaars nummers zingen. De bedoeling van het programma was om het Nederlandse levenslied en de Nederlandstalige rap, die ogenschijnlijk mijlenver van elkaar verwijderd liggen, dichter bij elkaar te brengen. Het programma was een succes en een vervolgserie is al in de maak. Bovendien waren er een aantal rappers in het eveneens succesvolle programma *De Wereld Draait Door* te gast.

Al deze ervaringen omtrent hiphop deden er mij toe besluiten om het onderzoek voor mijn master thesis te richten op Nederlandstalige rap en daarbij een vergelijking te trekken met Amerikaanse rap.

Rap van Amerikaanse bodem heeft nogal een slecht imago. Amerikaanse rappers zouden gewelddadig overkomen in muziekvideo's, alleen maar smijten met geld en vrouwen gebruiken als voorwerpen. Dit doet de Nederlandstalige rap geen goed, want waarom zouden Nederlandse rappers immers anders zijn? Het gaat per slot van rekening toch om hetzelfde genre? Maatschappelijk gezien is er een algemene bezorgdheid over de inhoud van mediaproducten; computerspelletjes, televisieseries, films en muziek, ze zouden allemaal agressieverhogend werken op de vaak jonge consumenten. De angst voor de cultuurbepalende invloed van de Verenigde Staten, ook wel *Amerikanisering* genoemd, en de angst voor de inhoud van media die de moraal zouden ondermijnen, vormen van dan ook de maatschappelijke relevantie van dit onderzoek. De vraag is dan in hoeverre Nederlandstalige hiphop echt een kopie is van haar Amerikaanse variant of dat er verschillen zijn te ontdekken.

Mijn ervaringen met Nederlandstalige hiphop sluiten precies aan op de verschillende theorieën betreffende de culturele globalisering. Wat betreft het fenomeen 'culturele globalisering' zijn drie belangrijke theorieën te onderscheiden, namelijk de theorie van het 'cultureel imperialisme', de *global flows*-theorie en de theorie omtrent lokalisering. Lokalisering lijkt daarbij de middenweg tussen de theorie van het cultureel imperialisme en de theorie over de global flows. Het cultureel imperialisme negeert de actieve keuze van het individu bij het consumeren van culturele goederen, terwijl de theorie van lokalisering juist de nadruk ligt op deze actieve rol van het publiek (De Swaan, 1995). Daarnaast spreekt de theorie over *global flows* de importantie van de lokale identiteit tegen, terwijl er bij de theorie over lokalisering juist van uit wordt gegaan dat deze lokale identiteit er nog wel toe doet. De bovengenoemde theorieën spreken elkaar op verschillende vlakken tegen of vullen elkaar aan en zijn daarom geschikte theorieën om in dit onderzoek te toetsen. Diverse onderzoeken van Andy Bennet bewijzen daarnaast dat er wel degelijk een bepaalde mate van lokalisering kan plaatsvinden in de hiphop (Bennett 1999, 2000). Echter, de onderzoeken van Bennett richtten zich vooral op de kwalitatieve benadering waarbij interviews werden gehouden met rappers. Dit onderzoek zal de mate van lokalisering in kaart brengen door middel van een analyse van thematiek in rapteksten. In die zin is er dan ook sprake van het opvullen van een gat in het wetenschappelijke onderzoek. Hier ligt dan ook gelijk de wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek; niet eerder werd er onderzoek gedaan naar de thematiek van rapteksten om zo iets te kunnen zeggen over de manier waarop lokalisering tot uiting komt in hiphop van niet-Amerikaanse bodem.

De theorieën met betrekking tot culturele globalisering hebben een directe koppeling met theorieën over de mate van marktconcentratie en de ruimte voor muzikale diversiteit aangezien de infrastructuur van de muziekindustrie bepalend kan zijn voor de mate van vrijheid waarin rappers werken. Er zijn meerdere standpunten over het krachtveld tussen marktconcentratie en de ruimte voor diversiteit (Dowd, 2004). In dit onderzoek wordt de dynamiek van dit krachtveld dan ook betrokken in zowel het theoretische kader als het analyseren van rapteksten. De beschikbare theorieën, onderzoeken en mijn eigen ervaring omtrent hiphop hebben gezorgd voor de volgende hoofdvraag;

Hoe komt lokalisering tot uiting in thematiek van Nederlandse rap in vergelijking tot Amerikaanse rap, en in welke mate is er ruimte voor diversiteit?

Aan de hand van deze hoofdvraag zijn er een aantal deelvragen geformuleerd;

1. *Wat zijn de overeenkomsten tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten?*
2. *Wat zijn de verschillen tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten?*
3. *In welke mate is er ruimte voor diversiteit binnen Nederlandse en Amerikaanse rap?*

Deze drie deelvragen samen zullen uiteindelijk bijdragen aan de beantwoording van de hoofdvraag. Om antwoord te kunnen geven op alle vragen binnen dit onderzoek is er gebruik gemaakt van een systematisch kwantificerende inhoudsanalyse van 200 rapteksten uit Nederland en de Verenigde Staten. De inhoudsanalyse is gericht op de verschillen en overeenkomsten in de thematiek van de rapteksten. De verschillen zullen uiteindelijk inzicht geven in de manier waarop lokalisering tot uiting komt in Nederlandstalige rap.

De structuur van deze thesis is als volgt. Het tweede hoofdstuk is een inleidend hoofdstuk over het ontstaan van hiphop als subcultuur, de kenmerken van deze subcultuur en hoe Nederland voor het eerst in aanraking kwam met hiphop en rap. Daarnaast bevat dit hoofdstuk ook een overzicht van de belangrijkste spelers op de Amerikaanse en Nederlandse muziekmarkt. Het derde hoofdstuk is een overzicht van alle relevante literatuur aan de hand van de belangrijkste theoretische concepten. Het vierde hoofdstuk bevat een verantwoording en uitleg van de gebruikte methode in dit onderzoek. Daarnaast zal er aandacht worden besteed aan de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek. Het vijfde hoofdstuk is een overzicht van alle resultaten betreffende de overeenkomsten, verschillen en de muzikale diversiteit in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. In het laatste hoofdstuk, hoofdstuk vijf, zullen de conclusies van dit onderzoek aan de hand van de hoofdvraag en deelvragen uitvoering besproken worden. Ook zal er aandacht worden besteed aan de beperkingen van dit onderzoek en eventuele suggesties voor vervolgonderzoek.

2. “Rap is something you do, hiphop is something you live”.

KRS One zoals geciteerd in *Van Brooklyn naar Breukelen, 2002*

In dit hoofdstuk wordt het fenomeen hiphop besproken. Om een goed beeld te krijgen van deze wereldwijd populaire subcultuur, zal eerst kort besproken op welke manier identiteit geconstrueerd wordt en welke rol muziek daarin speelt. Daarna zal het concept ‘subcultuur’ worden uitgewerkt. Na de bespreking van deze onderwerpen zal er een korte geschiedenis worden gegeven van het ontstaan van hiphop, de opkomst van hiphop als nieuwe subcultuur en de doorbraak van rapmuziek als nieuwe muziekstroming. Ook zal aandacht worden besteed aan de manier waarop hiphop in Nederland populair is geworden. Binnen de hiphop zijn er aantal elementen die kenmerkend zijn voor deze subcultuur, namelijk rap, DJ’en, graffiti en breakdance. Deze elementen zullen kort worden besproken. Als laatste zal er een kort overzicht worden gegeven van de Nederlandse en de Amerikaanse muziekmarkt door middel van een bespreking van de belangrijkste spelers binnen deze markten.

2.1 Muziek en identiteit

Muziek kan bijdragen aan het vormen en vasthouden van een bepaalde identiteit. Het begrip identiteit is een veel besproken thema binnen verschillende wetenschappen, waaronder psychologie, cultuurwetenschappen en filosofie. Stuart Hall definieert identiteit als volgt: “identities are names we give to the different ways we are positioned by, and position ourselves within, the narratives of the past” (Hall, 1990, p. 225). Een identiteit van een persoon is dus opgebouwd uit een aantal karakteristieken. Het construeren van identiteit is geen individuele aangelegenheid. Hoewel het individu de identiteit construeert, wordt deze constructie beïnvloed door invloeden van buitenaf. De constructie van identiteit vindt plaats door tal van elementen. Naast andere elementen die helpen identiteit vorm te geven, zijn ras, klasse, geslacht en nationaliteit, vier belangrijke pijlers bij de constructie van identiteit (Alcoff & Mendieta, 2003). Ten eerste verdeelt een ras fysiek de mensen in groepen op basis van uiterlijke kenmerken. Deze uiterlijke kenmerken hebben invloed op psychische en spirituele verschillen tussen mensen, die zijn gebaseerd op aan de ene kant de gedeelde bloedkant tussen mensen van hetzelfde ras en aan de andere kant gedeelde geschiedenis, wetten en religie (Du Bois, 2003). Tweede peiler van identiteit is de klasse. De sociale klasse van het individu wordt bepaald door geboorte.

Dit zorgt voor een bepaalde historische relatie met andere individuen binnen die klasse. Ook zorgt het voor een gemeenschappelijke ervaring. Uiteindelijk resulteert dit in gemeenschappelijke tradities, normen en waarden. Een sociale klasse zorgt ervoor dat belangen binnen dezelfde klasse gelijk zijn, waardoor het automatisch ook zorgt voor verschillen met andere klasse (Thompson, 2003). Een derde pijler is het geslacht. Het geslacht is een biologisch verschil tussen mannen en vrouwen en deze biologische verschillen worden cultureel gebonden geïnterpreteerd. Hierdoor worden er associaties en betekenissen gegeven aan het geslacht. Deze associaties en betekenissen helpen daardoor weer aan de constructie van identiteit (Alcoff, 2003). Laatste pijler bij het vormen van identiteit is nationaliteit. Een natie wordt gevormd door een nationale taal en cultuur, die een bepaalde vorm van verbondenheid met zich mee brengen. Beide aspecten beïnvloeden gebruiken, rituelen en gewoontes, waardoor mensen betekenis geven aan hun leven. Nationaliteit heeft invloed op de manier waarop men de wereld ervaart, de manier van denken en hoe we emoties ervaren. Daarnaast ervaren mensen met dezelfde nationaliteit vaak een bepaalde relatie met andere mensen met dezelfde nationaliteit (Alcoff, 2003). De identiteit van een individu zorgt vaak voor een broederschap, een gevoel van verbondenheid met andere individuen met overeenkomstige kenmerken en gebruiken.

Muziek kan een bijdrage leveren aan het vormen van identiteit. Liedjes kunnen werken als een soort spiegel om te achterhalen wie jij bent (Denora, 2000). Tia DeNora (2000) stelt dat mensen vaak op zoek gaan naar muziek om 'zichzelf te vinden' (Denora, 2000). Op die manier kan muziek helpen om een individu in een bepaalde sociale groep te plaatsen en verschaft het dus ook een collectieve identiteit (Frith, 2004). Een subcultuur is een vorm van een sociale groep gebaseerd op bijvoorbeeld dezelfde muzikale voorkeuren en verschaft het leden van de subcultuur daardoor een collectieve identiteit. Doordat de subcultuur vaak ook bepaalde voorschriften wat betreft leefstijl, kledingstijl en consumptiepatronen met zich meebrengt, verschaft het voor leden van deze subcultuur een identiteit. In de volgende paragraaf wordt het begrip 'subcultuur' verder uitgewerkt.

2.2 Subcultuur

De huidige samenleving kenmerkt zich door een diversiteit aan groepen mensen, waarbij sommige groepen een bepaalde gedeelde cultuur hebben; een subcultuur. Een definitie van subculturen komt van Wermuth (2002) "Subculturen zijn sub-sets van in de gehele maatschappij opererende culturen; kleinere, meer gelokaliseerde en gedifferentieerde structuren binnen (een van de) grotere culturele netwerken" (Wermuth, 2002, p. 23).

Binnen de maatschappij is er dus vaak een heersende, mainstream cultuur. De mainstream cultuur is de dominante, nationale cultuur. De mensen binnen een subcultuur gedragen zich vaak anders dan de mainstream cultuur, maar ook anders dan andere subculturen. Ze zetten zich af tegen de mainstreamcultuur. Er is bij een subcultuur sprake van overeenkomstige ideeën, een territorium en een vorm van verbinding tussen de leden. De stijl bij subculturen is het meest zichtbaar, die zich vertaalt in een gemeenschappelijke voorkeur voor muziek, dans, kleding en rituelen (Wermuth, 2002). Deze stijl is bedoeld om zich af te zetten tegen de samenleving en om daarnaast een collectieve identiteit te construeren (Bennett, 2000). Ook jongeren zetten zich af tegen de samenleving en geven op eigen wijze antwoord op veranderingen in de samenleving. Dit doen zij in subculturen (Wermuth, 2002). Muziek is onder jongeren vaak een belangrijke component binnen de subcultuur. Veel muziekstromingen worden daarom vaak als cultureel verschijnsel bedoeld voor jongeren gezien (Wermuth, 2002). De eerste echte subcultuur onder jongeren ontstond in de jaren vijftig van de vorige eeuw; de rock 'n roll (Bennett, 2000). Andere bekende subculturen onder jongeren zijn bijvoorbeeld de punk en de hiphop.

2.3 Het ontstaan van hiphop

Een invloedrijke subcultuur onder jongeren is hiphop. Hiphop vindt zijn oorsprong in de jaren zeventig in de Verenigde Staten. De muziekscene van de jaren zeventig werd gekenmerkt door de populaire discomuziek van onder andere de Village People en The Bee Gees. Veel jongeren, vooral Afro-Amerikanen, waren niet blij met deze geluiden. Ze vonden disco te mechanisch en zochten in de platencollecties van hun ouders naar muziek om op te kunnen dansen (Jones, 1994). Deze jongeren waren vooral afkomstig uit een achterstandswijk in New York; The Bronx. De wijk werd gekenmerkt door criminaliteit. Drugsgebruik, overvallen en moorden waren er aan de orde van de dag (Baker, 2006). Er was veel sprake van bendevoering en de overheid liet de problemen in de getto's ongemoeid (Hart, 2009). Toch zochten de jongeren met de weinige middelen die zij hadden naar muziek om op te kunnen dansen en feesten (Baker, 2006). Oude soulhelden als James Brown, Curtis Mayfield en Kool and the Gang voldeden meer aan hun behoeften dan de heersende discomuziek. Ook DJ Kool Herc afkomstig uit the Bronx zocht naar nieuwe beats die een tegengeluid boden op de populaire discogeluiden van die jaren (Jones, 1994). DJ Kool Herc begon zelf feesten te geven en al gauw was Kool DJ Herc een graag geziene DJ binnen het uitgaansleven (Hart, 2009). Door velen wordt Kool DJ Herc dan ook als de grondlegger van de hiphop gezien (Baker, 2006) (Toop, 1991) (Hart, 2009).

DJ Kool Herc begon te experimenteren door twee platen op hetzelfde moment te draaien. Hij ontwikkelde een manier van mixen om af te kunnen wisselen tussen beide platen.

Op die manier kon hij het meest herkenbare stuk van de ene plaat combineren met stukken muziek van de andere plaat. Ondertussen vergezelde hij de nieuwe beats met rijmende liedteksten, die op een ritmische manier ten gehore werden gebracht. Dit rijmen werd opgepakt door MC's, Master of Ceremonies, die het rijmen tijdens het DJ'en tot een ware kunst verhevigde. Jongens als Afrika Bambaataa en Grandmaster Flash begonnen te rappen over het harde leven in de achterstandsbuurt waarin ze waren opgegroeid (Hart, 2009). Doordat de rijm, oftewel de rap, uit pakkende zinnen en goedklinkende verzen bestond werd het een waar showelement waarmee ze het publiek enthousiasmeerde. Niet altijd kwam de MC alleen, soms nam hij zijn hele *crew* (leden van de rapgroep) mee, ze rapten om de beurt, als in een soort spel van vraag en antwoord. De raps werden op die manier nog levendiger en steeds populairder (Keunen, 2002). Het geheel van een DJ en één of meerdere MC's deed het publiek dansen. De meest fanatieke dansers werden b-boys genoemd (Keunen, 2002).

Sommige raps leken ware documentaires van het leven in de getto's van jongeren in New York. Hiphop werd een manier om de achtergestelde positie van groepen Amerikanen onder de aandacht te brengen. Waar deze jongeren eerst geen stem hadden, konden zij hiphop gebruiken als een spreekbuis om al hun problemen in de maatschappij aan de kaak te stellen (Jones, 1994). Door middel van het maken van raps konden zij met de weinig financiële middelen die zij bezaten hun stem gebruiken om toch geld te verdienen (Keunen, 2002). In dit licht noemde Chuck D, frontman van de bekende hiphopformatie Public Enemy, hiphop 'het zwarte CNN'. Hiphop was het alternatief voor de traditionele media, die werden gedomineerd door blanken (Van Stapele, 2002). Rap werd op die manier de stem van de stemloze jeugd (Baker, 2006). Al gauw werd hiphop een manier voor jongeren om zichzelf door de moeilijke en harde tijden heen te slaan. Daarnaast konden ze via hiphop op een positieve manier hun identiteit construeren in (Toop, 1991) en bracht het sociale cohesie onder de jongeren in achterstandswijken.

Tot aan het eind van de jaren tachtig waren vooral de sociale en politieke thema's van de oostkust populair. De rappers uit de oostkust beschreven hun positie in de maatschappij als een soort van documentaire. Met de doorbraak van de westkust veranderde dit. Bekende rappers als Dr. Dre en Ice-cube brachten namelijk een heel ander geluid; de gangstarap. Deze rappers hadden het over dezelfde achtergestelde positie als de rappers uit de oostkust, maar uitten hun ervaringen met de straatcultuur in hun raps op een meer geweldadige en extreme manier. Ze rapten over bendes, moord, drugs en wapens (Keunen, 2002). Het lijkt alsof het pochen met geweld en bezittingen niets meer te maken heeft met de redenen waarom hiphop ooit is ontstaan, namelijk als spreekbuis voor de jongeren uit achterstandswijken.

Toch is dit voor veel rappers een manier om aan zichzelf en het publiek te bewijzen dat het ondanks de negatieve omgeving waar zij vandaan komen toch mogelijk is om het, net als mensen die niet uit de achterstandsbuurten komen, te maken in het leven (Van Stapele, 2002).

2.3.1 De doorbraak van hiphop wereldwijd.

“I said a hip hop, the hibbit,
the hibby-dippy hip hop hoppa,
you don’t stop the rocka to the bang-bang boogie,
say up turn the boogie,
do the rythm of the boogie to me”
Sugar Hill Gang - *Rappers Delight*, 1979

Zo klonken de eerste zinnen van het eerste rapnummer dat wereldwijd bij een groot publiek populair werd. Het tot dan toe onbekende trio Sugar Hill Gang werd bekend bij het grote publiek met hun nummer *Rappers Delight* (Jones, 1994). Het nummer was het bewijs dat hiphop ook buiten de subculturele context succesvol kon zijn, mits de nummers iets gestroomlijnd werden. De rapnummers werden geschikt gemaakt voor een groter publiek en het in het begin chaotische karakter van de rapmuziek werd vervangen door goed in elkaar gestoken rapnummers. Hoewel rap een onderdeel is van de subcultuur hiphop, heeft hiphop wereldwijd meer aandacht en bekendheid gekregen door rap, een onderdeel wat tot aan de dag van vandaag veel commercieel succes geniet (Bennett, 2000). De eerste tour door Europa kwam onder andere van Afrika Bambaataa. In het Verenigd Koninkrijk, maar vooral ook in Frankrijk, werden rappers met open armen ontvangen en mondde dit snel uit in levendige lokale *scenes* (omgeving waarbinnen de muziek wordt beluisterd). Hoewel de eerste Europese rappers vooral nog bezig waren om Amerikaanse rappers te imiteren, beschreven zij al snel hun eigen levens in hun moederstaal (Jones, 1994). Wat eens lokaal begon uit ongenoegen met de muziek van toen, is uitgegroeid tot een expressievorm om de jeugd over de hele wereld een stem te geven. De hiphopcultuur is tegenwoordig een transnationale beweging en een manier om lokale politieke en economische omstandigheden bespreekbaar te maken. Zo gebruikten de jongeren in de Parijse achterstandswijken hiphop om gehoor te geven aan hun eigen leefomstandigheden en ervaringen in de getto’s (Hopper, 2007).

De hiphopcultuur heeft echter ook vele nieuwe elementen toegevoegd aan tal van andere stromingen binnen de popmuziek. Zo werd de DJ een nieuwe manier van musiceren en zijn de draaitafels tot op de dag van vandaag een vaak gebruikt muziekinstrument.

Ook het rappen wordt in veel popnummers als graag geziene afwisseling met gezongen stukken tekst gezien (Keunen, 2002). Grote successen worden er wereldwijd geboekt met nummers waarin zang wordt gecombineerd met rap. Onlangs veroverde DJ Tiësto nog de hitlijsten in een samenwerking met Busta Rhymes.

2.4. Hiphop als subcultuur

Hiphop is een subcultuur die zich naast rap, DJ'en, graffiti en breakdance ook onderscheidt door een eigen taal, kledingstijl en gemeenschappelijke opvattingen. De ideologie van hiphop is dan ook om jongeren in een achtergestelde positie een manier te bieden om zich door middel van rap, dans, muziek en kunst toch te kunnen uiten zonder daarvoor veel financiële middelen nodig te hoeven hebben. De subcultuur dient als spreekbuis voor de voorheen stemloze jeugd. Jongeren konden door middel van hiphop uiting geven aan hun gevoelens en gedachten over de samenleving waarin zij leven (Jones, 1994).

Breakdance is de dansstijl die onderdeel is van de hiphopcultuur en wordt uitgeoefend door zogenaamde b-boys ofwel breakboys. Breakdance is een combinatie van verschillende dansstijlen, zoals breaking, electric boogie en moonwalking. Breaking is onder groter publiek bekend door de vele acrobatische trucs zoals het ronddraaien op hoofd of rug. De danspassen bij electric boogie leken door elektrische schokken te ontstaan, resulterend in schokkerige en pulserende bewegingen van het lichaam. Moonwalking is bekend van Michael Jackson, waarbij het lijkt alsof de persoon niet naar achteren loopt, maar glijdt. Het belangrijkste kenmerk van breakdansen is echter de freestyle. Omstebeurt laten de dansers zien wat ze waard zijn, aangemoedigd door het publiek wat een kring vormt om de danser heen.

Een kenmerkend onderdeel binnen de gehele subcultuur is de competitie (Keunen, 2002; Toop, 1991). Of het nou om DJ'en, breakdancing, graffiti of rap gaat, onder beoefenaars is er altijd de drang aanwezig om elkaar te beconcurreren en af te troeven. Voor rappers is dit met woorden, door elkaar over en weer te bekritisieren en op te juttien, breakdancers dagen elkaar uit met nieuwe en gewaagde danspassen en acrobatische stunts, de DJ's proberen elkaar af te troeven met de nieuwste platen en ook de graffitiartisten concurreren met elkaar door op de meest gedurfde plekken in de stad hun kunstwerken te maken en te tonen aan voorbijgangers.

2.5 Hiphop in Nederland

De Amerikaanse hiphopcultuur bereikte in Nederland in de jaren tachtig. De eerste optredens van Amerikaanse hiphopacts kwamen van Run DMC en de Beastie Boys in 1987. De populariteit van deze subcultuur beperkte zich toen nog tot een kleine groep jongeren (Wermuth, 2002).

Ze zochten elkaar op in breakdance battles en op kale muren waren de eerste graffiti-tekeningen te vinden. Nederlandse rappers als Extince, Deams en de Amsterdamse Small Boys namen de Amerikaanse rappers als voorbeeld en begonnen dan ook te rappen in het Engels. Ook in Nederland fungeerde hiphop soms als een 'zwart CNN'. Zo stelde The Anonymous Mis met zijn groep Postmen in muziek en interviews de problemen van jongeren in Nederland aan de kaart, maar het grote succes bleef toen nog uit. Hoewel de situatie in Nederland niet hetzelfde was als in Amerika, waren er wel degelijk problemen. Vooral allochtone jongeren hadden het gevoel dat ze minder kansen kregen als hun autochtone leeftijdsgenoot. Hiphop was voor hen dan ook de manier om hun eigen geld te verdienen. De hiphopscene in Nederland bestond en bestaat nog steeds uit rappers met verschillende nationaliteiten en wordt, anders dan in de Verenigde Staten, niet alleen gedomineerd door jongeren uit achterstandswijken (Van Stapele, 2002).

Tot het einde van de jaren tachtig werd de hiphop van Nederlandse makelarij echter gedomineerd door Engelstalige rap. Het was Def P die eind jaren tachtig als een van de eerste met een Nederlandse variant van hiphop kwam, wanneer hij begint te experimenteren met muziek van idolen als NWA en Public Enemy. Deze nieuwe, Nederlandstalige variant, wordt tot op de dag van vandaag Nederhop genoemd. In 1989 richtte Def P samen met zijn neef en broer Osdorp Posse op. Hoewel de formatie lange tijd vooral underground bleef, bereikten zij het grote publiek voor het eerst in 2000 met de eerste grote hit *Origineel Amsterdams*. Osdorp Posse haalde Extince over om te gaan rappen in het Nederlands. De vloeiende stijl van Extince sloeg echter beter aan dan de wat rauwe stijl van Osdorp Posse (Vanderheijden, 2009). Het resulteerde in het nummer *Spraakwater*, met de volgende, voor velen bekende en vooral aanstekelijke zinnen:

“Je hebt gewoon een Nederlandstalige kater,
door me spraakwater.

Nou iedereen uit volle borst:
spraakwater lest de dorst”.

Extince - *Spraakwater*

Hoewel het nummer later een succes bleek, wilde niemand het nummer in eerste instantie uitbrengen, zo ontstond, uit pure noodzaak, het inmiddels bekendste hiphoplabe Top Notch.

Het eerste nummer dat Top Notch onder leiding van Kees de Koning uitbracht is dus *Spraakwakter* (Vanderheijden, 2009). Kees de Koning was toen al een bekende in de hiphopscene; als journalist van VPRO-radio en het muziekblad OOR en met zijn landelijke radioprogramma over hiphop had hij veel contacten (Van Stapele, 2002).

Spraakwater werd dan ook een succes, want met dit nummer haalde rapper Extince in 1995 als eerste rapper uit Nederland de Nederlandse hitlijsten (Van Stapele, 2002). Het is niet verwonderlijk dat er daarop een album volgde; in 1998 bracht Top Notch het eerste album *Binnenlandse Funk* van Extince uit (Van Stapele, 2002). In 1998 komt Top Notch ook met het album *Documents* van de rotterdamse hiphop- en reggeagroep Postmen uit. Het is het eerste album dat Top Notch nationaal succes bezorgt; een platina album. Het volgende succes komt van de comediant Def Rhymz met albums in 2000 en 2001. Hierna volgde het album *Homegrown* en de gelijknamige nationale tour, opkomende hiphoptalenten als Opgezwolle, Raymzter, D-Men en Pete Philly kregen zo de kans om hun muziek aan een groter publiek te tonen met namen. De tour, de single *Kutmarokkanen?!* van Raymzter, een politiek statement, en het album *Opgeduveld* van Opgezwolle zorgden ervoor dat de Nederhop steeds populairder werd. Daaropvolgende albums van onder andere VSOP, Kubus en DuvelDuvel en de Buitenwesten-tour zorgden ervoor dat hiphopacts in Nederland inmiddels garant staan voor uitverkochte zalen. Hoewel sommige artiesten als U-niq, Kempfi, Winne, The Opposites en de Jeugd Van Tegenwoordig worden getekend door het toesturen van demo's en toenadering van de artiesten zelf, gaat Top Notch ook zelf op zoek naar nieuwe talenten via kanalen als MySpace (Vanderheijden, 2009).

De successen zorgden ervoor dat Top Notch inmiddels 'hofleverancier' is van Nederlandstalige hiphop en, zo zeggen ze zelf, marktleider is in Nederland op het gebied van rap. In april 2008 ging Top Notch een samenwerking aan met het internationale muzieklabel Universal Music. Een logische stap volgens Top Notch, omdat Universal Music wereldwijde marktleider is op het gebied van hiphop door labels als Def Jam en Interscope. De sales en distributie wordt tot aan de dag van vandaag verzorgd door Universal (Top Notch, 2008). Kleinere muzieklabels, zoals Top Notch, werken steeds vaker samen met majors, zoals Universal. Op die manier ontstaan er vaak voor beide partijen voordelen (Hesmondhalgh, 1996). In de volgende paragraaf worden deze voordelen besproken. Daarnaast wordt er een kort overzicht gegeven van de grootste muzieklabels in de Verenigde Staten en in Nederland.

2.6 De muziekmarkt

De samenwerking tussen Top Notch en Universal Music is geen unicum. Tussen steeds meer zogenaamde *majors* (grote muzieklabels) en *independents* (kleinere, vaak onafhankelijke muzieklabels) ontstaat samenwerking op verschillende niveaus (Hesmondhalgh, 1996). Als eerste kan er een samenwerking ontstaan door middel van internationale licenties. Op deze manier wordt voor *independents* een deel van het werk uit handen genomen, omdat de communicatie met internationale bedrijven dan vaak via het netwerk van de major verloopt.

Een tweede samenwerking kan voor een *independent* geschieden op basis van een financierings- en distributiecontract met een *major*. Op die manier komt het kleinere label voor een deel onder contract bij het grote muzieklabel, maar behoudt het wel zijn eigen vermogen. Als derde kan er ook een samenwerking ontstaan wanneer er een aandeel van de *independent* wordt verkocht aan de *major*. Het voordeel voor de *independent* is dat zij profijt kunnen hebben van de expertise en het netwerk van de *major*. Laatste en meest drastische samenwerking komt tot stand wanneer het grote muzieklabel de kleinere *independents* in zijn geheel overnemen. Hoe de samenwerking ook verloopt, er zijn vaak in elk land maar een aantal grote muzieklabels die zich deze samenwerking kunnen veroorloven. In de volgende paragraaf zullen, om de hiphopscene in context te plaatsen, de belangrijkste spelers op de Amerikaanse muziekmarkt worden besproken, om vervolgens te kijken naar de belangrijkste spelers op de Nederlandse muziekmarkt te bespreken.

2.6.1 De grootste spelers op de Amerikaanse muziekmarkt

De Amerikaanse muziekmarkt wordt sinds het einde van de jaren tachtig gedomineerd door een aantal grote muzieklabels. Deze majors zijn samen verantwoordelijk voor de productie en distributie van 80 procent van de populaire muziek die in de Verenigde Staten wordt uitgebracht. Het in kaart brengen van deze muzieklabels is echter moeilijk, doordat de markt wordt gekenmerkt door een constante stroom van overnames, als gevolg van verschillende crises veroorzaakt door veranderingen in de markt op het gebied van consumentenbehoeften en technologische ontwikkelingen. Door deze veranderingen kan de volgende opsomming niet geheel up-to-date zijn, toch zal de markt nooit zo snel veranderen dat de onderstaande informatie in zijn geheel niet meer klopt (Negus, 1999). Nu volgt een overzicht van de belangrijkste spelers op de Amerikaanse muziekmarkt.

EMI

EMI is gevestigd in Groot-Brittannië. Het profiel van dit muzieklabel is het meest gevormd door de structurele verandering in de bedrijfsvoering begin jaren negentig onder leiding van de toenmalige directeur. De focus kwam toen te liggen op een portfolio van drie strategische bedrijfseenheden; EMI Music, Thorn Group en HMV Retail Chain. Deze verandering bracht een winststijging met zich mee waardoor nieuwe bedrijven konden worden aangekocht. Virgin Records was een van de belangrijkste overnames van die tijd, omdat het zorgde voor een stijging van het marktaandeel. De drastische veranderingen in de bedrijfsvoering hadden echter niet als gevolg dat het marktaandeel in de belangrijkste afzetmarkt steeg: de Verenigde Staten.

BMG

BMG is net als EMI gevestigd in Europa, in Duitsland om precies te zijn. Ook zij ondergingen een herstructurering waarbij de focus kwam te liggen op vier bedrijfseenheden, te weten BMG Entertainment, Books, Gruner & Jahr Magazines en Bertelsmann Industry. Geografisch was het in het verleden erg moeilijk gebleken om met de Verenigde Staten zaken te doen vanuit Duitsland.

Door de herstructurering wilden ze een meer Amerikaanse manier van ondernemen implementeren, waarbij de fiscale voordelen vanuit Duitsland behouden zouden blijven. Via dochterlabels als Arista en Bad Boy Records verkreeg BMG commercieel succes. Belangrijkste strategie voor BMG is niet het uitbreiden van het label, maar zinspelen zij met bekende artiesten en een klein portfolio op commerciële zekerheden.

Warner Music Group

De Warner Music Group is een echt Amerikaans bedrijf. De belangrijkste overname van het bedrijf was de overname van Time Warner in 1988. Time Warner was van oudsher de grootste conglomeraat op het gebied van media en communicatie en door de overname werd Warner Music Group in een klap een groot bedrijf met divisies op het gebied entertainment, media en communicaties, bestaande uit onder andere boek- en magazine-uitgeverijen, een filmstudio en diverse televisiestations. De belangrijkste strategie bestond uit het opdelen van al deze divisies strategische bedrijfseenheden om de bedrijfsvoering zo efficiënt mogelijk te laten verlopen. Hierdoor kreeg het bedrijf meer controle op dochterbedrijven in de muziek. Belangrijkste voordeel voor Warner Music Group is dat zij opereren op eigen markt, de Amerikaanse markt. Door de vele kennis van die markt hebben zij het grootste marktaandeel in vele verschillende muziekgenres.

Sony Music Entertainment

Sony Music Entertainment is een bedrijf dat oorspronkelijk uit Japan komt en zich in de beginjaren vooral richtte op de hardware van de muziek; het maken van radio's en cassette-recorders. Met de acquisitie van CBS Records en Comlumbia/Tri-star Pictures kwam hier echter verandering in. De strategie werd verticaal; ze begonnen artiesten te contracteren, muziek te produceren en het vervolgens ook te distribueren. Daarnaast konden zij via horizontale integratie ook hun muziek onder de aandacht van het grote publiek brengen door het ten gehore te brengen in films. De strategie was aanvankelijk geen succes vanwege de geografische problemen op het gebied van leidinggeven die ontstonden doordat het hoofdkantoor was gevestigd in Azië.

Ondanks deze problemen wist Sony Music Entertainment toch het op een na grootste marktaandeel in de Verenigde Staten te verkrijgen. Belangrijkste muzieklabels die zorgden voor dit marktaandeel waren Epic en CBS, maar ook andere dochterbedrijven zoals Columbia en Sony Classical dragen bij aan het succes van dit bedrijf.

Universal/Polygram

Toen Universal Music en Polygram in 1998 fuseerden werd het in een keer het grootste muzieklabel. Samen werd het marktaandeel van de nieuwe conglomeraat aanzienlijk vergroot.

Daarnaast leverde het voordelen op voor de voorheen apart opererende labels op het gebied van verkoop en distributie. De kosten werden daardoor aanzienlijk verlaagd. De overname had nog een voordelig effect; het portfolio groeide en werd het muzieklabel nog aantrekkelijk voor nieuwe artiesten.

2.6.2 De grootste spelers op de Nederlandse muziekmarkt

Ondanks het feit dat de Nederlandse muziekmarkt klein is, staat het toch geregeld in de top tien van belangrijkste muziekmarkten als er wordt gekeken naar de verkoop. De Nederlandse consument volgt de wereldwijde trends in de muziekmarkt. Ook begin jaren negentig, toen de CD net op de markt werd geïntroduceerd, waren de Nederlandse consumenten als een van de eersten bereid de LP te vervangen voor de CD. De komst van de CD zorgde voor een groei van de muziekmarkt. Ook in Nederland wordt de markt door een aantal major muzieklabels beheerst. In de periode van 1999 tot en met 2005 zorgden deze vijf conglomeraten samen voor een marktaandeel van 65 procent van de totale muziekmarkt in Nederland. Al deze vijf muzieklabels hebben een lokaal kantoor in Nederland en zijn gevestigd in Hilversum of Baarn, waar andere entertainmentbedrijven ook zijn gevestigd. Ook in Nederland wordt de muziekmarkt echter gekenmerkt door veranderingen als gevolg van overnames en onderlinge samenwerking (Van der kamp, 2009). Het overzicht van de grootste spelers op de Nederlandse muziekmarkt verschilt niet ten opzichte van het overzicht van de grootste spelers op de Nederlandse muziekmarkt. Daarom zal de informatie in deze sectie van de paragraaf specifiek worden toegespitst bedrijfsvoering van deze majors op de Nederlandse muziekmarkt in de periode van 1990 tot aan 2005.

EMI

EMI werd voor het eerst actief op de Nederlandse muziekmarkt door de overname van Bovema. Dit bedrijf was al sinds de Tweede Wereldoorlog actief op de Nederlandse markt en had dus ervaring met de Nederlandse muziekmarkt. Later kocht EMI Virgin Records en Dino op. Beide muzieklabels bleven echter wel onafhankelijk op de markt opereren.

Tot die tijd was EMI een kleinere major, maar de overnames zorgden voor een stijging in het marktaandeel en werd het op een na grootste major muzieklabel. Meest succesvolle muziek van EMI in de album top 100 was in de periode van 1990 tot aan 2005 afkomstig uit het Verenigd Koninkrijk, Nederland en de Verenigde Staten.

BMG

BMG kwam op de Nederlandse markt door de fusie tussen RCA en Ariola, de laatste onderdeel van Bertelsmann. Het marktaandeel van BMG fluctueerde tussen 1990 en 2005 sterk.

In de periode dat BMG samenwerkten met Sony als SonyBMG had het grootste marktaandeel op de Nederlandse muziekmarkt. Tussen 1990 tot aan 2005 kwam het grootste succes van albums die afkomstig waren uit de Verenigde Staten, Verenigd Koninkrijk en Nederland.

Warner Music Group

Warner Music Group is de enige major die niet altijd een lokaal kantoor voor Artiest en Repertoire heeft gehad in Nederland. Vanaf het moment dat zij wel muziek van Nederlandse bodem gingen produceren steeg hun marktaandeel aanzienlijk. Hoewel hun grootste muzikale succesvolle albums afkomstig zijn van de Verenigde Staten, is er ook een beduidend aandeel van artiesten uit andere Angelsaksische landen, zoals het Verenigd Koninkrijk, Canada en Ierland.

Sony

Sony betrad de Nederlandse muziekmarkt door Columbia, die onderdeel werd van Sony. Sony werd een belangrijke speler in de Nederlandse muziekmarkt en tot 2002 was het bovendien de belangrijkste speler. Toen zij in 2004 fuseerden met BMG en verder gingen onder de naam SonyBMG verdubbelde hun marktaandeel zelfs. In de jaarlijkse album top 100 in de periode van 1990 tot aan 2005 kwam het grootste deel van de muziek van Sony uit de Verenigde Staten, het land waar Columbia van origine vandaan komt.

Universal/Polygram

Toen Polygram onderdeel werd van Philips begon het bedrijf naast de verkoop van elektronische producten ook ineens artiesten te contracteren. Het kantoor gevestigd in Nederland was er vooral op gefocust om lokale artiesten te contracteren en klassieke muziek wereldwijd te kunnen distribueren. In 1998 werd Polygram verkocht aan Seagram, wat toen al in bezit was van Universal Music. Universal werd toen de naam waaronder Polygram en bijbehorende labels gingen opereren. Van 1990 tot en met 1998 was Universal de grootste major in Nederland en tot aan 2004, de fusie tussen Sony en BMG, behielden zij deze positie. Universal en Polygram hadden in de periode van 1990 tot aan 2005 de meeste albums in de album top 100.

Polygram had vooral veel muziek uit Nederland onder haar hoede, terwijl de muziek van Universal vooral afkomstig was uit het Verenigd Koninkrijk.

3. De theorie achter de praktijk.

De hele waarheid, hier wordt niets verzwegen.

Winne – *Winne zonder Strijd*, 2009

In het vorige hoofdstuk werd besproken hoe rap is ontstaan en op welke manier deze muziekstroming zich in Nederland heeft ontwikkeld. Om een beter beeld te krijgen van de ontwikkelingen en trends in de wereld die invloed hebben gehad op de verspreiding van hiphop over de rest van wereld, is het van belang om te kijken naar de toenemende globalisering in de wereld. Het concept 'globalisering' is een veel besproken trend binnen tal van vakgebieden. Over de richting en de sterkte van globalisering bestaan echter verschillende theorieën. Er zullen drie invloedrijke en tevens contrasterende theorieën worden besproken; die van het cultureel imperialisme, de global flows en de lokalisering. Na het bespreken van de algemene trends met betrekking tot globalisering, zullen de specifieke trends binnen de muziekindustrie worden besproken. Allereerst zal gekeken worden naar de commercialisering van de muziekindustrie, waarna een belangrijk krachtveld binnen de muziekindustrie zal worden besproken. Daarna zal de nieuwe werkwijze van muzieklabels aan bod komen. Als laatste zal een korte conclusie gegeven worden van het hoofdstuk en de betekenis van de verschillende concepten voor hiphop.

3.1 Globalisering

Globalisering is al langere tijd een veel besproken fenomeen binnen onder andere de sociale wetenschappen. Globalisering kan worden gedefinieerd als de toename van stromen over de hele wereld van allerlei soorten zaken, zoals; mensen, informatie, diensten en goederen (Ritzer, 2010) en wordt als oorzaak gezien voor belangrijke vraagstukken binnen de samenleving, waaronder die omtrent kapitalisme, sociale ongelijkheid, machtsverdeling en cultuur (Nederveen Pieterse, 2009). Het debat rond dit thema gaat over vraagstukken als het bestaan, het ontstaan en de toekomstperspectieven van globalisering (Hopper, 2007). De belangrijkste visie over hoe de wereld er door globalisering in de toekomst uit zou zien kwam al in 1964 van de wetenschapper Marshall McLuhan. Zijn ideeën waren baanbrekend en veranderde de manier waarop wetenschappers in het vervolg dachten over technologie, media en communicatie. Volgens hem zou de wereld door de technologische ontwikkelingen op het gebied van media en communicatie uiteindelijk veranderen in een 'Global Village'.

De ontwikkelingen op het gebied van media en communicatie zouden op den duur een verlenging zijn van ons biologische zenuwstelsel. Hierdoor zou iedereen in de wereld in verbinding met elkaar komen te staan, waarbij het mogelijk was om gebeurtenissen ergens anders op de wereld op dezelfde manier te ervaren als wanneer ze voor onze neus gebeuren. De wereld zou er daarom uitzien als de kleine dorpjes waarin we vroeger leefden, omdat iedereen met elkaar in contact zou komen te staan (McLuhan, 1964).

Hoewel de ideeën van Marshall McLuhan over de gevolgen op het gebied van globalisering erg vooruitstrevend waren, waren ze ook erg technologisch deterministisch en iets te voorbarig. McLuhan gaat ervan uit dat technologie alles zal beïnvloeden zonder dat mensen daar echt invloed op kunnen uitoefenen. Dit impliceert dat technologie sterker is dan de vrije wil van mensen. De vraag is dan of dit wel zo is; iedereen heeft immers altijd de keuze om technologie naar eigen wijze te gebruiken. Op die manier zal de technologie nooit bij iedereen dezelfde mate van invloed kunnen uitoefenen op het dagelijks leven. Daarnaast is het idee dat de wereld er door deze technologie uit zal zien als een dorp, wel heel erg utopisch. De vraag blijft of rampen beleefd via de televisie dezelfde impact hebben als rampen die men zelf ondergaat. Uitgaande van de *global village* van McLuhan zou hier geen verschil tussen moeten zijn. Een meer precieze theorie over globalisering komt dan ook van een van de meest geciteerde wetenschappers op dit gebied; Anthony Giddens. Hij omschrijft globalisering als “the intensification of worldwide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa” (Giddens, 1990, p. 94). Giddens (1990) geeft aan dat globalisering vooral de intensivering van relaties over de hele wereld betekent. Waar wij voorheen nauwelijks beïnvloed werden door gebeurtenissen ver weg van ons, heeft globalisering als gevolg dat gebeurtenissen ver weg nu steeds meer invloed hebben op lokale gebeurtenissen. Een voorbeeld hiervan is de manier waarop de kredietcrisis in 2007 zich heeft ontwikkeld en wereld nog steeds beïnvloedt. Ondanks dat deze crisis ontstond in de Verenigde Staten, toen de huizenmarkt instortte, had het uiteindelijk ook invloed op de financiële wereld in Nederland. Vele Nederlandse banken waren genoodzaakt overheidssteun te aanvaarden om zo dreigend faillissement te ontlopen. Hoewel deze crisis onderstreept dat lokale gebeurtenissen elkaar in bepaalde mate onderling beïnvloeden, heerst er onder wetenschapper ook verdeling over het fenomeen globalisering. Over deze verdeling tussen wetenschappers zullen later in dit hoofdstuk een aantal theorieën worden behandeld. Echter, er bestaat ook enige mate van consensus over bepaalde aspecten van globalisering.

Het eerste punt waar wetenschappers het over eens zijn, is dat de ‘intensivering’ waar Giddens (1990) over schrijft in zijn definitie van globalisering, gevormd wordt door veranderingen op het gebied van informatie- en communicatietechnologie.

Deze veranderingen hebben als gevolg dat er een uitbreiding in connectiviteit ontstaat tussen mensen en plaatsen (Nederveen Pieterse, 2009; Tomlinson, 1999). Noties van tijd, plaats en beleving krijgen door deze connectiviteit een andere betekenis, omdat media het mogelijk maken om informatie, in welke vorm dan ook, over de hele wereld te verzenden en te ontvangen (Heilbron & Wilterdink, 1995). Het effect van deze connectiviteit is dat mensen nu meer dan voorheen in contact komen met mensen uit andere culturen, die hen de mogelijkheid geeft om hun eigen gebruiken te kunnen vergelijken met gebruiken en gewoontes uit andere culturen en sommige elementen eventueel over te kunnen nemen (Giddens, 1990). Als tweede punt zijn wetenschappers in overeenstemming dat de toenemende globalisering niet van toepassing is op de hele wereld, maar vooral plaatsvindt in het Westen (Nederveen Pieterse, 2009), er is sprake van de zogenaamde *digital divide* (Hudson, 2006). Dit betekent dat er in de wereld een denkbeeldige scheiding bestaat tussen delen van de wereld die wel kennis en toegang hebben tot digitale informatie en grote delen van de wereld die deze toegang en kennis niet of nauwelijks hebben. In een groot deel van Afrika hebben mensen bijvoorbeeld nauwelijks telefoon, televisie of laat staan internet. Hoewel het fenomeen globalisering dus vooral is gecentreerd in het Westen, wordt volgens Johannes Nederveen Pieterse (2009) wel de hele wereld beïnvloed door de globalisering, onder andere door massacommunicatie en reclame. Waar men zich tegenwoordig op de wereld bevindt, overal kun je Coca-Cola krijgen, ook in de verste uithoeken van de wereld. Binnen de theorieën over globalisering hebben wetenschappers het vaak over culturele globalisering, als specifiek onderdeel aangaande cultuur binnen het bredere fenomeen globalisering.

3.1.1 Culturele globalisering

Cultuur bestaat voor een groot gedeelte uit beelden, woorden, ideeën en muzikale geluiden. Al deze aspecten van cultuur kunnen gemakkelijk digitaal worden verpakt. Om die reden is er een grote stroming van cultuur ontstaan (Ritzer, 2010). Informatie- en communicatietechnologie, die ten grondslag liggen aan globalisering (Tomlinson, 1999), hebben als gevolg dat de huidige tijd wordt gekenmerkt door een constante vermenging en overdracht van culturele producten tussen landen (Crane, 2002). Dit wordt door sociale wetenschappers 'culturele globalisering' wordt genoemd. Zo bestaat de Nederlandse Top 40 bijvoorbeeld allang niet meer alleen uit Nederlandstalige nummers. Ook kan men boeken lezen van schrijvers afkomstig uit landen over de hele wereld en kunnen er films en televisieprogramma's uit verschillende landen worden bekeken.

Culturele globalisering is daarom, volgens Crane, Kawashima en Kawasaki (2002) dan ook de meest merkbare vorm van globalisering in het dagelijkse leven van mensen (Janssen, Kuipers, & Verboord, 2008). Niet alleen de consument wordt geconfronteerd met internationale, culturele producten, ook kunstvelden ervaren deze confrontatie. Voor veel kunstvelden betekent culturele globalisering dan ook dat van oudsher nationale kunstvelden nu geconfronteerd worden met internationale concurrenten (Janssen et al, 2008). In de schilderkunst zie je bijvoorbeeld dat Nederlandse kunstenaars concurrentie hebben van kunstenaars over de hele wereld. Een gegeven dat hun vak definitief heeft veranderd. Kijkend naar culturele globalisering, dan zijn er verschillende theorieën over dit fenomeen.

3.2 Verschillende theorieën met betrekking tot culturele globalisering

Naast de overeenstemming over aspecten van globalisering die in de vorige paragraaf zijn besproken, is er binnen de sociale wetenschap ook verdeeldheid over het onderwerp culturele globalisering. Over de richting, sterkte en de gevolgen van de culturele globalisering bestaan verschillende theorieën, deze staan vaak lijnrecht tegenover elkaar. In deze paragraaf zullen de belangrijkste theorieën met betrekking tot de gevolgen van globalisering worden besproken.

Twee contrasterende theorieën over de gevolgen van culturele globalisering zijn het cultureel imperialisme en global flows. Deze twee theorieën zullen achtereenvolgend worden behandeld in de volgende subparagraaf. In de laatste subparagraaf zal een theorie worden besproken die een middenweg vormt tussen bovengenoemde theorieën: lokalisering.

3.2.1 Het cultureel imperialisme

De bekendste theorie met betrekking tot culturele globalisering is die van het 'cultureel imperialisme'. De theorie die het cultureel imperialisme beschrijft vindt zijn oorsprong in de invloedrijke koloniale machten. Hoewel de politieke macht van het Westen in hun koloniën inmiddels is geslonken, heeft het Westen, bestaande uit de Verenigde Staten en Europa, echter nog steeds veel macht in de rest van de wereld. Westerse landen hebben bijvoorbeeld de macht door middel van massamedia, omdat veel grote multinationals verantwoordelijk voor het overgrote deel van productie van media is gevestigd in het Westen. Zij distribueren hun mediaproducten naar landen over de hele wereld (Macgregor Wise, 2008). Cultureel imperialisme behelst het idee dat de culturele productie wordt gedomineerd door machtige, kapitalistische naties en dat zwakkere naties hierin weinig invloed hebben. Dit resulteert in een stroom van culturele producten van het centrum van de cultuurproductie naar de periferie.

Het effect van deze culturele dominantie zou uiteindelijk zijn dat we te maken krijgen met homogenisering van cultuur; Westerse normen en waarden worden opgelegd aan de rest van de wereld (Crane, 2002). Lokale gebruiken worden beïnvloed door de globalisering; ze worden aangepast en raken vermengd met nieuwe gebruiken uit andere landen (De Swaan, 1995). Belangrijk onderdeel van de theorie van het cultureel imperialisme is het gegeven dat alle grote mediaconglomeraten afkomstig zijn uit het Westen. Er is dus sprake van een machtsconcentratie waarbij het kapitaal en de productie van culturele producten gecentraliseerd zijn. Deze machtsconcentratie zorgt ervoor dat lokale culturele producten worden verdrongen, waardoor er uiteindelijk alleen nog sprake zal zijn van een Westerse homogene cultuur (Arsenault & Castells, 2008). De vraag die rijst bij de gedachte dat cultureel imperialisme zal leiden tot een Westerse homogene cultuur is: welke homogene cultuur daarmee dan wordt bedoeld? Tot 'het Westen' behoren vele landen, die onderling ook sterk van cultuur verschillen. De aanname dat landen die tot het Westen behoren dezelfde opvattingen hebben is dan ook een verkeerde. Uit onderzoek van Kuipers (2006) blijkt dat er ook binnen het Westen sterke culturele verschillen zijn aan te wijzen. In dit onderzoek werd gekeken naar online discussies omtrent pornografie en etnische humor in Nederland en de Verenigde Staten, twee tot het Westen behorende landen. Hoewel de onderwerpen hetzelfde waren, waren er duidelijke verschillen in de benadering van beide onderwerpen. Deze verschillen liggen verankerd in de verschillen in cultuur tussen beide landen. Er kan daarom niet worden gesproken over een Westerse monocultuur (Kuipers, 2006).

Veel wetenschappers gaan daarom bij het cultureel imperialisme nog een stap verder en spreken over globalisering als een proces van 'Amerikanisering', waarbij vooral de Verenigde Staten de meeste invloed heeft op de rest van de wereld heeft (Ritzer, 2010). De reden om te spreken over Amerikanisering, is dat Amerikaanse producten in wat voor vorm dan ook alom vertegenwoordigd zijn in de rest van de wereld. Ook komen de meeste mediaconglomeraten uit de Verenigde Staten. Daarnaast exporteert de Verenigde Staten vergeleken met andere landen veruit de meeste televisieprogramma's en zorgen efficiënte distributieprocessen en schaalvoordelen ervoor dat Amerikaanse merken als Coca-Cola en McDonald's in de verste uithoeken van de wereld te verkrijgen zijn (Hopper, 2007). Uitgaande van cultureel imperialisme, zou in de filmindustrie ook gesproken kunnen worden van 'Amerikanisering', omdat het overgrote deel van de films in bioscopen wordt geproduceerd in de Verenigde Staten.

Het fenomeen globalisering ligt ten grondslag aan de theorie over het cultureel imperialisme. Volgens Tomlinson (1991) is er bij het cultureel imperialisme sprake van een machtscentrum, het Westen, dat bewust en doelgericht een sociaal systeem verspreid. Het fenomeen globalisering op zichzelf is echter veel minder doelgericht; economische en culturele processen zijn niet gericht op globale integratie.

Daarnaast zorgt de toenemende globalisering voor een verzwakking van culturele cohesie binnen alle landen, terwijl het cultureel imperialisme uitgaat van de verzwakking van de culturele cohesie van alleen de niet-westerse landen (Tomlinson, 1991). Het cultureel imperialisme geeft dan ook een waardeoordeel over het fenomeen globalisering. Dit waardeoordeel heeft een negatieve associatie, omdat er uitgaande van cultureel imperialisme uiteindelijk sprake zou zijn van homogenisering, waarbij de lokale cultuur weinig tot geen invloed heeft. In het licht van dit onderzoek is het interessant om te kijken of deze theorie is toe te passen op de Nederlandse industrie voor rapmuziek, omdat rapmuziek afkomstig is uit de Verenigde Staten. Wanneer er in Nederland sprake zou zijn cultureel imperialisme, dan zou de Nederlandse rapmuziek een exacte kopie moeten zijn van de Amerikaanse rapmuziek.

Een andere theorie over de gevolgen van culturele globalisering is: *Global flows*. Wetenschappers die uitgaan van deze theorie zien de verhoudingen tussen lokale cultuur en globalisering op een andere manier verschuiven. Een belangrijke bijdrage aan deze theorie komt van Arjun Appadurai. In *Modernity at large* (1996) omschrijft hij globalisering als zijnde *global flows*.

3.2.2 Global flows

Onder globalisering verstaan wetenschappers de toename van globale stromingen van zaken als mensen, informatie, diensten en goederen (Ritzer, 2010). *Global flows* staat lijnrecht tegenover de theorie van het cultureel imperialisme, omdat niet uitgaat van een dominant centrum en een zwakke periferie. Appadurai (1996) benoemt vijf gebieden waarin global flows sterk tot uiting komen. Deze gebieden worden door hem landschappen of *scapes* genoemd. De vijf landschappen volgens Appadurai (1996) zijn; ethnoscape, ideoscape, de technoscape, financescape en mediascape. De ethnoscape wordt gekenmerkt door de verspreiding van migranten, toeristen en gastarbeiders over de hele wereld, waardoor de identiteit van de mensen niet meer gebonden is aan het land van herkomst. De ideoscape is de ideologie van een bepaalde natie met betrekking tot bijvoorbeeld vrijheid, welvaart en rechten. Ook bedrijven verspreiden steeds meer van hun bedrijfsonderdelen over de gehele wereld. Dit wordt de technoscape genoemd. Als gevolg van deze verspreiding van mensen en bedrijven ontstaat er een financescape, waarbij de financiële wereld onderling met elkaar in contact staat. Met mediascape wordt de mogelijkheid bedoeld om elektronisch informatie en beelden te verspreiden over de wereld (Ritzer, 2010). Appadurai (1996) noemt het landschappen, omdat ze net als landschappen erg onregelmatig en veranderlijk zijn. Er is volgens hem geen sprake van strakke lijnen tussen landen.

Landen hebben veel meer hun eigen verbindingen en industrieën, waardoor er kriskras door de wereld allerlei stromingen ontstaan. Daarnaast zijn deze landschappen onafhankelijk van elkaar en soms zelfs in conflict met elkaar. In tegenstelling tot het cultureel imperialisme worden deze landschappen ook actief worden gevormd door menselijk handelen en geïnterpreteerd door mensen, al dan niet in een groep (Ritzer, 2010). Volgens Appadurai (1996) wordt de globale culturele economie dan ook niet gedomineerd door de Westerse wereld, maar zijn er veel kleinere stromingen waarbij landen op verschillende gebieden invloed hebben op elkaar. Zo zijn tekenfilms uit Japan als Dragonball Z populair in grote delen van de wereld. Hierin uit Appadurai dan ook kritiek op de theorie van het cultureel imperialisme, waarbij alleen wordt uitgegaan van de circulatie van culturele goederen en de dominante rol die het Westen daarin inneemt.

De theorie over het cultureel imperialisme en de theorie van *global flows* staan lijnrecht tegenover elkaar. Het cultureel imperialisme gaat ervan uit dat de Westerse culturele productie uiteindelijk de lokale identiteit van de rest van de wereld beïnvloed, met als gevolg dat lokale cultuur en de Westerse cultuur uiteindelijk hetzelfde worden (Morley, 2006). Arjun Appadurai beredeneert echter dat de afkomst en locatie van personen door globalisering niet meer belangrijk is. Daarnaast is er in tegenstelling tot het cultureel imperialisme geen centrum en periferie (Crane, 2002), maar veel meer sprake van onregelmatige, kleinere stromingen op verschillende gebieden tussen landen. Zo kijken ze in India bijvoorbeeld naar Hollywood films, maar kijken ze in de Verenigde Staten op hetzelfde moment naar Bollywood films. Er ontstaan dus verschillende stromingen, waarbij de ene stroming niet dominant is dan de andere stroming. Het cultureel imperialisme ziet de afkomst van culturele producten als een belangrijk element om de globale cultuurproductie te kunnen kenmerken. Omdat binnen de theorie van de *global flows* er zoveel stromingen worden gedefinieerd, is de afkomst van culturele producten niet meer van belang, maar juist de interpretatie van deze goederen. De theorie van Arjun Appadurai (1996) is in het licht van dit onderzoek interessant, omdat er in dit onderzoek wordt geanalyseerd of de locatie, in dit geval Nederland, juist wél van belang is bij de uitoefening en interpretatie van een muziekgenre door artiesten.

Een belangrijk gevolg van globalisering is volgens Appadurai (1996) 'deterritorialisering'. Dit omvat het idee dat een groot deel van onze bezigheden en gebeurtenissen zijn gebonden aan een bepaalde plaats. Deze gebeurtenissen vinden in die zin dus lokaal plaats. Media brengen mensen steeds meer in contact met andere culturen, waardoor cultuur steeds minder gebonden is aan een geografische plaats; een territorium. Hoewel het verdwijnen of aantasten van lokale culturen en culturele identiteit door globalisering als een negatief effect kan worden gezien, geeft Tomlinson (2007) aan dat er ook positieve effecten kunnen worden aangewezen.

Een positief effect is volgens hem bijvoorbeeld de toegenomen openheid voor andere culturen aan (Ritzer, 2010). Deze openheid voor andere culturen wordt door sociale wetenschappers 'cosmopolitanisme' genoemd (Corpus Ong, 2009).

3.2.3 Lokalisering

Culturele globalisering heeft, uitgaande van welk theoretisch perspectief dan ook, tot gevolg dat culturele producten vanuit de hele wereld nu overal voorhanden zijn. Zo kun je bijvoorbeeld boeken lezen van schrijvers uit de hele wereld en luister je naar muziek afkomstig van uit verschillende werelddelen. Toch zijn er ook theorieën die er van uitgaan dat de interpretatie van deze globale culturele producten worden beïnvloed door onze lokale culturele identiteit (Hopper, 2007). De trend van globalisering heeft dan juist tot gevolg dat er een nieuwe tendens is ontstaan; een groeiende behoefte aan lokale culturele producten (Rutten, 2006). Dit wordt lokalisering genoemd. Globalisering en lokalisering lijken tegenpolen van elkaar, toch zijn deze twee trends wel degelijk met elkaar verbonden (Rutten, 2006). Volgens Rutten (2006) is er een behoefte aan een lokale focus in een wereld waar de focus steeds meer op het globale ligt. Deze lokale focus vertaalt zich in een oriëntatie op de directe, nabije leefwereld (Rutten, 2006). Als gevolg van veel technologische ontwikkelingen op het gebied van informatie- en communicatietechnologie, kunnen deze behoeftes aan lokalisering steeds meer en beter worden vervuld. Nieuwe technieken op het gebied van het opslaan en verwerken van data, het internet en digitale televisie maken de distributie en productie van culturele goederen steeds goedkoper (Rutten, 2006). Op de manier kan er dus steeds gericht en lokaler worden voorzien in behoeften aan bepaalde mediaproducten. Zo is er in de laatste jaren een toegenomen aandacht te constateren in regionale televisie. De mogelijkheden die deze technologische ontwikkelingen teweeg hebben gebracht, hebben gezorgd voor de opkomst van de nichemarkten, ook wel demassificatie genoemd, waarbij beter kan worden aangesloten op de behoeften en wensen van een kleiner en specifiek publiek; een ontwikkeling die door het publiek lijkt te worden toegejuicht (Küng, 2008).

In de vorige paragraaf werd het proces van deterritorialisering besproken, waarin lokale structuren als gevolg van globalisering steeds meer verdwijnen (Appadurai, 1996). Morley (2001) claimt, in reactie op Appadurai, dat er tegelijkertijd een andere stroming gaande is van 'reterritorialisering', waarbij de grenzen juist steeds duidelijker worden. Het individu wordt in het proces van globalisering elke dag geconfronteerd met andere, vaak vreemde culturen, waardoor er een bepaalde onzekerheid ontstaat.

Als reactie hebben individuen steeds meer de behoefte om de lokale of nationale identiteit steeds meer te definiëren om zo die zekerheid terug te krijgen. Mensen hebben meer dan ooit een gevoel van thuishoren of nabijheid nodig, een gevoel wat door Morley (2001) een *sense of belonging* wordt genoemd. In de zoektocht naar dit gevoel van nabijheid, maken individuen actief keuzes bij hun consumptie van culturele producten die hun identiteit kunnen versterken. Zij zoeken naar culturele producten die voor hun cultureel relevant of nabij zijn (Straubhaar, 1991). Met de term 'culturele nabijheid' wordt de mate bedoeld waarin de cultuur van de ontvanger in overeenstemming is met de cultuur van het product. Dit gevoel van nabijheid heeft vaak te maken met een gedeelde geschiedenis of zelfde taal (La Pastina & Straubhaar, 2003).

Producenten lijken in reactie op deze behoefte steeds meer actief op zoek te gaan naar nationaal geproduceerde producten of producten die op een andere manier, door taal of zelfde culturele achtergrond, nabij zijn voor hun publiek (Straubhaar, 1991). Ook in Nederland lijkt er steeds meer een trend te zijn van nationaal geproduceerde mediaproducten. Deze trend lijkt vooral te voorzien in de behoefte aan bevestiging van onze Nederlandse culturele waarden en herkenbaarheid. Nederlandse films kunnen bijdragen aan het versterken van wat typisch Nederlandse waarden zijn. Het succes van een televisieprogramma als *Boer Zoekt Vrouw* is hier een goed voorbeeld van. Maar ook Nederlandse films trekken steeds meer bezoekers. Zo trok de Nederlandse film *Komt een vrouw bij de dokter* in 2009 ruim 900.000 bezoekers en lag het bezoekersaantal van *Alles is liefde* rond de miljoen bezoekers (NVB & NVF, 2009).

Naast het feit dat producenten uit Nederland proberen te voorzien in de behoefte van lokalisering door nationale producties, proberen ook internationale mediaconglomeraten te voorzien in deze behoefte. Dit doen zij door hun mediaproducten aan te passen aan de lokale identiteit en cultuur (Arsenault & Castells, 2008). Om succes te hebben moet conglomeraten hun globale producten aanpassen aan lokale markten en de lokale identiteit. Ze moeten eigenlijk *insiders* worden op de nationale markt, ook al betreft het buitenlandse producten. Dit aanpassen van globale mediaproducten aan lokale identiteit en cultuur, wordt *glocalization* genoemd (Nederveen Pieterse, 2009). Glocalization is volgens Robertson (1995) in *Where corporate culture and local markets meet* (2009) een preciezere term dan globalisering, omdat het aangeeft dat er een wisselwerking bestaat tussen globale en lokale patronen (Van der Kamp, 2009). Over de termen lokalisering en glocalization bestaat echter veel onduidelijkheid. Er is geen consistentie tussen sociale wetenschappers over de betekenis van beide termen en de betekenis wordt door elkaar gebruikt. In dit onderzoek zal echter de argumentatie worden gehanteerd zoals hier aangegeven is, om onduidelijkheid zoveel mogelijk te vermijden. Ook onder wetenschappers die zich bezighouden met hiphop heerst verdeeldheid over de vraag of hiphop door jongeren uit andere landen dan de Verenigde Staten kan worden gelokaliseerd.

Aan de ene kant zijn er wetenschappers die stellen dat de enige authentieke vorm van hiphop wordt gemaakt en beleefd door de Afrikaans-Amerikaanse jongeren in de getto's van Amerika. Andere stellen dat ook rappers van Afrikaanse diaspora authentieke hiphop maken en dat hiphop dus in die zin wel degelijk gelokaliseerd kan worden. In de laatste jaren zijn er echter steeds meer wetenschappers die nóg een stap verder gaan en stellen dat hiphop en de manier waarop betekenis wordt gegeven aan deze levensstijl cultureel mobiel, zodat elke rapper buiten de Verenigde Staten authentieke hiphop kan maken. Op die manier kan hiphop dus worden gelokaliseerd door groepen jongeren over de hele wereld (Bennett, 2000) en geeft het jongeren een stem en de middelen om lokale omstandigheden onder de aandacht te brengen (Macgregor Wise, 2008). Onderzoek dat dit proces van lokalisering van hiphop in de Duitse stad Frankfurt bevestigt komt van Andy Bennett (1999). In Frankfurt gebruiken lokale rapgroepen hiphop als een medium om lokale gebeurtenissen en misstanden publiek te maken. Juist het rappen in het Duits kan worden gezien als een stap naar lokalisering. Zo bleek uit interviews met rappers en fans van rap dat juist het rappen in het Duits werd ervaren als authentieke vorm van hiphop (Bennett, 1999).

Als theorie is lokalisering eigenlijk de middenweg tussen twee uiterste theorieën over de gevolgen van culturele globalisering. Waar het cultureel imperialisme voorbij gaat aan de actieve keuzes die het individu maakt bij het zoeken naar culturele goederen, legt de theorie van lokalisering de nadruk op de actieve rol die het publiek heeft in globale processen (De Swaan, 1995). Als we kijken naar global flows dan wordt bij die theorie ontkend dat de lokale identiteit nog van belang is, binnen de theorie over lokalisering wordt deze importantie wel erkend en zou dit ook behoefte aan bepaalde culturele goederen beïnvloeden. Lokalisering biedt dan ook een goed alternatief voor tussen twee contrasterende theorieën en kan om die reden een rol spelen binnen het onderzoek naar Nederhop.

Globalisering speelt een belangrijke rol in de verspreiding van muziek, omdat muziek simpel digitaal verpakt kan worden. De vorm van muziek zorgt ervoor dat het gemakkelijk en relatief goedkoop globaal is te vervoeren (Ritzer, 2010). Hierdoor is muziek steeds meer een handelswaar geworden. Om die reden is globalisering binnen de muziekindustrie ook een belangrijk thema. In de volgende paragraaf zullen de belangrijkste trends binnen de muziekindustrie worden besproken.

3.3 De muziekindustrie

De vorige paragrafen hadden als onderwerp de trends binnen de huidige cultuurwereld, om zo bepaalde ontwikkelingen die nu gaande zijn te kunnen duiden. Om straks meer te kunnen zeggen over rapmuziek en de muziekindustrie zullen eerst de trends in de muziekindustrie worden besproken. Allereerst zal worden gekeken naar de elementen die meespeelde in de manier waarop is muziek gecommuniceerd. Daarna zal het krachtveld en de constante spanning tussen commercie en creativiteit binnen de muziekindustrie worden beschreven. De muziekmarkt is grotendeels geconcentreerd rond een aantal mediaconglomeraten. Dit gegeven heeft implicaties voor de manier waarop commercie en creativiteit tot uiting worden komen binnen de muziekindustrie. Ook aan dit thema zal aandacht worden besteed. Als laatste zal korte aandacht worden geschonken aan de nieuwe werkwijze binnen de muziekindustrie.

3.3.1 Muziek als handelswaar

De muziekindustrie is een miljoenenindustrie waar muziek verkocht en gekocht wordt. Muziek is dus een cultureel product wat steeds meer een handelswaar is geworden. Volgens Adorno (1973) in *Popular Music Theory* is muziek op twee manieren tot handelswaar gebombardeerd. Aan de ene kant moeten muziekproducenten muziek produceren die het bedrijf winst op zal gaan leveren. Aan de andere kant worden muziekgenres die nog niet tot de popmuziek behoren zo getransformeerd en aangepast dat zij uiteindelijk zouden kunnen zorgen voor commercieel succes. Het belang van een controleerbare en goedwerkende bedrijfsstrategie is nog belangrijker geworden sinds de commodificatie van muziek. Met de invoer van bedrijfsstrategieën willen muzieklabels de onzekerheden in de markt te lijf gaan. Het gedrag van consumenten is echter maar moeilijk te voorspellen. De commodificatie van muziek heeft er toe geleid dat de muziek nu vaak 'ondergeschikt' is geworden aan de markt en moet voldoen aan de markteisen die vaak gericht zijn op commercieel succes en winst. Hierdoor zou er een discrepantie zijn ontstaan tussen aan de ene kant de commercie die de muziekindustrie afdwingt en aan de andere kant de creativiteit van de artiesten (Negus, 1996). Muzieklabels zijn vooral gericht op het verdienen van geld, terwijl de focus van artiesten ook kan liggen op het uiten van creativiteit. Wanneer deze twee doelen samenkomen, ontstaat er een spanning tussen winst en commercie aan de ene kant en creativiteit aan de andere kant.

3.3.2 Tussen commercie en creativiteit

Wanneer we kijken naar de muziekindustrie in het bijzonder, maar ook naar de productie van culturele goederen in het algemeen, dan kan worden gesteld dat de markt voor het grootste deel wordt beheerst door een klein aantal hele grote mediaconglomeraten, zoals onder andere Sony en BMG (Negus, 1999). Hoewel er naast deze mediaconglomeraten nog tal van lokale producenten van culturele goederen zijn, hebben zij directe invloed op wat voor muziek er in wordt geproduceerd. Bovendien beïnvloeden zij ook globale muziekbehoefte en aankoopstrategieën van consumenten. Doordat zij zoveel commerciële culturele goederen produceren en distribueren, hebben deze bedrijven veel invloed op het opmaken van contracten, het maken van deals en in welke mate creativiteit economisch wordt beloond door de markt en de consumenten in die markt (Negus & Pickering, 2004). Daarnaast hanteren mediaconglomeraten vaak een verticale en horizontale strategie, waarbij zij tal van bedrijven in een bepaalde creatieve sector bezitten vanaf de productie tot en met de distributie en de verkoop. Deze strategieën zorgen ervoor dat hun invloed op de consumptie- en productiemarkt nog groter is (Küng, 2008). Doordat bedrijven vaak actief zijn in verschillende bedrijfstakken van productie en consumptie van culturele goederen, groeit bij deze bedrijven het belang om deze culturele goederen geschikt te maken voor een zo groot mogelijk publiek. Deze theorie wordt de *critical political economy* genoemd. Volgens deze theorie standaardiseren mediaconglomeraten hun producten op zo een manier, dat zij de behoeften vervullen van een zo groot mogelijk publiek (Murdock & Golding, 2005). Muzieknummers, maar ook andere culturele producten, brengen een bepaalde symbolische waarde mee, een totaal van betekenissen en beelden, waardoor mensen een beeld krijgen van de manier waarop de wereld werkt (Murdock & Golding, 2005). Zo kunnen nummers bijdragen aan de manier waarop in Nederland wordt gedacht over zaken als seks of geloof. Volgens Murdock & Golding (2005) moet de symbolische waarde van culturele goederen, ofwel de potentieel moeilijke onderwerpen voor bepaalde geloofsovertuigingen of culturen over onderwerpen als seks, geloof of magie, geschikt zijn voor divers publiek. Op die manier kunnen mediaconglomeraten uiteindelijk al hun ondernemingen, van productie tot aan distributie, inzetten om deze culturele goederen te verkopen aan mensen over de hele wereld (Murdock & Golding, 2005). Dit gegeven zorgt ervoor dat artiesten menigmaal verplicht zijn tot het maken van concessies maken voor wat betreft de mate van creativiteit die zij kunnen verwerken in hun muziek. Daarnaast zorgt het er ook voor dat eventuele onalledaagse meningen en opvattingen in het belang van de commercie moeten worden vermeden (Negus, 1999). Uiteindelijk zou dit, volgens de *critical political economy*, dus kunnen leiden tot de homogenisering van productie, waarover ook kritiek werd geuit binnen het cultureel imperialisme.

Aannames binnen theorieën over *critical political economy* gaan uit van een allesoverheersende structuur binnen mediaconglomeraten, die ervoor zorgen dat muziek uiteindelijk een gestandaardiseerd product wordt en waarbij geen ruimte over is voor enige vorm van creativiteit van artiesten of van producers (Fenster & Swiss, 1999). Deze aannames zijn erg deterministisch en negeren de actieve rol van producenten en artiesten binnen de productie van muziek. Om die reden zijn er dan ook wetenschappers die het in zijn geheel of gedeeltelijk niet eens zijn met deze theorie. Zo bestrijdt Küng (2008) dan ook het idee dat culturele goederen te standaardiseren zijn, omdat ze moeten aansluiten op de behoeften van de consument. Doordat deze behoeften constant veranderen, is er binnen de media-industrie een blijvende behoefte aan vernieuwing en creativiteit (Küng, 2008). Vandaar ook dat, net als binnen theorieën over globalisering, binnen de muziekindustrie ook kritiek wordt geuit op de veronderstelling dat deze structuren er voor zorgen dat er homogenisering zal ontstaan binnen de muziekproductie. Negus (1999) uit eveneens kritiek op deze theorie door middel van twee argumenten. Als eerste argument geeft hij aan dat hoewel er binnen deze conglomeraten een vaste structuur aanwezig is, dat het menselijk handelen van producenten, muzikanten, personeel en publiek niet mag worden vergeten. Het tweede argument is dat bedrijven ondanks de noodzaak tot het maken van winst hun personeel niet alleen maar als een commercieel instrument in kunnen zetten waar geen vrije wil aanwezig is (Negus, 1999).

Daarnaast is deze standaardisatie door middel van bedrijfsstrategieën binnen de productie van muziek niet hetzelfde als bij de productie van bijvoorbeeld wasmachines (Fenster & Swiss, 1999) Bedrijfsstrategieën zijn nodig om de onzekerheden in de markt te lijf te gaan en om structuur aan te kunnen brengen in een bedrijf. De muziekindustrie heeft echter te maken met nog meer onzekerheden dan andere industrieën, omdat het dient om te gaan met de onzekerheden die menselijk gedrag met zich meebrengen en de sociale processen die daaruit voortvloeien. Deze onzekerheden over menselijk gedrag vindt men in de muziekindustrie aan beide kanten van de medaille. Zowel aan de productiekant, waar men te maken krijgt met personeel, producenten, artiesten en muzikanten die vaak werken in moeilijk te controleren locaties als studio's. Anders dan een kantoor zijn studio's creatieve werkplekken, waar het niet zo makkelijk is te kijken op welke manier artiest en producent samenwerken. Ook de consumptiekant staat garant voor onzekerheden, omdat het koopgedrag en de constant veranderende behoeften van de consumenten maar moeilijk zijn te voorspellen (Negus, 1999). Zo kan de populariteit van een muziekstroming per jaar of soms zelfs per maand verschillen en zijn de successen van de ene artiest geen garantie voor het succes van andere artiesten binnen het zelfde genre.

De bijzondere creativiteit van artiesten kan de anders zo materialistische muziekindustrie transformeren in een plek waar plaats is voor innovatieve, invloedrijke en soms zelfs politiek zinvolle muziek (Fenster & Swiss, 1999). Creatieve processen zijn echter voor buitenstaanders niet zichtbaar. Ze zijn vaak ingebed in de dagelijkse routine van personeel en artiesten (Küng, 2008). Iets wat dus aan de buitenkant louter door commercie lijkt te zijn gedreven kan wel degelijk creativiteit en innovatie bevatten.

Hoewel de muziekindustrie met verschillende strategieën probeert winst te maken, blijft het moeilijk om de smaak van de consument en het uiteindelijke succes van muziek te voorspellen. Daarnaast is het de vraag of de muziekindustrie echt in staat is om muziek van artiesten zo te beïnvloeden dat er gegarandeerd succes volgt. De inhoud van muziek is, anders dan bij 'primaire' handelsgoederen zoals levensmiddelen, uitkomst van een creatief proces. De inhoud bevat vaak een bepaalde betekenis, of zoals net al genoemd, een symbolische waarde (Middleton, 1999). Deze symbolische waarde wordt door de artiest aan een product meegegeven door middel van een creatief proces en wordt door de consument vertaald en al dan niet gewaardeerd. Uiteindelijk bepaalt de inhoud van het product de waarde (Negus & Pickering, 2004). Creativiteit is binnen de cultuurindustrie van nog groter belang dan binnen andere industrieën, omdat er binnen de media-industrie een onafgebroken toevoer van creativiteit en vernieuwende ideeën nodig is, anders dan bij andere industrieën die vaak kunnen draaien op maar een aantal creatieve ideeën (Küng, 2008). Zo moet elk nieuw liedje een bepaalde mate van vernieuwing vertegenwoordigen, daarnaast wordt geacht om de bijbehorende clip ook van creativiteit te voorzien. Binnen de levensmiddelenindustrie is deze toevoer van creativiteit veel minder van essentieel belang, omdat creatieve nieuwe ideeën veel langer mee kunnen blijven gaan. Op een nieuw idee als biologische melk kan een bedrijf in de levensmiddelenindustrie weer een tijd teren. De constante wrijving tussen commercie en creativiteit wordt hoe dan ook uitgespeeld in een markt die grotendeels is geconcentreerd door grote mediaconglomeraten en hun invloed. Deze marktconcentratie brengt nieuwe wrijvingen teweeg doordat wordt aangenomen dat de mate van marktconcentratie de mate van diversiteit negatief beïnvloed.

3.3.3 Marktconcentratie en muzikale diversiteit

In de vorige paragrafen is al uiteengezet waarom er binnen de muziekindustrie een constante wrijving bestaat tussen commercie en creativiteit. Binnen dit krachtveld neemt de bestaande marktconcentratie van de belangrijke mediaconglomeraten een belangrijke plaats in. Deze mediaconglomeraten hebben een groot marktaandeel van de muziekindustrie in handen.

De vraag die dan rijst is of deze marktconcentratie uiteindelijk leidt tot louter commerciële muziekproducties, of dat deze mediaconglomeraten, of majors zoals zij ook wel worden genoemd, in staat zijn tot creatieve producten en uiteindelijk muzikale diversiteit teweeg kunnen brengen. Dowd (2004) geeft aan dat wetenschappers zich al een tijd bezighouden met de kwestie van diversiteit binnen de media-industrie in het algemeen en de muziekindustrie in het bijzonder. Er zijn 3 empirische trends aan te wijzen voor deze interesse in diversiteit (Dowd, 2004). Allereerst is het aanbod van mediabedrijven maar een fractie van alle media die aanwezig zijn in de wereld en worden als bijgevolg niet alle muziekstijlen vertegenwoordigd. Als tweede trend is er, net als binnen alle andere commerciële industrieën, veel druk om winst te maken, zoals ook al duidelijk was bij de bespreking van het spanningsveld tussen commercie en creativiteit. Om die reden beroepen muzieklabels zich vaak op genres en muziekstijlen die in het verleden al succesvol bleken en succes hopen te garanderen. Hoewel deze twee trends diversiteit in de muziek lijken te belemmeren, bevordert de laatste empirische trend diversiteit juist. Zo is in het verleden gebleken dat mediabedrijven soms hun aanbod verrijken met nieuwe producten. Een goed voorbeeld hiervan is de opkomst van Afro-Amerikaanse artiesten (Negus, 1999). Nadat bleek dat onder andere de soul en rhythm and blues, ook wel R 'n B genoemd, aansloeg bij veel mensen, werden deze muziekgenres onderdeel van het portfolio van grote muzieklabels. Tegenwoordig worden deze genres beluisterd door grote groepen mensen over de hele wereld. De onderzoeken betreffende vraagstukken rond diversiteit en marktconcentratie worden voor een deel beheerst door de vraag welk effect een hogere marktconcentratie heeft op de diversiteit binnen de muziekindustrie.

De bezorgdheid binnen het debat rond marktconcentratie en diversiteit is dezelfde bezorgdheid als die binnen het debat rond commercie en creativiteit; weinig diversiteit zorgt uiteindelijk voor homogenisering. Wetenschappers zijn verdeeld over de relatie tussen marktconcentratie en diversiteit, waarbij discussie is ontstaan over twee verschillende verklaringen over deze relatie. Volgens verschillende wetenschappers bestaat er een krachtenspel tussen aan de ene kant de onafhankelijke muzieklabels en de major muzieklabels aan de andere kant (Negus, 1996). Zij stellen dat onafhankelijke muzieklabels over het algemeen meer open staan voor nieuwe geluiden van artiesten en zodoende de diversiteit binnen de industrie bevorderen. Dit kan een bedreiging worden voor de grote muzieklabels en hun marktpositie wanneer nieuwe geluiden populairder worden onder de consument. Om de dreiging te verkleinen zoeken conglomeraten vaak de samenwerking met de desbetreffende, onafhankelijke muzieklabels of nemen zij deze helemaal over om zo hun marktaandeel terug te winnen of zelfs te vergroten (Negus, 1996). Deze werkwijze heeft aan de basis gestaan voor het grote succes van muziekgenres als R 'n B, salsa en rock 'n roll.

Het doel van veel studies die het opkomend succes van die genres onderzochten was om aan te tonen dat, wanneer de marktconcentratie van conglomeraten hoog was, de diversiteit binnen de muziekindustrie verminderde (Hesmondhalgh, 1996). Deze verklaring voor de relatie tussen diversiteit en marktconcentratie, wordt de cyclische verklaring genoemd. Volgens verdedigers van deze verklaring zijn er binnen de muziekindustrie lange tijden van hoge marktconcentratie en lage diversiteit, gevolgd door een korte tijd van lage marktconcentratie en hoge diversiteit (Dowd, 2004).

Echter, in de jaren tachtig begonnen diverse wetenschappers, onder wie Simon Frith, deze opvattingen over marktconcentratie en diversiteit te betwisten. Frith's kritiek (1988) was dat lang niet alle kleine, onafhankelijke muzieklabels zochten naar nieuw geluid en innovatie. Daarnaast waren er aanwijzingen dat er ook binnen grote muzieklabels wel degelijk ruimte was voor innovatie en creativiteit. Frith's beweringen werden later bevestigd door onderzoeken van onder andere Robert Burner, die een nieuwe relatie tussen grote en kleinere muzieklabels opperde (Hesmondhalgh, 1996). Deze nieuwe relatie waarbij er veel meer sprake is van een open systeem, concurreerde dan ook met de cyclische verklaring van andere wetenschappers. Verdedigers van dit open systeem zijn veel gematigder over de relatie tussen marktconcentratie en diversiteit. Volgens hen was er vooral sprake van weinig diversiteit wanneer de productie van muziek binnen een label sterk gecentraliseerd georganiseerd was. Bij gecentraliseerde muziekproductie wordt gebruik gemaakt van producers die in dienst zijn van het desbetreffende muzieklabels.

Ze zijn vast in dienst en verantwoordelijk voor de productie van alle muziek die via dat label op de markt wordt gebracht. Decentralisatie van muziekproductie, waarbij majors samenwerkten met freelance producers en onafhankelijke muzieklabels, zorgden juist voor meer diversiteit binnen de muziekindustrie (Dowd, 2004). Vaak wordt er dan samengewerkt met verschillende producenten en labels die allemaal hun eigen stijl en interpretatie van muziek meebrengen. Op die manier zal als bijgevolg een diverser geluid te horen zijn binnen een label dan wanneer labels maar met één producent werken.

Hoewel zowel de cyclische verklaring als die van het open systeem erg invloedrijk zijn geweest in de literatuur over de muziekindustrie in Verenigde Staten, zijn in beide onderzoeken volgens Dowd (2004) tekortkomingen. Zo werd er in geen van de onderzoeken gebruikt gemaakt van een multivariate analyse, maar was er alleen sprake van een beschrijvende analyse. Daarnaast werd er nooit onderzoek gedaan naar gedecentraliseerde productie, ondanks dat dit wel aan de basis lag van het open systeem. Ook werd er verzuimd om te kijken of de marktconcentratie een onafhankelijk effect had op de diversiteit binnen de muziekindustrie. Al deze tekortkomingen deden Dowd (2004) er toe doen besluiten dat hij opnieuw onderzoek deed.

In het onderzoek nam hij beide systemen mee aan de hand van de bestudering van nieuwe acts en nieuwe muziklabels in de muziekindustrie in de Verenigde Staten in de periode tussen 1940 en 1990. De resultaten steunen duidelijk de verklaringen voor de relatie tussen concentratie en diversiteit volgens het open systeem. Ze lieten zien dat naar mate er meer sprake van gedecentraliseerde productie, de negatieve effecten van concentratie gaandeweg verdwenen, waarbij op het hoogtepunt van decentralisatie deze negatieve effecten zelfs helemaal waren verdwenen (Dowd, 2004). Dowd (2004) geeft aan dat de werkwijze ofwel de productielogica van muziklabels voor een belangrijk deel bepaalt of zij openstaan voor nieuwe geluiden en daarom diversiteit binnen de gehele muziekindustrie bevorderen. Wanneer muziklabels een bureaucratische werkwijze hanteren met veel producties binnenshuis, staan zij maar nauwelijks open voor nieuwe geluiden en beroepen zij zich voor hun succes op genres waarmee ze al bekend zijn. Bedrijven die de nadruk leggen op de zoektocht naar collaboraties met freelance personeel en kleinere bedrijven staan meer open voor genres en muziekstijlen die in de toekomst een succes zouden kunnen worden, ook al brengen die ook weer onzekerheden omtrent succes met zich mee (Dowd, 2004).

3.3.4 Concluderend; wat betekent dit voor hiphop in Nederland?

De theorieën rond de trends binnen globalisering en de trends binnen de muziekindustrie vertonen grotendeels dezelfde krachtvelden. Onder mediawetenschappers heerst op beide niveaus de zorg of de toenemende globalisering, of binnen de muziek de marktconcentratie, uiteindelijk zal zorgen voor homogenisering. Wanneer beide theorieën worden toegepast op dit onderzoek, kan homogenisering als gevolg van cultureel imperialisme betekenen dat de Nederlandstalige hiphop grote overeenkomsten zou moeten hebben met de Amerikaanse hiphop. Het veronderstelde, nadelige effect van marktconcentratie binnen de muziekindustrie zou betekenen dat er binnen het genre een laag niveau van creativiteit te onderscheiden is, wat uitmondt in lage mate van diversiteit binnen de industrie. Dit zou impliceren dat de commercieel meest succesvolle 'verpakking' van rap toegepast wordt op de gehele industrie met als gevolg homogenisering. Alle rapnummers zouden dus op elkaar moeten lijken wat betreft thematiek.

Op beide niveaus zijn echter tegengeluiden te horen. Op het gebied van culturele globalisering is nu een duidelijke tegenreactie op te merken; lokalisering. Individuen hebben steeds meer de behoefte om ergens bij te horen en dit gevoel wordt vertaald in een toegenomen aanbod van aan de ene kant lokaal geproduceerde culturele goederen en aan de andere kant globale goederen die aangepast worden aan de lokale behoeften.

Als binnen dit onderzoek zal blijken dat deze theorie van culturele globalisering toepasbaar is op de Nederlandstalige hiphop in vergelijking tot de Amerikaanse hiphop, dan zouden er thematische verschillen moeten zijn tussen Nederlandse en Amerikaanse hiphop. Deze verschillen zouden kunnen betekenen dat er sprake is van een lokale, Nederlandse identiteit op het gebied van hiphop en dat Nederlandstalige hiphop dus gelokaliseerd is.

Binnen de muziekindustrie is er ook een tegenbeweging op te merken. Een aantal wetenschappers die zich bezighouden met de muziekindustrie hebben door empirisch onderzoek bewezen dat marktconcentratie de diversiteit niet altijd hoeft te belemmeren. Veel meer nog dan de situatie binnen de markt, bepaalt de bedrijfslogica, ofwel de werkwijze binnen een bedrijf, de mate waarin een bedrijf open staat voor nieuwe geluiden en dus voor diversiteit. In Nederland is de markt voor hiphop bijna totaal geconcentreerd. Marktleider op het gebied van hiphop is het muziklabel Top Notch. Wanneer blijkt dat er ondanks deze marktconcentratie binnen de Nederlandse hiphopscene toch sprake is van diversiteit, dan zou dit er op kunnen wijzen dat er nieuwe manieren productie van muziek zijn ontstaan. Bijvoorbeeld door inhuren van verschillende producten; de gedecentraliseerd georganiseerde muziekproductie. Als toch blijkt dat er maar een geringe mate van diversiteit aanwezig is in de Nederlandse markt voor hiphop, dan zou er gesteld kunnen worden dat de hoge marktconcentratie in Nederland een negatief effect heeft op de muzikale diversiteit.

Op beide niveaus blijft er dus een krachtveld bestaan tussen tegenovergestelde theorieën. Al deze theorieën hebben weer verschillende implicaties voor de manier waarop invulling wordt gegeven aan een genre. Het onderzoek naar thematische verschillen tussen Nederlandse en Amerikaanse hiphop geeft betekenis aan de verschillende besproken theorieën en zullen hierdoor in context worden geplaatst.

4 • Methode van onderzoek

Het onderzoek naar de thematische verschillen tussen Nederlandse en Amerikaanse rap is uitgevoerd door middel van een systematisch kwantificerende inhoudsanalyse. De hoofdvraag in dit onderzoek luidt als volgt:

Hoe komt lokalisering tot uiting in thematiek van Nederlandse rap in vergelijking tot Amerikaanse rap, en in welke mate is er ruimte voor diversiteit?

Bij deze hoofdvraag zijn een aantal deelvragen geformuleerd;

1. *Wat zijn de overeenkomsten tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten?*
2. *Wat zijn de verschillen tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten?*
3. *In welke mate is er ruimte voor diversiteit binnen Nederlandse en Amerikaanse rap?*

De methodologie en de operationalisering van dit onderzoek staan in dit hoofdstuk centraal. Allereerst zal de methodologie worden toegelicht. Daarna zal dieper worden ingegaan op de onderzoekseenheden die worden gebruikt en de manier waarop de data is verzameld. Achtereenvolgend zal er dan specifieke aandacht worden besteed aan de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek. Als laatste zal gekeken worden naar de data-analyse en de operationalisering.

4.1 Methodologie

De bovenstaande probleemstelling is beantwoord door een systematisch kwantificerende inhoudsanalyse. Door middel van deze kwantitatieve inhoudsanalyse is gekeken naar de thematische verschillen tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de periode van 2008 tot en met 2010. Het systematisch kwantificeren van de inhoud van rapteksten gebeurde op basis van een vast waarnemingsinstrument (Wester, Renckstorf, & Scheepers, 2006). Een belangrijk kenmerk van de inhoudsanalyse is dan ook 'dat we in het mediamateriaal indicaties zoeken aan de hand van een waarnemingsinstrument, waarin de gezochte kenmerken en de bijbehorende interpretatieruimte in zekere mate zijn vastgelegd' (Wester, 2006, p. 19). In dit waarnemingsinstrument is precies vastgelegd welke thema's er kunnen worden onderscheiden en aan welke kwalificaties deze thema's moeten voldoen. Het gaat dus om de vraag hoe vaak thema's voorkomen, op welke manier ze voorkomen en welke verschillen er zijn tussen beide landen. Om die reden is de systematisch kwantificerende inhoudsanalyse geschikt om een beschrijving van de thema's in rapteksten te geven en kan op statische wijze worden bekeken welke verschillen er in thematiek zijn tussen beide landen.

In dit onderzoek staan twee landen centraal, namelijk: Nederland en de Verenigde Staten. De keuze voor de Verenigde Staten is gebaseerd op de theorieën over culturele globalisering en de richting waarin deze globalisering vaak van Westerse landen, en voornamelijk de Verenigde Staten, plaatsvindt. Hiphop uit de Verenigde Staten zou kunnen worden gezien als de meest authentieke vorm van hiphop, omdat het genre daar is ontstaan. De Amerikaanse hiphop is vergeleken met Nederlandstalige hiphop, een vorm van hiphop die ogenschijnlijk ver van de Amerikaanse vorm verwijderd is. Op die manier zijn deze twee landen vergeleken op basis van de behandelde theorieën.

4.2 Onderzoekseenheden

Zoals gezegd bestaat het onderzoek uit een kwantitatieve inhoudsanalyse naar de verschillen in thematiek in rapmuziek uit Nederland en de Verenigde Staten. De onderzoekseenheden omvatten de songteksten van Nederlandse en Amerikaanse rapnummers in de periode van 2008 tot en met 2010. Uiteindelijk zijn er van elk land 100 rapteksten gecodeerd. Er is gekozen voor het totaal aantal van 200 rapteksten, omdat op deze manier een goede vergelijking getrokken kan worden tussen beide landen. Daarnaast kunnen er alleen bij zulke aantallen statistisch significante uitspraken worden gedaan over de resultaten. Wanneer er kleinere aantallen songteksten zouden zijn gebruikt zouden de uitspraken met betrekking tot de conclusie maar weinig statistische significante resultaten bevatten en dus niet of maar weinig te generaliseren zijn over de gehele populatie songteksten.

Tabel 1: *Overzicht van artiesten en albums die zijn meegenomen in het onderzoek naar de manier waarop lokalisering tot uiting komt in de Nederlandstalige rapmuziek.*

Gebruikte albums			
Nederland		Verenigde Staten	
Artiest	CD	Artiest	CD
Fakkelbrigade	<i>Colucci Era</i>	Nelly	<i>5.0</i>
Zwart Licht	<i>Bliksemschicht</i>	B.oB	<i>The Adventures of Bobby Ray</i>
Winne	<i>Winne Zonder Strijd</i>	Jay-Z	<i>The Blueprint 3</i>
Fresku	<i>Fresku</i>	Eminem	<i>Relapse</i>
De Jeugd van Tegenwoordig	<i>De Lachende Derde</i>	T.I	<i>Papertrail</i>
Willem	<i>Succes</i>	Kanye West	<i>808's & heartbreaks</i>
Big2	<i>Ik Ben Twan</i>	Snoop Dogg	<i>Ego Trippin'</i>
Dio	<i>Rock 'n Roll</i>		

4.3 Dataverzameling

De situatie van Nederlandstalige rap en Amerikaanse rap met betrekking tot de status is niet met elkaar te vergelijken. Om die reden is de dataverzameling van beide op verschillende wijze tot stand gekomen. De reden hiervoor is dat de Amerikaanse hiphop een veel groter publiek bereikt dan de Nederlandstalige hiphop en dus vaker een hitnotering in de Nederlandse Top 40 behaalt. Nederlandstalige hiphop heeft daarentegen zelden tot nooit een hitnotering in de Nederlandse Top 40, maar het succes van Nederlandstalige hiphop is met name in de laatste jaren wel sterk in populariteit toegenomen. Vanwege de verschillen met betrekking tot het succes van de hiphop uit beide landen, is gekozen voor een steekproef die deels selectief is uitgevoerd.

De Amerikaanse rapteksten zijn verzameld door alle nummers te nemen die in de periode van 2008 tot en met 2010 een hitnotering hadden in de Nederlandse top 40. De Top 40 is de meest bekende en oudste muzieklijst van Nederland en wordt wekelijks samengesteld op basis van aantal *airplays*, dat wil zeggen het aantal keer dat radiozenders het nummer afspelen, en de verkoopaantallen. Om die redenen is de Top40 een goede afspiegeling van de populairste nummers in Nederland. Hier betreft het dus nummers die als rap te onderscheiden zijn en waarbij de uitvoerende artiesten ook bekend zijn als rappers. Het komt namelijk geregeld voor dat artiesten in sommige nummers een stuk tekst rappen, ook al is rap niet hun eigen muziekgenre. Het mag duidelijk zijn dat deze nummers niet als raptekst mee zijn genomen in dit onderzoek. Na alle nummers te hebben verzameld, is vervolgens de hele cd waar het desbetreffende nummer van afkomstig is meegenomen in het onderzoek. Er is gekozen voor een hele cd, omdat de cd een goede afspiegeling geeft van het repertoire van de artiest. De singles waarmee artiesten hits scoren zijn vaak nummers die meer toegankelijk zijn voor het grote publiek. Alleen gebruik maken van de singles zou in dit licht dan ook een minder goed beeld geven van de artiest op dat moment. Er is gekozen voor de Amerikaanse rapnummers en de bijbehorende cd die in Nederland succesvol waren en dus in de Top 40 stonden, omdat Nederlandse consumenten het meest met deze nummers in aanraking komen.

Voor het verzamelen van de Nederlandse cd's is voor een andere manier gekozen. De Nederlandstalige hiphop is zoals eerder gezegd populair onder een kleiner publiek en bereikt tot aan de dag van vandaag niet of nauwelijks de hitlijsten. In Nederland is echter wel een muzieklabel wat zich hoofdzakelijk bezighoudt met de productie van Nederlandstalige hiphop; het muzieklabel Top Notch. Dit label is naar eigen zeggen marktleider op het gebied van hiphop en rap en heeft dan ook een groot aantal invloedrijke artiesten binnen de Nederlandse hiphopscene gecontracteerd.

De cd's die opgenomen zijn in het onderzoek komen uitsluitend van artiesten die bij Top Notch gecontracteerd zijn en die in de periode van 2008 tot en met 2010 een cd hebben uitgebracht (Top Notch, 2011). Van alle cd's is een selectie gemaakt naar de populariteit van de acts. De vergelijking met Nederlandse rappers die gecontracteerd zijn bij Top Notch is het meest relevant, omdat deze artiesten het meest bekend zijn onder de Nederlandse consument.

4.4 Data-analyse

De songteksten zijn verzameld door deze op te zoeken via het internet. Er zijn inmiddels veel internetsites die draaien rond het reproduceren van zogenaamde *lyrics*. Op deze sites kunnen gebruikers songteksten van hun favoriete artiesten toevoegen. Door te zoeken via trefwoorden zoals namen van de artiest of de titel van het nummer zijn alle 200 songteksten verzameld. Hierbij moet worden vermeld dat enkele nummers via deze zoekmethode niet zijn gevonden. Het gaat hierbij echter slechts om een enkel nummer van een enkele cd. Na de dataverzameling, wordt deze geanalyseerd door middel van een waarnemingsinstrument. In het waarnemingsinstrument staat precies aangegeven op welke wijze de data geanalyseerd moet worden, om zo eventuele onduidelijkheid zo veel mogelijk uit te sluiten. Voor elk thema zal precies worden aangegeven aan welke criteria deze moet voldoen om het desbetreffende thema toegekend te krijgen. Het codeerschema is opgenomen in de bijlage A

4.5 Operationalisering

Om uiteindelijk een antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag in dit onderzoek moesten de theoretische concepten meetbaar worden gemaakt. Dit meetbaar maken van de theoretische concepten wordt operationaliseren genoemd. De belangrijkste theoretische concepten binnen dit onderzoek zijn lokalisering en diversiteit. Uiteindelijk heeft de inhoudsanalyse dus inzicht gegeven op de mate waarin deze twee theoretische concepten kunnen worden toegepast op Nederlandstalige hiphop in vergelijking tot Amerikaanse hiphop. De thema's die konden voorkomen in de rapteksten zijn daarom omgezet in zogeheten variabelen. Er zijn echter geen vaste labels die de theoretische concepten lokalisering en diversiteit inzichtbaar kunnen maken. De theoretische concepten zijn daarom niet te operationaliseren. Om die reden wordt er gekeken naar de verschillen tussen Amerikaanse en Nederlandse rapteksten. De verschillen tussen deze twee zijn uiteindelijk indicatoren geweest om de theoretische concepten; lokalisering en diversiteit vast te stellen. Om tot een vast waarnemingsinstrument te komen is gebruik gemaakt van inductie. Hiervoor is gekozen omdat er een manier moest worden ontwikkeld om het gat in het wetenschappelijk onderzoek naar thematiek in songteksten te kunnen overbruggen.

In de beginfase zijn er een aantal teksten geanalyseerd om te kijken welke variabelen voorkwamen. Op deze manier heeft het onderzoek dus een sterk explorerend karakter gekregen. Aan de hand van dit schema met deze variabelen zijn uiteindelijk alle rapteksten geanalyseerd. De variabelen in het waarnemingsinstrument zijn verdeeld in drie concrete groepen variabelen:

Algemene kenmerken van de songtekst. Onder deze groep variabelen vallen de achtergrond kenmerken van de songtekst; bijvoorbeeld de naam van de artiest, de naam van de cd en de datum van uitgifte. Maar ook variabelen als het vermelden van een eventuele samenwerking met andere artiesten, de naam van het muziklabel en de naam de producenten. De algemene kenmerken van songteksten kunnen later in het onderzoek een bijdrage leveren aan de vraag of de diversiteit in het geding komt door de mate van marktconcentratie.

Taalkenmerken van de songteksten. Tijdens het inductief vaststellen van het waarnemingsinstrument is vast gesteld dat bepaald woordgebruik vaak voorkwam in teksten. Om die reden zijn er aparte taalvariabelen opgenomen in het waarnemingsinstrument om het woordgebruik van de rappers in hun teksten nauwkeuriger te kunnen analyseren en vergelijken. Het betreft hier de taalvariabelen: het noemen van lichaamsdelen, het bespreken van seksuele handelingen en het gebruik van scheldwoorden.

Inhoudelijke kenmerken van de songtekst. De hoofdvraag in het onderzoek draait om de thematische verschillen tussen beide landen. Op basis van deze thematische verschillen wordt een uitspraak gedaan over lokalisering van de Nederlandstalige rap en de diversiteit binnen de muziekmarkt gericht op de productie van rap. Om dit concept te operationaliseren zullen er bij deze groep variabelen de verschillende thema's moeten worden opgenomen. De inhoudelijke kenmerken gaan over de thematiek van een songtekst. Omdat een thema op verschillende manieren kan worden gepresenteerd en omdat dit thema kan plaatsvinden in verschillende contexten, is er in dit onderzoek onderscheid gemaakt tussen context, onderwerp- en emotievariabelen.

De *contextvariabelen* vertellen iets over de omgeving waarin het onderwerp van de desbetreffende raptekst plaatsvindt. Op die manier krijgt het onderwerp een bepaalde betekenis. Voorbeelden van contextvariabelen zijn: maatschappij, stad, groep, persoon of familie. Het onderwerp van een raptekst kan bijvoorbeeld 'geweld' zijn. De context is dan van belang; het kan immers gaan over de mate van geweld in een stad of binnen een groep, maar wanneer het binnen de context 'familie' plaatsvindt, krijgt het onderwerp een andere lading. Er is binnen een rapnummer altijd maar sprake van één context, meerdere contexten zijn in het waarnemingsinstrument niet mogelijk.

De *onderwerpvariabelen* beschrijven de onderwerpen die worden besproken in een rapnummer. De onderwerpen lopen uiteen van gezin, criminaliteit en zelfverheerlijking.

In veel gevallen heeft een rapnummer meerdere thema's. In het waarnemingsinstrument is het dan ook mogelijk om meerdere onderwerpen te noteren.

De *emotievariabelen* geven de emotie van het nummer weer. Vaak geven rappers de tekst een bepaalde emotie mee. Zo kunnen zij over relatieproblemen met een bepaalde mate van boosheid of verdriet. De emotie heeft consequenties voor de beleving van het onderwerp en is daarom opgenomen in het waarnemingsinstrument. Een rapnummer kan meerdere emoties bevatten en dus kunnen er in het waarnemingsinstrument ook meerdere emoties worden toegekend aan een bepaald nummer.

Tijdens het coderen is opgevallen dat bepaalde combinaties tussen onderwerpen en emoties vaker voorkwamen. Om die reden is er in het resultatenhoofdstuk aparte aandacht besteed aan de meest opvallende combinaties tussen de onderwerpen en emoties in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. Hierbij moet wel worden vermeld dat de emoties zijn gecodeerd per tekst en niet per zin. Een bepaalde combinatie tussen onderwerp en emotie zegt dus wel iets, maar de emotie geeft het algehele gevoel bij de hele tekst weer. Een compleet overzicht van alle variabelen met uitleg is te vinden in bijlage A.

4.6 Betrouwbaarheid en validiteit

Elk wetenschappelijk onderzoek moet voldoen aan een aantal eisen. De kwaliteit van het onderzoek hangt af van de mate waarin aan die eisen wordt voldaan. De eisen hebben te maken met de reproduceerbaarheid van het onderzoek. Dit wil zeggen of een andere onderzoeker dezelfde conclusies zou kunnen trekken wanneer het onderzoek voor een tweede keer zou worden uitgevoerd. Belangrijke begrippen omtrent de reproduceerbaarheid van het onderzoek zijn de betrouwbaarheid en validiteit. Een onderzoek is betrouwbaar wanneer een andere onderzoeker dezelfde resultaten verkrijgt wanneer het onderzoek opnieuw wordt uitgevoerd. Het heeft dus vooral te maken met de vraag of er overeenstemming over het codeerschema zou zijn tussen verschillende onderzoekers of codeurs (Wester et al., 2006). Analyse van de data is tot stand gekomen op basis van een vast waarnemingsinstrument, wat positief uitwerkt voor de betrouwbaarheid. In dit waarnemingsinstrument zijn alle thema's uitgebreid uitgewerkt en omschreven om zo eventuele verkeerde interpretatie zoveel mogelijk uit te sluiten.

Om de betrouwbaarheid van dit onderzoek nog meer te garanderen is er eerst een proefanalyse uitgevoerd. Op die manier zijn eventuele fouten in het codeerschema en aangepast. Daarnaast is tien procent van de rapteksten gecodeerd door een tweede codeur. Aan de hand van deze gegevens is de inter-codeursbetrouwbaarheidstest uitgevoerd, om zo de mate van betrouwbaarheid van dit onderzoek vast te stellen. Deze test geeft aan of de beoordelingen van codeurs overeenkomen met elkaar.

Om een goed beeld te krijgen van de consensus tussen codeurs is 20 procent van de rapteksten gecodeerd door een tweede codeur. De test is in SPSS uitgevoerd door middel van de maat Kappa. Deze maat kan variëren van 0 tot 1 waarbij 1 zou betekenen dat er een perfecte consensus is tussen beide codeurs. Het resultaat voor dit onderzoek van de maat Kappa is 0,64, wat betekent dat er een voldoende tot goede consensus is tussen beide codeurs. Dit betekent dat dit onderzoek voldoende betrouwbaar is. Binnen een systematisch kwantificerende inhoudsanalyse krijgt de betrouwbaarheid van het onderzoek vaak veel aandacht, toch verdient ook de validiteit van het onderzoek de nodige aandacht.

De validiteit heeft niet zozeer te maken met de overeenstemming over wat gecodeerd gaat worden, maar met de vraag of de operationalisering van de theoretische concepten op de goede manier is verlopen. Het gaat dus om de vraag of enerzijds het goede wordt gecodeerd en anderzijds of er niet een verkeerde interpretatie plaatsvindt (Wester et al., 2006). Om de validiteit binnen dit onderzoek zo veel mogelijk te garanderen, zijn er in het codeerschema een aantal kenmerken opgenomen om zo de thema's onderling goed te kunnen onderscheiden. Op die manier kunnen deze instructies worden gebruikt om eventuele misverstanden te voorkomen. De theoretische concepten binnen dit onderzoek zijn niet direct meetbaar en daarom ook niet direct te operationaliseren. Het onderzoek heeft daarom een explorerend karakter, waarbij gebruik is gemaakt van inductie. Hierdoor kan er ook geen gebruik worden gemaakt van hypotheses. De verschillen die uiteindelijk zijn gevonden in Amerikaanse en Nederlandse rapteksten duiden daarom uiteindelijk op een lokale context, ofwel een bepaalde mate van lokalisering van de Nederlandstalige hiphop. Uiteindelijk is op deze manier gewaarborgd dat door middel van de resultaten de probleemstelling kan worden beantwoord.

5. “Dit is het resultaat, voeg het woord bij de daad”.

Winne – Zegevieren, 2009

In dit hoofdstuk worden de resultaten gepresenteerd die zijn voortgekomen uit de systematisch kwantificeerde inhoudsanalyse. De resultaten, voortgekomen uit de inhoudsanalyse vormen een beeld van de verschillen in thematiek van Nederlandse rap in vergelijking tot Amerikaanse rap. Daarnaast is gekeken naar de mate van diversiteit binnen de rapteksten. De hoofdvraag in dit onderzoek luidt;

Hoe komt lokalisering tot uiting in thematiek van Nederlandse rap in vergelijking tot Amerikaanse rap, en in welke mate is er ruimte voor diversiteit?

Naar aanleiding van deze hoofdvraag zijn er drie deelvragen ben geformuleerd;

1. *Wat zijn de overeenkomsten tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten?*
2. *Wat zijn de verschillen tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten?*
3. *In welke mate is er ruimte voor diversiteit binnen Nederlandse en Amerikaanse rap?*

Aan de hand van deze deelvragen zullen de resultaten van dit onderzoek in dit hoofdstuk worden besproken. Naar aanleiding van de eerste analyses kan worden geconcludeerd dat er een aantal overeenkomsten zijn tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. Echter, er zijn ook duidelijke verschillen tussen beide landen aan te merken op het gebied van thematiek. Als laatste zijn er een aantal resultaten die iets zeggen over de ruimte voor diversiteit binnen de onderzochte rapteksten uit Nederland en de Verenigde Staten.

5.1 Overeenkomsten

In deze paragraaf worden de voornaamste overeenkomsten tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten besproken. De paragraaf is opgedeeld in koppen. Allereerst zal worden gekeken naar de mate waarin rappers uit beide landen zich richten tot een algemeen publiek of een specifiek persoon. Daarna zullen de overeenkomsten op het gebied van de context van de thematiek worden besproken, gevolgd door de overeenkomsten met betrekking tot specifieke onderwerpen en daarna de daaraan verbonden emoties.

Richting rapteksten

Zoals besproken in hoofdstuk 3 kunnen rapteksten gericht zijn aan een algemeen publiek of aan specifieke personen. Dit wil zeggen dat sommige nummers gericht zijn aan een specifieke groep of individu. Meer dan eens heeft de rapper dit nummer dan speciaal aan die persoon geschreven met daarin een boodschap. Andere nummers zijn niet specifiek gericht aan een persoon of groep maar gericht aan een meer algemeen publiek. De eerste overeenkomst tussen teksten uit Nederland en de Verenigde Staten is te zien in de mate waarin rappers uit beide landen hun teksten richten aan bepaalde personen. Met een klein verschil van 6 procent richten Nederlandse rappers zich iets vaker tot een specifiek persoon dan aan een algemeen publiek. Het betreft een percentage van 28 procent. Zo wijdt Fresku op zijn gelijknamige album maar liefst vier nummers aan specifieke personen, waaronder zijn ongeboorte dochter. Fresku heeft het in dit nummer over de liefde die hij al voelt voor haar, maar ook over de moeizame relatie met de moeder van zijn nog ongeboorte kind. Hoewel sommige nummers dus gericht zijn aan een specifiek persoon, is het overgrote deel van de rapnummers uit zowel Nederland als de Verenigde Staten echter gericht tot een algemeen publiek.

Context thematiek

De besproken onderwerpen worden altijd binnen een bepaalde context behandeld. Op die manier krijgen de onderwerpen een bepaalde betekenis mee. Zo kan hetzelfde onderwerp door een verschillende context dus een andere betekenis krijgen. Binnen de context van de thematiek zijn er een aantal overeenkomsten aan te wijzen tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. Rappers uit de onderzochte landen schrijven hun nummers maar weinig in de context van 'maatschappij', 'groep' en 'stad', zoals te zien in tabel 1. Het grootste deel van alle nummers uit zowel Nederland als de Verenigde Staten had als context 'persoon'. De verdeling van de context dan ook 'persoon' komt dus overeen als we kijken naar Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. Echter, binnen deze verdeling is er wel een verschil in percentage, waarop later in dit hoofdstuk op terug zal worden gekomen. Wanneer nummers de context 'persoon' dragen, wil dit zeggen dat rapnummers meestal gaan over het leven van een bepaalde persoon, vaak het leven van de rapper of de rapgroep zelf. Een andere context waarvan het gebruik ook overeenkomt tussen beide landen, is de context 'liefdesrelatie'. Nederlandse teksten hadden in 15 procent van de gevallen als context liefdesperikelen. Amerikaanse rappers rapten nog iets vaker over hun liefdesleven, namelijk in 24 procent van hun nummers. Zo rapt de Amerikaanse rapper Nelly in zijn nummer *Just a dream* over zijn liefdesrelatie die fout loopt.

In het refrein zingt hij over hoe hij het allemaal voor zich zag en het uiteindelijk een droom bleek te zijn:

“I was thinking about her, thinking bout me
Thinkin bout us. What we gunna be?
Open my eyes; it was only just a dream”.

Tabel 1: *Percentage van de context van de thematiek die voorkomt in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten (N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)
Persoon	51	67
Liefdesrelatie	15	24
Maatschappij	4	2
Groep	7	2
Stad	2	2

Onderwerpen

In een rapnummer kunnen verschillende onderwerpen aan bod komen. Wanneer er een vergelijking wordt gemaakt wat betreft de onderwerpen in Amerikaanse en Nederlandse rapnummers zijn er wel degelijk veel overeenkomsten aan te wijzen. Het onderwerp dat veruit het meest voorkomt in beide landen is ‘rap en hiphop’, wat betekent dat veel rappers in hun nummers spreken over hun eigen muziekgenre. Nederlandse rappers verwerken in maar liefst 43 procent van hun teksten een verwijzing naar hun eigen muziekgenre. Zo verwijst Typhoon van de rapformatie Fakkelfbrigade in het nummer *Exclusief* naar de manier waarop hiphop bijdroeg aan het vormen van zijn identiteit: “Relativeer mijn genre al gaf het identiteit. Het wij-zij gevoel is veilig, brengt geborgenheid”. De Amerikaanse rappers verwijzen iets minder naar rap en hiphop, namelijk in bijna 40 procent van de rapteksten, zoals te zien in tabel 2.

Er zijn echter nog meer overeenkomsten tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. Rapteksten uit Nederland en de Verenigde Staten lijken ook op elkaar wat betreft het onderwerp ‘zelfverheerlijking’. Zelfverheerlijking wil zeggen dat rappers uit beiden landen het in hun rapteksten vaak over hun eigen kwaliteiten met een vorm van overdrijving hebben.

Nederlandse rappers doen dit in 31 procent van de gevallen, terwijl Amerikaanse rappers nog meer aan zelfverheerlijking doen met een percentage van 37 procent. Zo stelt de Amerikaanse rapper Jay-Z: “I don't run rap no more; I run the map”, waarmee hij, met veel zelfverzekerdheid claimt, dat zijn invloed als rapper allang niet meer over alleen de rapwereld uitstrijkt, maar dat zijn invloed veel verder reikt. Het roemen van de rapper zelf of zijn kwaliteiten blijkt dus een belangrijk onderwerp te zijn voor rappers, zoals ook te zien is in tabel 2.

Het volgende onderwerp komt iets minder voor in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten dan de vorige twee onderwerpen, maar wordt toch nog in ruim 20 procent van zowel Nederlandse als Amerikaanse rapteksten aan de kaak wordt gesteld. Het betreft het onderwerp ‘competitie’. Rappers blijken zich vaak te vergelijken met andere beoefenaars van dit genre, wat vaak gepaard gaat met zelfverheerlijking. In een groot deel van de teksten is dan ook een bepaalde vorm van rivaliteit terug te lezen, waarbij rappers met woorden de confrontatie aangaan met andere rappers. Dit resulteert in veel competitie binnen de rapwereld, die zij ook uiten in hun nummers. De onderwerpen ‘rap & hiphop’, ‘zelfverheerlijking’ en ‘competitie’ gaan daarom vaak gepaard met elkaar. Dit is ook te zien in het citaat van Jay-Z uit het nummer *What we talking about*:

“I'm talkin' bout music, I ain't talkin' bout rap.
You talkin' bout who's hot, I ain't talkin' bout that.
The conversation is changed; Let's rap about that.
I don't run rap no more; I run the map”.

In dit citaat verwijst ‘you’, naar de andere rappers, die het volgens hem alleen over populariteit van rap hebben. Volgens Jay-Z is hij allang niet meer bezig met de vraag wie op dat moment populair is, maar meer over de vraag wie de beste muziek maakt. Hieruit valt dus een bepaalde mate van competitie binnen het muziekgenre op te merken. Tegelijkertijd rapt Jay-Z over zijn kwaliteit en zijn invloed als rapper, met een vorm van zelfverheerlijking. Het onderwerp competitie komt, zoals te zien in tabel 2, iets vaker voor in Amerikaanse dan in Nederlandse rapteksten, respectievelijk in 27 en 23 procent van de rapteksten.

Overeenkomsten tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten zijn er ook bij het onderwerp; ‘carrière’. Nederlandse rappers verwijzen in 17 procent van de rapteksten naar hun eigen carrière. Amerikaanse rappers doen dit iets minder, in maar 14 procent van de gevallen. Beide percentages zijn afgebeeld in tabel 2. Het lijkt er dus op dat Nederlandse rappers meer de behoefte hebben om hun eigen carrière aan te halen.

Dit zou te maken kunnen hebben met het feit dat veel Nederlandse rappers veel minder erkenning krijgen in de nationale muziekmarkt en het niet tot de top 40 halen. Amerikaanse rappers krijgen deze erkenning veel meer en worden gezien als wereldsterren, waardoor zij misschien iets minder de drang hebben om zich te bewijzen tegenover anderen.

Nederlandse en Amerikaanse rapteksten komen ook overeen als het gaat om het onderwerp 'relatie'. Een kwart van de rapnummers uit Nederland en de Verenigde Staten heeft als onderwerp 'relatie'. Een op de vier nummers gaat dus over de relatie met een liefdespartner en gebeurtenissen daaromheen. Dit is niet verwonderlijk, ook binnen andere genres is de liefde een van de meest besproken onderwerpen in liedteksten. Het is dan ook logisch dat rappers dit ook doen, omdat het een onderwerp is wat universeel is en wat iedereen aanspreekt. Rappers uit de Verenigde Staten rappen iets meer over de liefde dan Nederlandse rappers; in 29 procent van hun nummers rappen zij over hun liefdesleven. Nederlandse rappers doen dit in 25 procent van hun rapteksten. In tabel 2 is deze verdeling weergegeven. Het album van de Amerikaanse rapper Kanye West *808's & Heartbreaks* wordt voor een groot deel gewijd aan de liefdesperikelen van de rapper. In zijn meest donkere momenten van liefdesverdriet rapt hij in het nummer *Coldest winter: "Goodbye my friend, will I ever love again"*, waarin het verdriet over zijn verbroken relatie naar voren komt.

De voorgaande onderwerpen hadden allemaal vrij hoge percentages. Toch zijn er nog twee onderwerpen waarvan de percentages lager zijn, maar waar wel overeenkomsten waren te zien tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. Het betreft de onderwerpen 'persoonlijke problemen' en 'criminaliteit'. Deze onderwerpen kwamen in beide landen minder voor en de percentages lagen hierbij tussen de 8 en 13 procent voor beide landen.

Tabel 2: *Percentage van onderwerpen die voorkomen in*

Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)
Rap & hiphop	43	39
Zelfverheerlijking	31	37
Competitie	23	27
Carrière	17	14
Relaties	25	29
Persoonlijke problemen	13	13
Criminaliteit	8	9

Emoties

Een emotie kan een nummer in een heel ander daglicht zetten en is dus voor een deel bepalend voor de toon van het nummer. Emoties zijn echter voor een groot deel universeel en het is dan ook niet verrassend dat Nederlandse en Amerikaanse rapteksten overeenkomsten vertonen wat betreft emoties. De twee meest voorkomende emoties in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten zijn 'trots' en 'zelfvertrouwen'. Hoewel de twee emoties dicht bij elkaar liggen, is er toch een verschil aan te wijzen tussen beiden; waar zelfvertrouwen meer over het geloof in jezelf gaat, heeft trots meer te maken met het pochen over je eigen kunnen. Trots zou daarom ook meer als een soort van arrogantie kunnen worden gezien. Gezien het feit dat onderwerpen als zelfverheerlijking, competitie en carrière in zowel Nederlandse als Amerikaanse rapteksten vaak voorkomen, is het niet verwonderlijk dat de emoties 'trots' en 'zelfvertrouwen' ook vaak voorkwamen. Immers, wanneer men zichzelf verheerlijkt, gaat dit altijd gepaard met een bepaalde mate van zelfvertrouwen of trots. De Nederlandse rappers geven hun nummers in 32 procent van de gevallen de emotie trots mee. Amerikaanse rappers doen dit nog iets vaker, namelijk in 40 procent van de gevallen. De emotie zelfvertrouwen kwam iets minder vaak voor, ruim 29 procent in Nederland en in de Verenigde Staten in 26 procent van de rapteksten. In tabel 3 is de verdeling van de emoties 'trots' en 'zelfvertrouwen' weergegeven.

Ook binnen de emotie 'angst' is er een overeenkomst tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. In 14 procent van zowel Nederlandse als Amerikaanse rapteksten kwam er een bepaalde angst over een onderwerp naar voren. In het nummer *Leef to the fullest* bijvoorbeeld, uit rapper Big2 zijn angst over de dood. Door ervaringen met de dood is hij van mening is dat hij alles uit het leven moet halen wat er in zit. Hij rapt:

“De dood maakt ons allemaal gelijk,
en dat is onvermijdelijk.
Het hele leven is geleend en oh zo tijdelijk.
Maar tegelijkertijd ook zo verleidelijk.
Als ik aan het einde ben dan denk ik eindelijk;
de rit was een fijn en helemaal de mijne”.

Er zijn echter nog meer overeenkomsten tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten, maar bij die emoties zijn de percentages wel veel minder hoog. De emoties 'boosheid', 'verliefdheid' en 'wanhoop' komen in de teksten uit beide landen tot op dezelfde hoogte voor. De percentages van deze emoties ligt bij allen tussen de 9 en 4 procent voor beide landen en zijn afgebeeld in tabel 3.

Een voorbeeld van een nummer waarin een hoop boosheid naar voren komt, is het nummer *My mom* van de enige blanke Amerikaanse rapper in dit onderzoek, Eminem. In dit nummer uit hij zijn boosheid over de slechte gewoontes van zijn moeder in zijn jeugd. Volgens hem is zij de reden dat hij een lange tijd verslaafd is geweest aan pijnstillers. Het nummer gaat gepaard met veel agressie en scheldwoorden, waardoor het duidelijk wordt dat de rapper veel woede in zich heeft als het gaat om zijn moeder.

Tabel 3: *Percentage van emoties die voorkomen in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)
Trots	32	40
Zelfvertrouwen	29	26
Angst	12	9
Boosheid	7	4
Verliefdheid	6	7
Wanhoop	7	9

Onderwerpen & emoties

Tijdens het coderen viel op dat sommige combinaties tussen onderwerpen en emoties vaker voorkwamen dan anderen. Daarom is er ook specifiek gekeken naar welke opvallende en interessante combinaties er zijn tussen de onderwerpen en emoties in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. Vooral de onderwerpen ‘zelfverheerlijking’, ‘rap & hiphop’, ‘carrière’ en ‘competitie’, gaan in de rapteksten vaak gepaard met een vorm van trots. De percentages voor de combinaties tussen genoemde onderwerpen en de emotie ‘trots’ liggen allemaal boven de 60 procent (NL: P = ***/ VS: P = ***). In het volgende tekstfragment van de Nederlandse rapgroep Zwart Licht uit het nummer *Fairplay*, is goed te merken dat zijn tekst bepaalde trots over zijn eigen kunnen bevat. Het betreft daarom een vorm van zelfverheerlijking.

“Want elke stap die ik neem is touchdown.

Je hoort me, je ziet me, je voelt me, in de rebound.

Dit gaat erin als een lay-up, anders pak ik de rebound, ja.

Laatste man, breek je schenen, haal je beschermers.

Ik prik zo door je torso als bij schermen”.

Als we kijken naar de emotie 'boosheid', dan komt deze emotie in zowel Nederlandse als Amerikaanse rapteksten vooral in combinatie met het onderwerp 'persoonlijke problemen' voor. Nederlandse rappers zijn in 43 procent van hun teksten boos over hun persoonlijke problemen ($P = ***$). Amerikaanse rappers zijn dit in 50 procent van hun teksten ($P = ***$).

Het mag geen toeval zijn dat het onderwerp 'relaties' in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten vaak wordt besproken in combinatie met de emotie 'verliefdheid'. Deze combinatie komt in beide landen in zo'n 23 procent van de rapteksten voor (NL: $P = ***$ /VS: $P = ***$). Daarnaast hebben Amerikaanse en Nederlandse rappers ook veel zelfvertrouwen als het gaat om hun relaties. In Nederlandse rapteksten komt de combinatie tussen 'relatie' en 'zelfvertrouwen' in 27 procent van de gevallen voor ($P = ns$). In Amerikaanse rapteksten komt dit iets minder voor, namelijk in 20 procent van de rapteksten ($P = ns$).

Hoewel de vorige combinaties tussen onderwerpen en emoties vooral overeenkomen tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten, zijn er echter ook verschillen aan te wijzen tussen beide landen als het gaat om combinaties tussen onderwerpen en emoties. Een groot verschil in de emoties en bijbehorende onderwerpen is te zien in de manier waarop in rapteksten uit beide landen het onderwerp 'criminaliteit' wordt benaderd. In Nederlandse teksten komt criminaliteit vaak voor met de emotie 'boosheid'; in 6 procent van de gevallen is dit het geval ($P = ***$). In Amerikaanse rapteksten komt de combinatie tussen 'criminaliteit' en 'boosheid' niet voor. Amerikaanse rappers criminaliteit benaderen echter juist met een gevoel van trots. Dit is in 56 procent van de teksten het geval ($P = ns$). In Nederlandse rapteksten komt de combinatie tussen 'trots' en 'criminaliteit' niet voor.

Conclusie

Als er wordt gekeken naar de overeenkomsten dan kan er worden geconcludeerd dat er binnen de context van de thematiek in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten een aantal opvallende percentages zijn aan te wijzen. De meest voorkomende context waarin de onderwerpen in rapteksten worden geschreven is voor beide landen 'persoon'.

Gekeken naar de onderwerpen zijn er een aantal overeenkomsten tussen de rapteksten van Nederlandse en Amerikaanse rappers. De meest voorkomende onderwerpen in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten zijn de onderwerpen 'rap & hiphop', 'zelfverheerlijking', 'competitie', 'carrière' en 'relaties'. Kleinere, maar toch aanwezige overeenkomsten zijn er bij 'persoonlijke problemen' en 'criminaliteit'. Beide landen hebben overeenkomstige aandacht voor deze onderwerpen.

De emoties 'trots' en 'zelfvertrouwen' komen in zowel Nederlandse als Amerikaanse rapteksten veruit het meeste voor. Andere overeenkomsten als er wordt gekeken naar de emoties zijn er bij de emoties 'angst', 'boosheid', 'verliefdheid' en 'wanhoop'.

Ook als de onderwerpen worden gekoppeld aan emoties, zijn er aantal overeenkomsten tussen de onderzochte landen. De onderwerpen 'carrière', 'competitie', 'zelfverheerlijking' en 'rap & hiphop' worden in beide landen het meest benaderd met een gevoel van trots. Ook hier is een grote overeenkomst te zien. De benadering van het onderwerp 'persoonlijke problemen' komt ook overeen. In de rapteksten van beide landen wordt dit onderwerp het vaakst benaderd met een gevoel van boosheid. Daarnaast is er een overeenkomst tussen de benadering van het onderwerp 'relaties' en de emoties 'verliefdheid' en 'zelfvertrouwen'. Er is echter een verschil in benadering te zien van het onderwerp 'criminaliteit'. Terwijl in Amerikaanse rapteksten dit onderwerp vaker gepaard gaat met een gevoel van trots, komt criminaliteit als onderwerp in Nederlandse rapteksten juist vaker voor met een bepaalde mate van boosheid.

5.2 Verschillen

In de vorige paragraaf is duidelijk geworden dat Amerikaanse en Nederlandse rapteksten in een bepaalde mate op elkaar lijken voor wat betreft thematiek. Hoewel dit er een aantal zijn, zijn er echter veel meer verschillen te zien tussen beide landen. In de volgende twee subparagrafen zullen deze verschillen per land worden weergegeven. De verschillen tussen Nederland en de Verenigde Staten zijn over het algemeen significant. De resultaten zijn dus te generaliseren over de gehele populatie Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de periode van 2008 tot en met 2010. Allereerst zal worden getoond en besproken welke thema's vaker voorkomen in Amerikaanse rapteksten. In de daarop volgende subparagraaf zullen de meest voorkomende thema's in Nederlandse rapteksten worden getoond en besproken.

5.2.1 De Verenigde Staten

Nederland en de Verenigde Staten vertonen qua thematiek een aantal overeenkomsten, maar tonen nog veel meer verschillen als er wordt gekeken naar de thematiek van rapteksten. Allereerst is er een verschil als we kijken naar de context van de thematiek in Amerikaanse rapteksten.

Context thematiek

Het eerste grote verschil in de thematiek is te zien als wordt gekeken naar de context waarin Amerikaanse rappers hun nummers schrijven. Hoewel bij de overeenkomsten al was te zien dat zowel Amerikaanse als Nederlandse rappers de context 'persoon' veruit het vaakst gebruiken, is er wel degelijk een verschil in percentage te zien tussen beide landen. Amerikaanse rappers blijken veel vaker dan hun Nederlandse collega's nummers te schrijven die hun eigen leven of in enkele gevallen het leven van een ander beschrijven. De context 'persoon' kwam in de Amerikaanse rapteksten in 67 procent van de rapteksten voor. In Nederlandse teksten werd deze context maar in iets meer dan de helft van de gevallen aangetroffen. Meer dan tweederde van de Amerikaanse nummers ging dus over een beschrijving van elementen uit het leven van een persoon, in veel gevallen het leven van de rapper zelf. Zo gaan veel van Snoop Dogg zijn nummers over zijn eigen leven als beroemdheid en de bijbehorende feestjes en aandacht van vrouwen. De verdeling van de context 'persoon' is te zien in tabel 4 hieronder.

Tabel 4: *Percentage van de context van de thematiek die voorkomt in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)	χ^2
Persoon	51	67	*

*p <.05; **p<.01; ***p < .001; ns: niet significant (two-tailed chi-square tests).

Onderwerpen

De resultaten met betrekking tot de onderwerpen zijn treffend; er blijkt een groot verschil te zijn wat betreft de thematiek van rapteksten uit beide landen. Een aanzienlijk deel van de Amerikaanse teksten heeft als onderwerp 'materiële bezittingen'. Amerikaanse rappers blijken maar liefst in 33 procent van hun nummers te rappen over hun bezittingen. Dit onderwerp is voor de Amerikanen dan ook het meest besproken onderwerp in hun nummers. Nederlandse rappers doen dit namelijk maar in 8 procent van hun rapteksten. De percentages zijn weergegeven in tabel 5. De Amerikaanse rappers Nelly en Snoop Dogg wijden allebei een nummer van hun album aan geld. De nummers *1000 Stacks* en *Staxx In My Jeans* gaan over de grote hoeveelheden geld die zij bezitten. Het woord *Stack* in de Engelse taal is straattaal voor duizend dollar. Snoop Dogg rapt bijvoorbeeld:

“I make more cheese than your old man and he went to Yale.
Shit I went to jail, you can go to hell,
You got some shit to tell, I got some shit to sell”.

In dit stuk vergelijkt hij zichzelf met iemand die naar de universiteit van Yale is geweest. Ondanks dat hij niet gestudeerd heeft en zelfs in de gevangenis heeft gezeten, heeft hij nog steeds meer geld te spenderen dan die hoogopgeleide persoon. In dit licht gaat het nummer dus ook over een bepaalde drang om zichzelf te bewijzen, dat iemand die niets had toch succesvol kan worden.

Een ander onderwerp waar ook relatief veel over wordt gerapt in Amerikaanse nummers is ‘seks’. Zoals te zien in tabel 5, wordt het onderwerp seks in 16 procent van de Amerikaanse nummers in meer of minder expliciete taal besproken. In Nederlandse teksten komt dit onderwerp maar in 3 procent van de nummers naar voren. In het nummer *Making movies* beschrijft Nelly zeer expliciet de manier waarop hij het bed deelt met een vrouw.

Het onderwerp ‘feest’ komt ook vaker voor in rapteksten van Amerikaanse rappers. Amerikaanse rappers beschrijven vaker dan Nederlandse rappers de feestjes die zij bezoeken. In tabel 5 is te zien dat Amerikaanse rappers in 13 procent van hun teksten het onderwerp ‘feest’ aansnijden. Nederlandse rappers gebruiken dit onderwerp de helft minder. De resultaten zijn echter niet statistisch significant. Het nummer *Crack a bottle* van Eminem is geheel gewijd aan het beschrijven van een goed feest, waarin er vrouwen, drank en geld in overvloed zijn. Zo wordt er gerapt: “It's bottle after bottle. The money ain't a thing when you party with me”. Tijdens feesten van Eminem ontbreekt het hem volgens de rapper zelf aan niets en speelt geld geen rol.

Volgens veel Amerikaanse rappers is een feest is geen goed feest als er niet drank en vaak ook drugs in overvloed aanwezig is. Zo blijkt uit de rapteksten van Amerikaanse rappers. Het ligt dan ook in de lijn der verwachting dat het onderwerp ‘drank en drugs’ in 24 procent van de rapteksten naar voren komt, zoals te zien tabel 5. Vaak verwijzen Amerikaanse rappers naar de dure flessen drank die zij drinken, de softdrugs die wordt genuttigd en de effecten die beide genotsmiddelen op hun gemoedstoestand hebben. Soms werd er verwezen naar drank of drugs in het algemeen, vaak werd er verwezen naar een bepaald merk of type. In teksten van Nelly en T.I. werd bijvoorbeeld meerdere malen het tequilamerk Patron genoemd. Ook Snoop Dogg verwijst naar een speciaal type drank. Meerdere malen rapt hij over een speciaal soort rum van het merk Bacardi, waarbij het alcoholpercentage veel hoger is dan bij normale Bacardi.

De onderwerpen ‘feest’ en ‘drank en drugs’ komen in Amerikaanse rapteksten vaak in combinatie met het onderwerp ‘vrouw als lustobject’ voor. Amerikaanse rappers hebben het veel vaker over de vrouw als een lustobject dan Nederlandse rappers. Zij verwijzen in 33 procent van hun nummers naar dit onderwerp.

Hun Nederlandse collega's doen dit maar in 8 procent van hun nummers. Beide percentages staan afgebeeld in tabel 5. Het nummer *Porn Star* van T.I gaat over een meisje dat hij ontmoet in een club en die hij wel ziet zitten voor een avond. Hij fantaseert in het nummer wat hij met haar wil doen. Dan rapt hij:

“Oh girl, I wonder,
it's the end of the night.
I thinkin' you might wanna leave the bar,
park the car, turn into porn star”.

Ook het volgende onderwerp sluit aan bij de onderwerpen die in Amerikaanse rapteksten vaak worden aangesneden, hoewel het geen significant verschil is. Het onderwerp 'beroemd zijn' komt in 23 procent van de Amerikaanse teksten aan bod, in Nederlandse teksten is dit in 13 procent van de teksten. Amerikaanse rappers blijken graag te verwijzen naar hun status als beroemdheid en de voordelen die deze status allemaal met zich meebrengen. Waar het onderwerp 'carrière' meer verwijst naar de muzikale carrière van een artiest, dus het uitbrengen van een cd of het geven van optredens, verwijst 'beroemd zijn' echt naar de bijkomende gebeurtenissen die het leven van een rapper met zich meebrengen, zoals de aandacht van vrouwen en hun financiële en materiële bezittingen. Amerikaanse rappers blijken veel meer de behoefte te hebben om hier naar te verwijzen. Hierbij moet wel worden vermeld dat de Amerikaanse rappers allemaal in getto's zijn opgegroeid en vaak arm waren. Ze hebben hard moeten werken op zover te komen als ze nu zijn. Hierdoor zou het kunnen zijn dat zij meer de behoefte hebben om te rappen over hun bezittingen, juist omdat ze vroeger niks hadden. Op uitzondering van Nelly, verwijzen alle andere Amerikaanse rappers naar hun roem. Het lijkt erop dat Amerikaanse rappers met alle voorgaande onderwerpen een bepaalde levensstijl willen beschrijven; hun eigen status als wereldster met de bijbehorende levensstijl waarin deze beroemdheden alles bezitten wat hun hart begeert, waarin gefeest wordt en er overvloed aan verdovende middelen en vrouwen zijn. De verdeling van dit onderwerp valt af te lezen in tabel 5.

Het laatste onderwerp heeft niet direct iets te maken met de levensstijl van de rappers, maar veel meer met de het verleden van veel de Amerikaanse rappers. Het onderwerp 'geweld' blijkt een veel besproken onderwerp onder Amerikaanse rappers. In 20 procent van de Amerikaanse rapteksten wordt er gerapt over geweld, zoals te zien in tabel 5. In Nederlandse teksten is dit maar in 7 procent het geval. Amerikaanse rapper gebruiken het geweld veel vaker op een andere manier, de wat 'ruwere' vorm van geweld. Hoewel zij ook schrijven over het ondergane huiselijk geweld en misbruik door familieleden.

Toch is het aannemelijk dat de situatie van minderheidsgroepen in de armere wijken van de Verenigde Staten, waartoe veel Amerikaanse rappers behoren, beduidend slechter is dan die van Nederlandse rappers en Nederlandse minderheidsgroepen in het algemeen. Het kan dus zo zijn dat Amerikaanse rappers daarom ook veel meer rappen over het geweld. Toch is er met deze aanname in het achterhoofd wel degelijk een verschil met Nederlandse rappers als gekeken wordt naar de vormen van geweld waarover gerapt wordt. Nederlandse rappers hebben het in hun rapteksten veel meer over hun verleden waarin zij huiselijk geweld meemaakten. Andere keren beschrijven zij zinloos geweld, waarbij ook gelijk de boodschap wordt overgebracht dat men anders moet handelen. Amerikaanse rappers zijn veel gewelddadiger en agressiever en hun nummers bevatten minder vaak een boodschap of een moment van bezinning.

Vooraf Eminem beschrijft in veel van zijn nummers de traumatische ervaringen die hij heeft met het misbruik en huiselijk geweld in zijn jeugd. Toch heeft diezelfde rapper het in sommige nummer ook expliciet over het gebruik van geweld en zelfs het vermoorden van een persoon. In het nummer *Stay wide awake* heeft hij het over: "Fuck, I do just what I do when I cut right through your scalp", waarbij hij dus in detail treedt over de manier waarop hij iemand geweld aandoet. Eminem is van alle Amerikaanse rappers degene die het vaakst schrijft over geweld, in welke vorm dan ook.

Tabel 5: *Percentage van onderwerpen die voorkomen in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)	X²
Materiële bezittingen	8	33	***
Seks	3	16	***
Feest	7	13	ns
Drank en drugs	6	24	***
Vrouw als lustobject	6	17	**
Beroemd zijn	13	23	ns
Geweld	7	20	*

*p <.05; **p<.01; ***p < .001; ns: niet significant (two-tailed chi-square tests).

Emoties

als er wordt gekeken naar de verschillen in emoties tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten, dan zijn er niet veel emoties die veel meer voorkomen in Amerikaanse rapteksten dan in de Nederlandse teksten. Dit betekent Nederlandse en Amerikaanse rapteksten wat betreft emotie veel meer overeenkomsten dan verschillen laten zien. Er zijn echter twee emoties die wel degelijk enige verschillen in percentages vertonen. Allereerst is dit de emotie die al eerder behandeld is in de paragraaf met overeenkomsten. De emotie 'trots' komt in beide landen vaak voor, maar Amerikaanse rappers blijken toch 8 procent vaker hun trots te tonen dan hun Nederlandse beroepsgenoten.

Een andere emotie die vaker voorkomt bij Amerikaanse rappers is de emotie 'agressie'. Dit is geen verrassing gezien het feit dat het onderwerp 'geweld' ook veel vaker voorkomt in Amerikaanse rapteksten. Waar Nederlandse rappers op hun nummers maar in 5 procent van hun nummers agressie tonen, is dit voor hun Amerikaanse collega's in 12 procent van hun teksten het geval. De bijbehorende tabel is hieronder te zien.

Tabel 6: *Percentage van emoties die voorkomen in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)	X²
Trots	32	40	ns
Agressie	5	12	*

*p <.05; **p<.01; ***p <.001; ns: niet significant (two-tailed chi-square tests).

Onderwerpen & emoties

Als er wordt gekeken naar welke combinaties tussen emoties en onderwerpen vaak voorkomen in Amerikaanse rapteksten dan in Nederlandse rapteksten, dan blijkt dat Amerikaanse rappers hun trots het vaakst te tonen in combinatie met het onderwerp 'materiële bezittingen' in 60 procent van hun rapteksten is dit het geval (P=**). Blijkbaar zijn zij trots op het feit dat ze de middelen hebben om al deze bezittingen te kopen. Naast het feit dat ze trots zijn op hun bezittingen, zijn zij ook trots op hun status als beroemdheid. De combinatie tussen 'beroemd zijn' en 'trots' kwam in 54 procent van de teksten naar voren (P=ns). Als laatste tonen Amerikaanse rappers ook een nogal dubieus onderwerp om trots op te zijn, namelijk 'vrouw als lustobject'.

De combinatie tussen dit onderwerp en het tonen van trots kwam in 50 procent van de teksten naar voren (P=ns).

Een andere emotie die in Amerikaanse rapteksten vaak voorkomt is de emotie 'agressie'. Wanneer er vergelijking wordt getrokken tot de meest voorkomende onderwerpen, dan valt als eerste op dat de combinatie tussen 'geweld' en 'agressie' in maar liefst 43 procent van de rapteksten door Amerikaanse rappers voorkomt (P=***). Ter vergelijking; in Nederlandse rapteksten komt deze combinatie maar in 14 procent van de teksten voor (P=ns). Amerikaanse rappers blijken dus vooral agressiviteit te tonen wanneer ze rappen over geweld. Een andere combinatie met de emotie 'agressie' die ook vaker voorkomt is met het onderwerp 'drank- en/of drugsgebruik'. Amerikaanse rappers toonden in 26 procent van de gevallen een agressieve houding in combinatie met drank- en/of drugsgebruik.

Taalgebruik

Vanwege de grote verschillen met betrekking tot de onderwerpen en emoties van Amerikaanse rapteksten in vergelijking tot Nederlandse rapteksten, is er uiteindelijk ook besloten om de teksten te analyseren op taalgebruik. Aan de hand bepaalde onderwerpen, die vaak voorkwamen in rapteksten uit beide landen, kon namelijk worden verwacht dat bepaald taalgebruik, zoals seksueel getinte uitspraken of scheldwoorden, vaker zouden voorkomen. Elementen binnen taalgebruik werden voor beide landen geanalyseerd op drie verschillende onderwerpen. Zo werd er gekeken of er lichaamsdelen werden genoemd in de teksten, of er werd verwezen naar seksuele handelingen en of er scheldwoorden werden gebruikt. Opvallend is dat Amerikaanse rappers op alle drie de taalvariabelen het hoogst scoren. Als we kijken in hoeveel procent van de rapteksten verwezen wordt naar lichaamsdelen, dan is het verschil tussen Nederland en de Verenigde Staten groot. Nederlandse rappers doen dit maar in 7 procent van hun teksten, terwijl Amerikaanse rappers in bijna 20 procent van hun teksten verwijzen naar lichaamsdelen. De verdeling is te zien in tabel 7. Hieruit blijkt dat het taalgebruik van Amerikaanse rappers veel explicieter is dan het taalgebruik van Nederlandse rappers.

Amerikaanse rappers bespreken ook regelmatig seksuele handelingen. Amerikaanse teksten bevatten in ruim 20 procent van de teksten een verwijzing naar of een bespreking van seksuele handelingen. Hun Nederlandse collega's doen dit maar in 8 procent van hun teksten. De enige blanke rapper, Eminem bespreekt in ruim 40 procent van zijn teksten een seksuele handeling. De verdeling naar het bespreken van seksuele handelingen is te zien in tabel 7. De rapteksten van Amerikaanse rappers zijn dan ook meer seksueel getinte uitspraken dan de teksten van Nederlandse rappers.

Als laatste is gekeken naar het gebruik van scheldwoorden. Natuurlijk worden scheldwoorden soms gebruikt om een uitspraak kracht bij te zetten. Hier is dan ook rekening mee gehouden tijdens het coderen. Toch valt op dat in sommige teksten elke uitspraak wordt vergezeld door scheldwoorden. Kijkend naar het gebruik van scheldwoorden, blijkt dat Amerikaanse rappers dit veel vaker doen dan de Nederlandse, in bijna 50 procent van hun teksten wordt wel een scheldwoord gebruikt. Nederlandse rappers gebruiken echter aanzienlijk vaak scheldwoorden. Het percentage betreft hier 31 procent, zoals te zien in tabel 7. Er waren duidelijke verschillen af te lezen in de Amerikaanse rappers onderling. Eminem presteert het om in bijna 90 procent van zijn nummers scheldwoorden te gebruiken. In sommige passages van rapteksten van deze rapper komt in elke zin wel een scheldwoord voor. Het lijkt dan ook dat het gebruik van scheldwoorden hier niet meer wordt gebruikt om een uitspraak kracht bij te zetten, maar meer om zoveel mogelijk scheldwoorden te gebruiken. Ook Snoop Dogg en Nelly gebruiken in meer dan de helft van hun teksten scheldwoorden. Er was geen Amerikaanse rapper die helemaal geen scheldwoorden gebruikt, het laagste percentage komt van Kanye West, die in 17 procent van zijn nummers een of meerdere scheldwoorden gebruikt.

Tabel 7: *Percentage van taalgebruik dat voorkomt in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren van 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)	χ^2
Het noemen van lichaamsdelen	7	19	**
Het bespreken van seksuele handelingen	8	22	**
Het gebruik van scheldwoorden	31	49	**

*p <.05; **p<.01; ***p < .001; ns: niet significant (two-tailed chi-square tests).

Conclusie

De thematiek van Amerikaanse rapteksten verschilt nogal in vergelijking tot Nederlandse rapteksten. Kijkend naar de context van thematiek kan worden geconcludeerd dat het overgrote deel van de Amerikaanse rapteksten in de context van de eigen persoon wordt gerapt. Deze bevinding sluit aan bij de meest voorkomende onderwerpen die zijn gevonden bij Amerikaanse rapteksten. Ze beschrijven in hun nummers vaak hun eigen leven. De verschillen met betrekking tot de onderwerpen tussen Amerikaanse en Nederlandse rapteksten laten vooral zien dat Amerikaanse rappers in hun teksten vaak een bepaalde levensstijl beschrijven.

Binnen deze levensstijl gaat het vooral om de onderwerpen 'materiële bezittingen', 'seks', 'feest', 'drank- en/of drugsgebruik', 'vrouw als lustobject' en 'beroemd zijn'. Het is vooral de minder serieuze kant van het leven die veelvuldig in Amerikaanse rapteksten aan bod komt. Daarnaast is er nog een ander onderwerp wat vaak werd aangesneden in de teksten van Amerikaanse rappers; namelijk het onderwerp 'geweld'. Binnen dit onderwerp werd er een aantal keer verwezen naar grof geweld, waarbij verwezen wordt naar wapengebruik, vechten en soms zelfs moord of mishandeling. Andere keren ging het om jeugdtrauma's van meegemaakt huiselijk geweld en misbruik.

Hoewel de emotie 'trots' ook in Nederlandse teksten veel voorkomt, komt deze bij Amerikaanse teksten procentueel gezien nog veel meer voor. Amerikaanse rappers toonden hun trots het meest in combinatie met 'materiële bezittingen', 'beroemd zijn' en 'vrouw als lustobject'. Het lijkt er dus op dat Amerikaanse rappers graag koketteren met wat hun sterrenstatus hun brengt in het leven en wat ze allemaal hebben bereikt. Een andere emotie die vaak voorkwam in de teksten van Amerikaanse rappers was de emotie 'agressie'. Vanwege het feit dat 'geweld' ook vaker voorkomt, is het niet opvallend dat de combinatie tussen deze twee zich ook vaker voordoet. Daarnaast kwam een agressie gemoedstoestand ook vaker voor met de onderwerpen 'drank- en/of drugsgebruik' en 'vrouw als lustobject'.

Gezien de onderwerpen die naar voren kwam bij Amerikaanse rapteksten, is er tevens gekeken naar het taalgebruik in rapteksten van beide landen. Binnen het taalgebruik werd gekeken naar het noemen van lichaamsdelen, of er werd verwezen naar seksuele handelingen en of er gebruik werd gemaakt van scheldwoorden. Bij alle onderwerpen op het gebied van taal blijken Amerikaanse rappers deze veel meer te gebruiken dan Nederlandse rappers. Amerikaanse rappers zijn dan ook veel explicieter in hun taalgebruik.

5.2.2 Nederland

Binnen Nederlandse rapteksten is er ook thematische verschillen aan te wijzen die in Nederlandse teksten veel vaker voorkomen dan in Amerikaanse rapteksten. In deze subparagraaf zullen de meest opvallende resultaten met betrekking tot deze thematiek worden besproken.

Context thematiek

als eerste is gekeken naar de context van de thematiek. Binnen de context van het nummer zijn er weinig resultaten aan te geven waarbij het verschil tussen Nederland en de Verenigde Staten heel groot is. Het enige opvallende resultaat is dat nummers van Nederlandse rappers iets vaker binnen de context 'Familie & Vriendschap' vallen; in 8 procent van de rapteksten is dit het geval.

In tabel 8 is deze verdeling te zien. Nederlandse rappers schrijven dus vaker dan Amerikaanse rappers nummers met betrekking tot relaties met familie en vriendschap. Een Nederlandse rapper die meerdere nummers schreef in deze context, is Big2, die beter bekend is als de ene helft van het rapduo The Opposites. Het nummer *Brief aan jou*, een duet met Trijntje Oosterhuis, is gewijd aan zijn overleden vader. In het nummer rapt hij over alle dingen die hij zijn vader nog had willen vertellen:

“Ik heb mijn hele eigen shit vanuit het niets gebouwd.
Zoveel dingen die ik jou nog wil vertellen;
in mijn brief aan jou”.

Tabel 8: *Percentage van de context van de thematiek die voorkomt in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)	X ²
Familie & vriendschap	8	1	*

*p <.05; **p<.01; ***p <.001; ns: niet significant (two-tailed chi-square tests).

Onderwerpen

Wanneer er gekeken wordt naar de onderwerpen in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten, dan zijn er ook verschillen aan te wijzen. Een groot verschil met Amerikaanse rappers is dat Nederlandse rappers in hun teksten veel vaker verwijzen naar hun jeugd en/of gezin. Dit kan zowel één of allebei de ouders betreffen, maar het kan ook verwijzen naar hun eigen kinderen. In enkele gevallen wordt het levensverhaal van een denkbeeldig persoon beschreven. In ruim 20 procent van de gevallen komen bij Nederlandse rappers elementen uit hun jeugd of gezin terug in hun teksten, zoals is te zien in tabel 9. Zo wijdde Rapper Dio een heel nummer aan de afwezigheid van zijn vader en hoe dat zijn jeugd en verdere leven beïnvloedde.

Een ander onderwerp dat vaak aan bod komt bij Nederlandse rappers is het onderwerp ‘maatschappelijke problemen’. Nederlandse rappers hebben het in 15 procent van hun raps over problemen die zich in de maatschappij voordoen of hebben voorgedaan, zoals is weergegeven in tabel 9. Het lijkt erop dat Nederlandse rappers zich veel meer bewust zijn van de maatschappij waarin zij leven en met hun muziek een steentje willen bijdragen aan het verbeteren van die maatschappij. De Nederlandse rapper Fresku spant hierbij de kroon; hij snijdt maar liefst 7 keer een maatschappelijk probleem aan op zijn cd.

De nummers gaan over uiteenlopende onderwerpen, zoals de problemen rond loverboys, drugsmokkel en het slechte imago van Antillianen. Ook Akwasi van de rapformatie Zwart Licht snijdt in zijn nummer *Links Rechts Midden* een maatschappelijk probleem aan, namelijk het debat rond allochtonen wat in Nederland al een tijd wordt gevoerd. Een passage uit dit nummer beschrijft helder en confronterend de manier waarop hij in Nederland wordt behandeld:

“Spreek voor mezelf en zet je op ‘t kijken want,
als geboren Nederlander ben ik toch gast in eigen land.
Inderdaad, dat ben ik wegens me kleur,
als allochtoon bestempeld en mensen zeggen je zeurt.
Heb ‘t over die negatieve sleur, door blikken afgekeurd, handgebaren voor de deur.
Man, niks is absurd.
Ik heb een dubbele identiteit, of 1.
De Nederlandse, wordt Ghanees zodra ik de wet breek”.

Naast maatschappelijke problemen, blijken Nederlandse rappers ook meer te rappen het onderwerp ‘groeps liefde’. Vaak gaat het dan over de hechte band die zij hebben vrienden binnen hun rapgroep. Het verwijzen naar dit onderwerp is de ene keer explicieter dan andere keren, maar komt in ruim 16 procent van de nummers naar voren. Een weergave van deze verdeling is te vinden in tabel 9. Een groep vrienden om je heen hebben blijkt voor Nederlandse rappers dus een belangrijk gegeven. Vaak wordt er in nummers niet gepraat over -ik-, maar meer over -wij- en -ons-. De Rotterdamse rapper Winne beschrijft in zijn nummer *Lotgenoot* treffend de vriendschap tussen zijn vrienden en zichzelf, die volgens hem veel verder gaat dan het gevoel van vriendschap alleen, maar meer aanvoelt als lotgenootschap. Zo rapt hij “als geluk in de winkel lag zou ik het kopen voor je”.

Nederlandse rappers hebben het in hun rapteksten ook veel vaker over het onderwerp ‘levensverhaal’. In maar liefst 24 procent van de rapteksten wordt er een levensverhaal van de rapper zelf of iemand anders beschreven. Met dit percentage is het dan ook het meest besproken onderwerp in Nederlandse rapteksten. In tabel 9 is de verdeling bij het onderwerp ‘levensverhaal’ afgebeeld. Rapper Fresku wijdt het nummer *Ik ben hier* aan zijn eigen levensverhaal. Wanneer zijn ouders scheiden, raakt zijn moeder de weg kwijt en moet hij bij zijn vader in Curaçao gaan wonen. Daar kan hij niet wennen. In een passage uit het nummer rapt Fresku het volgende:

“Curaçao is even wennen, veel familie, mooie sfeer
En leert zijn vader beter kennen; een man van discipline
Waarmee je echt lachen kan, maar als praten niet helpt de riem of de platte hand
Een muzikant en leraar harde werker, weinig thuis
Hij deelt de kamer met zijn zus in papa's kleine huis
School is saai voor hem. Hij wilde liever aan de baai zitten
Z'n zus werd gauw populair, maar hij kon niet zijn draai vinden
Hij mist zijn moeder dus gaat eten van de stress”.

Een ander onderwerp wat in Nederlandse rapteksten vaker voorkomt dan in Amerikaanse rapteksten, is het onderwerp ‘karakter’. Vaak gaat dit over het karakter van de rappers zelf, een enkele keer wordt er over een derde persoon geschreven. Rapper Winne beschrijft in zijn nummer *Binnenvetter* treffend hoe moeilijk het voor hem is om zijn gevoel te uiten. Volgens de rapper zelf is een karaktereigenschap van hem dan ook dat hij moeite heeft om zijn gevoelens te tonen aan de buitenwereld. Zo zegt hij: “al een tijdje mezelf niet en ze denken dat ze me kennen. Ze weten de helft niet. Niemand merkt iets. Ik verstop het zonder te spelen”. Nederlandse rappers hebben het in 10 procent van hun nummers over hun karakter of het karakter van een ander persoon, terwijl Amerikaanse rappers dit maar in 2 procent van hun raps doen. De verdeling is te zien in tabel 9.

Ook het onderwerp ‘persoonlijke groei’ komt in Nederlandse rapteksten vaker voor dan in Amerikaanse rapteksten, hoewel dit geen significant verschil is. Blijkbaar hebben Nederlandse rappers meer de behoefte om hun publiek te laten weten waar ze vandaan komen en welke groei ze hebben doorgemaakt. De Zwolse rapformatie Fakkelfbrigade roept hun luisteraars in het nummer *Corazon* op om vooral je eigen hart te volgen: “Blijf niet hangen in je verleden en onderneem. Ik heb mezelf dat lang lang lang lang moeten zeggen voor ik wist dat ik het meende”. Het onderwerp ‘persoonlijke groei’ kwam in 13 procent van de Nederlandse rapteksten naar voren, zoals te zien in tabel 9.

Tabel 9: *Percentage van onderwerpen die voorkomen in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)	χ^2
Jeugd en gezin	22	8	**
Maatschappelijke problemen	15	3	**
Groepsliefde	16	1	***
Levensverhaal	26	6	***
Karakter	9	2	*
Persoonlijke groei	13	6	ns

*p <.05; **p<.01; ***p < .001; ns: niet significant (two-tailed chi-square tests).

Emoties

Naast de onderwerpen, zijn er ook een aantal emoties die vaker voorkomen bij Nederlandse rapteksten dan bij Amerikaanse rapteksten. De verschillen bij de emoties zijn echter veel minder groot dan bij de onderwerpen die werden aangesneden in rapteksten. Nederlandse rappers tonen in 9 procent van hun nummers een bepaalde mate van onzekerheid. Amerikaanse rappers doen dit maar in 1 procent van hun nummers. De verdeling is te zien in tabel 16. In het nummer *Haat* toont rapper Willem, beter bekend van het populaire duo The Opposites, zijn onzekerheid over zichzelf en zijn kunnen. Hij rapt:

“Is het tijd voor n psycholoog? Maar die stap is gelijk zo heavy.

Ik haat dit gevoel, onzeker kan er niet tegen.

Ik moet meer leren genieten, nu van mijn leven.

Maar ik maak me druk, doe vrij weinig, maar ken totaal geen rust.

Probeer mij te concentreren, wat me totaal niet lukt.

Ik leef mijn dromen, momenteel is het een slechte”.

De emotie ‘saamhorigheid’ komt alleen voor in Nederlandse rapteksten. In Amerikaanse rapteksten komt deze emotie niet voor. Deze emotie ligt in het verlengde van het onderwerp ‘groepsliefde’ en kwam naar voren in 6 procent van de Nederlandse rapteksten, zoals te zien is in tabel 10. Hoewel het verschil maar 6 procent betreft, is het wel opvallend dat Nederlandse rappers het gevoel van saamhorigheid wel laten blijken en dat hun Amerikaanse collega’s geen blijk geven aan hun liefde voor hun groep.

Laatste emotie die vaker voorkomt in Nederlandse rapteksten is de emotie ‘dankbaarheid’. Nederlandse rappers tonen hun dankbaarheid voor verschillende onderwerpen in 13 procent van hun teksten, een verschil van 7 procent in vergelijking tot hun Amerikaanse collega-rapper.

Tabel 10: *Percentage van emoties die voorkomen in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)	X²
Onzekerheid	9	1	**
Saamhorigheid	6	0	*
Dankbaarheid	13	6	ns

Onderwerpen & emoties

Kijkend naar de combinaties tussen meest voorkomende onderwerpen en de meest voorkomende emoties in Nederlandse rapteksten zijn er een aantal opvallende resultaten. Een eerste opvallende combinatie is er tussen het onderwerp ‘karakter’ en de emotie ‘onzekerheid’, die in 40 procent van de rapteksten voorkomt (P=***). Wanneer Nederlandse rappers het hebben over hun karakter komt daar dus vaak een stuk onzekerheid bij voor. Nederlandse rappers stellen zich dan ook veel kwetsbaarder op dan hun Amerikaanse collega’s. Een gevoel van onzekerheid komt ook voor wanneer Nederlandse rappers rappen over hun levensverhaal. De combinatie tussen deze variabelen kwam in 20 procent van de rapteksten voor (P=*). Dit is opvallend, want als we kijken naar de combinatie tussen ‘persoonlijke groei’ en ‘onzekerheid’, dan komt die helemaal niet voor (P=ns). Blijkbaar zijn Nederlandse rappers dus wel onzeker over hun eigen levensverhaal, maar voelen zij die onzekerheid niet als ze het hebben over de doorgemaakte groei in hun leven.

Een volgende emotie die bij Nederlandse rappers vaker voorkomt dan bij Amerikaanse rappers is de emotie ‘saamhorigheid’. Het is niet verwonderlijk dat de emotie ‘saamhorigheid’ in Nederlandse rapteksten voorkomt met het onderwerp ‘groepsliefde’. Nederlandse rappers voelen een bepaalde mate van saamhorigheid binnen hun vriendengroep in 35 procent van hun teksten (P=***). ‘Dankbaarheid’ was een andere emotie die vaak voorkomt in Nederlandse rapteksten. Deze emotie komt het meest voor in combinatie met het onderwerp ‘persoonlijke groei’, namelijk in 57 procent van de Nederlandse rapteksten (P=***).

Het lijkt er dus op dat Nederlandse rappers zich er van bewust zijn dat ze dankbaar moeten zijn voor de manier waarop ze zijn gegroeid in het leven. In sommige gevallen waren ze familie en vrienden dankbaar voor de steun.

Levensles

Vanwege het duidelijke verschil in thematiek tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten, is er ook gekeken of de rapteksten een boodschap bevatten voor hun luisteraars. Mede omdat Nederlandse rapteksten een veel meer betrokken en menselijker beeld lieten zien wat betreft thematiek, is het niet verrassend dat Nederlandse rappers in hun teksten ook vaker een levensles meegeven aan hun luisteraars. In 14 procent van de Nederlandse rapteksten schuilt een levensles, vergeleken met 6 procent voor de Amerikaanse rapteksten. Het nummer *Rood* van Winne gaat over agressiviteit en geweld op straat en hoe men daar mee moet omgaan. In het eerste deel van het nummer beschrijft de rapper hoe hij in zijn gedachten door het lint gaat wanneer er op straat een gek op hem afstapt. De man die op hem afstapt, komt agressief over en is duidelijk op zoek naar een vechtpartij. In het tweede deel van het nummer realiseert hij zich echter wat er allemaal op het spel zou staan wanneer je reageert met agressie. Hij stelt dat men eerst moet nadenken voordat je geweld gebruikt. Er is immers geen tweede kans om te reageren. Hij rapt:

“mensen krijgen niet vaak een tweede kans,
dus je moet denken voordat je doet.
Winne; betreft dit leven of dood?
Hoe hoog is de nood?
Een gast net als deze neemt je mee in de goot.
En ik, ben niet het type met een kort lontje.
Ik tel altijd tot 10 en daarna loop ik een rondje”.

Winne geeft in dit nummer dus een boodschap mee aan zijn, vaak jonge, luisteraars, door te zeggen dat je eerst moet nadenken voor je handelt uit boosheid en agressie.

Tabel 11: *Percentage van levensles dat voorkomt in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten in de jaren 2008 tot en met 2010 (N=211).*

	Nederlandse rapteksten(N=106)	Amerikaanse rapteksten(N=105)	X ²
Levensles	14	6	*

*p <.05; **p<.01; ***p <.001; ns: niet significant (two-tailed chi-square tests).

Taalgebruik

In de vorige subparagraaf is getoond dat Amerikaanse rappers veel grovere taal gebruiken in hun teksten. Zowel bij het verwijzen naar lichaamsdelen, als het bespreken van seksuele handelingen en het gebruik van scheldwoorden scoren Nederlandse rappers het laagst. Veelzeggend detail hierbij is echter wél dat van alle Nederlandse rappers, de Jeugd van Tegenwoordig er bij alle drie de taalvariabelen met kop en schouders boven uit springt. De Jeugd van Tegenwoordig noemt in 35 procent van hun teksten expliciet lichaamsdelen of verwijst naar seksuele handelingen, terwijl andere rappers dit niet of nauwelijks doen. Hoewel ook nog in zo'n 18 procent van zijn teksten verwijst naar seksuele handelingen. Kijkend naar het gebruik van scheldwoorden dan gebruikt de Jeugd van Tegenwoordig ook hier het vaakst scheldwoorden in hun nummers. In ruim 70 procent van hun teksten zit een scheldwoord. Hoewel er dus zeker wel Nederlandse rappers zijn die ook expliciete taal gebruiken, liggen de percentages over het algemeen gezien veel lager dan bij Amerikaanse rappers.

Conclusie

Concluderend kan worden gesteld dat er een verschil is waar te nemen als we kijken naar de thematiek van Nederlandse rapteksten in vergelijking tot Amerikaanse rapteksten. Een klein verschil zit er in de context van de thematiek; Nederlandse rappers schrijven hun nummers iets vaker in de context 'familie en vriendschap'. Zij doen dit iets vaker dan hun Amerikaanse collega's. Gekeken naar de onderwerpen zijn er echter veel duidelijkere en opvallendere verschillen op te merken. Nederlandse rappers hebben het in hun teksten vaak over hun jeugd en/of gezin. Daarnaast snijden zij veel vaker dan hun Amerikaanse collega's maatschappelijke problemen aan. Het tonen en beschrijven van groepsliefde blijkt ook een onderwerp te zijn wat vaker in Nederlandse rapteksten wordt aangetroffen. De laatste drie onderwerpen die vaker in Nederlandse teksten voorkomen zijn allen onderwerpen die te maken hebben met een beschrijving van de eigen persoon.

Zo hadden Nederlandse rappers meer de behoefte om hun levensverhaal te bespreken, rapten zij vaker over hun eigen karakter en is het onderwerp 'persoonlijke groei' ook vaker aangetroffen in Nederlandse rapteksten.

Ook binnen de emoties die rapteksten meekrijgen zijn verschillen te zien tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten. Een van de meest voorkomende emoties in Nederlandse teksten is onzekerheid. De meeste onzekerheid werd getoond bij het onderwerp 'levensverhaal'. Blijkbaar zijn zij zich er van bewust dat hun levens vaak turbulent waren en soms nog steeds zijn. Een tweede emotie die vaak voorkwam is de emotie saamhorigheid. Niet verwonderlijk, gezien het feit dat 'groepsliefde' geregeld onderwerp in een nummer was. De combinatie tussen deze twee kwam dan ook het vaakst voor. 'Dankbaarheid' is de laatste emotie waarmee Nederlandse rappers zich onderscheiden van hun concurrenten uit de Verenigde Staten. Dankbaarheid werd het meest getoond met betrekking tot het onderwerp 'persoonlijke groei'. Het lijkt erop dat Nederlandse rappers zich bewust zijn van de stappen voorwaarts in hun leven en dat zij de behoefte hebben om daar dankbaar voor te zijn.

Nederlandse rappers verwerken veel vaker dan Amerikaanse rappers een levensles in hun teksten. Dit wijst er op dat zij het belangrijk vinden om hun nummers een boodschap mee te geven, zodat luisteraars hier een voorbeeld aan kunnen nemen. Veel meer dan Amerikaanse rappers gebruiken zij hun teksten dus ook als een leermiddel voor hun fans.

Als laatste blijkt dat de rappers afkomstig uit Nederland qua taalgebruik veel milder zijn. Over het algemeen gebruiken zij minder expliciete taal als het noemen van lichaamsdelen en het beschrijven van seksuele handelingen. Daarnaast gebruiken zij ook minder scheldwoorden in hun nummers. Hierbij moet worden opgemerkt dat de Nederlandse groep de Jeugd van Tegenwoordig deze expliciete taal wel gebruikt.

5.3 Diversiteit

De Nederlandse hiphopmarkt is voor een groot gedeelte geconcentreerd. Dit betekent dat Top Notch het grootste aandeel bezit met betrekking tot de productie van hiphop. Deze marktconcentratie zou negatieve invloed kunnen hebben op de muzikale diversiteit. Het aantal producenten op een album beïnvloedt in bepaalde mate de muzikale diversiteit en dus de diversiteit op de markt. In deze paragraaf wordt gekeken of het aantal producenten van invloed is op de diversiteit en of dit de eventuele negatieve effecten van marktconcentratie zou kunnen wegnemen.

Wanneer we kijken naar de verschillen tussen het aantal producenten dat meewerkt aan een album, dan is er een duidelijk en significant verschil te zien tussen albums afkomstig uit Nederland en de Verenigde Staten. Het gemiddelde aantal producten op Nederlandse albums is 3, terwijl Amerikaanse albums maar liefst een gemiddelde hebben van 17 meewerkende producenten. Nederlandse en Amerikaanse artiesten hebben ongeveer hetzelfde aantal onderwerpen dat behandeld wordt per album. Het gemiddelde aantal onderwerpen op Nederlandse albums ligt op 17 en verschilt daarmee gemiddeld 2 onderwerpen met Amerikaanse albums, waar gemiddeld 15 onderwerpen op een album zijn aangetroffen.

Kijkend naar het gemiddelde aantal gastartiesten, dan is er ook niet een groot verschil aan te wijzen. Nederlandse en Amerikaanse artiesten verwelkomen ongeveer even vaak artiesten op hun album. Amerikaanse artiesten doen dit iets meer, het gemiddelde ligt op 9. Bij artiesten uit Nederland ligt het gemiddelde aantal artiesten op iets lager, op 7.

Gekeken naar deze drie onderwerpen die de diversiteit kunnen bepalen, dan lijkt het er op dat er dus geen relatie is tussen het aantal producenten wat meewerkt aan een album en het aantal onderwerpen wat wordt behandeld. In tegendeel, terwijl de Nederlandse artiesten met veel minder producenten werken zorgt dit niet in een daling van het aantal onderwerpen dat wordt behandeld op een album. Blijkbaar bereiken Nederlandse rappers met veel minder middelen meer diversiteit op het gebied van thematiek.

Tabel 12: *Vergelijking van Nederlandse en Amerikaanse rappers voor wat betreft aantal producenten, aantal onderwerpen en aantal gastartiesten per album in de jaren 2008 tot en met 2010.*

Nederland				De Verenigde Staten			
Artiest	Aantal Producenten	Aantal Onder- werpen	Aantal Gast artiesten	Artiest	Aantal Producenten	Aantal Onder- werpen	Aantal Gast artiesten
Fakkelbrigade	1	20	3	Nelly	13	11	12
Zwart Licht	4	7	3	B.o.B	11	13	9
Winne	5	18	14	Jay-Z	12	17	11
Fresku	6	18	6	Eminem	7	17	3
Jeugd van Tegenwoordig	1	20	1	T.I.	13	21	10
Willem	1	19	5	Kanye West	5	8	4
Big2	1	18	15	Snoop Dogg	17	20	12
Dio	2	18	9				
	3	17	7		11	15	9
X²	*	ns	ns		*	ns	ns

*p <.05; **p<.01; ***p < .001; ns: not significant (two-tailed chi-square tests).

6. “Get to the conclusion, ya dig?”

Snoop Dogg – *Waste of time*, 2008

In het vorige hoofdstuk is inzicht gegeven in de resultaten van de systematisch kwantificerende inhoudsanalyse naar de thematiek van Nederlandstalige hiphop in vergelijking tot Amerikaanse hiphop. Door deze inhoudsanalyse kan er nu een conclusie worden getrokken aan de hand van de hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat. De hoofdvraag is;

Hoe komt lokalisering tot uiting in thematiek van Nederlandse rap in vergelijking tot Amerikaanse rap, en in welke mate is er ruimte voor diversiteit?

In de volgende paragraaf zal antwoord worden gegeven op deze hoofdvraag. In de laatste paragraaf zullen de beperkingen van dit onderzoek worden besproken en daarnaast aanbevelingen worden gegeven voor het doen van verder onderzoek.

6.1 Conclusie

Het construeren van een identiteit is geen individuele aangelegenheid. Een identiteit wordt door het individu geconstrueerd, maar wordt beïnvloed door gebeurtenissen van buitenaf (Alcoff & Mendieta, 2003). Muziek kan zo'n invloed van buitenaf zijn, doordat het individu door de muziekkeuze zichzelf in een sociale groep kan plaatsen (Frith, 2004). Een subcultuur is zo'n sociale groep, waarbij er sprake is van gemeenschappelijke ideeën, een territorium en een mate van binding tussen de leden van zo'n subcultuur. Subculturen worden voor de buitenwereld vaak zichtbaar door de stijl. Deze stijl bestaat uit muziek, dans, kleding en rituelen (Wermuth, 2002). De subcultuur die in dit onderzoek centraal staat is hiphop. Hiphop is ontstaan in de jaren zeventig in de achterstandswijken in New York, uit onvrede met de toen populaire discomuziek (Baker, 2006). De subcultuur gaf jongeren, vaak uit de sociale onderklasse, een stem en een manier om hun identiteit op een positieve manier vorm te geven (Toop, 1991) (Keunen, 2002). Door de toenemende culturele globalisering heeft hiphop als subcultuur en rap als muziekstijl zich echter verspreid over de rest van de wereld. Nederland maakte in de jaren tachtig voor het eerst kennis met deze muziekstroming (Wermuth, 2002). Inmiddels is hiphop als levensstijl en rap als muziekstroming ook populair in Nederland. Rapnummers, vooral afkomstig uit de Verenigde Staten, behalen regelmatig de Nederlandse Top 40. Hoewel de nummers die de Top 40 halen vaak van Amerikaanse makelij zijn, groeit de populariteit van Nederlanders rappers met name in de laatste jaren gestaag.

Het huidige tijdperk wordt gekenmerkt door een constante overdracht van culturele producten tussen landen (Crane, 2002). Deze culturele globalisering heeft er voor gezorgd dat Amerikaanse hiphop nu ook in Nederland voor handen is, maar wat betekent het in het kader van de ontwikkeling van muziek van Nederlandse bodem? Heeft deze Nederhop, zoals hiphop van Nederlandse bodem wordt genoemd, een eigen karakter ontwikkeld? Zijn er verschillen met Amerikaanse rap wat betreft de thema's in rapteksten? En welke ruimte is voor diversiteit binnen beide landen? De hoofdvraag, zoals aan het begin van dit hoofdstuk gesteld, vormt de basis om op deze vragen antwoord te kunnen geven.

Overeenkomsten

Kijkend naar de thematiek in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten dan kan worden gesteld, dat de teksten uit beide landen wat betreft een aantal onderwerpen overeenkomen. Er zijn overeenkomsten op het gebied van thematiek te vinden tussen Nederlandse en Amerikaanse rap, namelijk 'rap & hiphop', 'zelfverheerlijking', 'competitie', 'carrière', 'criminaliteit', 'relaties' en 'persoonlijke problemen'. Gezien de thema's in Nederlandse en Amerikaanse rapteksten is het niet verwonderlijk dat de context van de thematiek hier op aansluit. Rappers uit beide landen schrijven hun teksten dan ook veruit het meest in de context van hun eigen persoon. Op het gebied van emoties is te zien dat er met veel verschillende emoties over onderwerpen wordt gesproken in rapteksten van Nederlandse en Amerikaanse makelij. Meest voorkomende emoties waren 'trots' en 'zelfvertrouwen'. Andere vaak voorkomende emoties waren 'angst', 'verdriet', 'boosheid', 'verliefdheid' en 'wanhoop'.

De overeenkomsten geven een beeld van Nederlandse en Amerikaanse rap. Zo zijn er bepaalde aspecten die in beide landen belangrijk blijken te zijn. Een voorbeeld van een aspect wat belangrijk is in rap uit beide landen, is bijvoorbeeld het competitieve gedrag. Er lijkt een constante drang om zichzelf te bewijzen tegenover zichzelf, maar zeker ook tegenover andere rappers en het luisterend publiek. Vaak gaat deze bewijsdrang gepaard met een mate van overdrijving. Elementen die hierbij naar voren komen zijn bijvoorbeeld de prestaties in de rapwereld. Het lijkt er dan ook op dat deze drang naar competitie en zichzelf bewijzen is te herleiden naar de reden waarom hiphop ooit is ontstaan. In die beginjaren was hiphop voor de vaak kansarme jongeren een manier om uit de negatieve omgeving van de getto's te komen. Jezelf bewijzen tegenover anderen was dan ook een manier om te laten zien wat je waard was. Op die manier konden de jongeren geld verdienen om hun positie te verbeteren. Daarnaast was hiphop een manier om aan de samenleving te bewijzen dat deze jongeren wel degelijk wat te vertellen hadden. De binding met die rapwereld blijkt in de Nederlandse en Amerikaanse rap een volgend belangrijk element.

Vaak verwijzen rappers naar hun positie als rapper binnen dit genre. Het tonen van trots en zelfvertrouwen over al deze zaken is ook een belangrijk element in Nederlandse en Amerikaanse hiphop. Een laatste opvallend element is dat er binnen beide landen de behoefte lijkt te zijn om het te hebben over een stuk persoonlijke gebeurtenissen. Soms zijn dit positieve gebeurtenissen, zoals een ontluikende liefde, maar vaker nog zijn dit gebeurtenissen met een meer negatieve inslag. De emoties die voorkomen bij deze persoonlijke gebeurtenissen blijken dan eigenlijk gewoon menselijk. Er wordt boosheid gevoeld of rappers laten blijken dat ze verliefd zijn. Al deze elementen zouden er op kunnen wijzen dat theorieën aangaande cultureel imperialisme worden bevestigd. Immers; Nederlandse rappers hebben net als hun Amerikaanse collega's de drang om zich te positioneren binnen de rapwereld, om zich te bewijzen tegenover de buitenwereld en doen dit daarnaast met een grote vorm van trots en zelfvertrouwen. In die zin zijn deze elementen dus 'overgenomen' vanuit de Verenigde Staten. Toch duidt het er nog meer op dat deze elementen worden bepaald door de subcultuur en niet zozeer door het land van herkomst. Het heeft veel meer te maken met de sociale context waarin hiphop ooit is ontstaan; uit ongenoegen met de maatschappij. Door hun gevoelens te uiten laten zij blijken met welke problemen zij zich bezighouden en welke problemen er zich in de maatschappij dus voordoen.

Nederlandse en Amerikaanse rappers zijn dan ook niet bang om hun gevoelens te tonen, maar er zijn wel verschillen tussen beide landen qua welke onderwerpen welke emoties oproepen. Zo wordt criminaliteit in Amerikaanse rapteksten op een andere manier benaderd, dan in Nederlandse rapteksten. Amerikaanse rappers zijn vaker trots over de mate van criminaliteit die zij ervaren, terwijl Nederlandse rappers deze criminaliteit juist meer ervaren met een gevoel van boosheid. Bij de emotionele benadering van het onderwerp 'criminaliteit' moet echter wel een kanttekening worden geplaatst. Er kan vanuit worden gegaan dat de betrokkenheid van Amerikaanse rappers bij criminaliteit een stuk groter is. Veel van de rappers zijn opgegroeid in de getto's van de Verenigde Staten waar zij dagelijks werden geconfronteerd met criminaliteit. In die zin hebben Amerikaanse rappers dan ook een ander perspectief op criminaliteit, omdat de betrokkenheid groter is. Nederlandse rappers staan echter aan de andere kant van de criminaliteit; zij kijken toe en hebben dus ook een heel ander perspectief. Dit kan betekenen waarom de emoties die Nederlandse rappers tonen in hun nummers over criminaliteit ook anders zijn dan de emoties die Amerikaanse rappers tonen bij criminaliteit.

Verschillen tussen de Verenigde Staten en Nederland

Naast de hierboven genoemde overeenkomsten, is er nog een heel scala aan onderwerpen waarin Amerikaanse en Nederlandse rapteksten van elkaar verschillen.

Om te kunnen beoordelen op welke manier Nederlandstalige hiphop is gelokaliseerd, is de thematiek binnen de Nederlandse en Amerikaanse rap vergeleken. Als eerste komen de verschillen aan bod die vooral bij Amerikaanse rapteksten voorkomen. Amerikaanse rappers blijken vaak over de onderwerpen 'materiële bezittingen', 'seks', 'feest', 'drank- en/of drugsgebruik', 'vrouw als lustobject', 'beroemd zijn' en 'geweld' te rappen in hun teksten. Wanneer ze rappen is dat vaak in de context van hun eigen persoon. Daarnaast komen de emoties 'trots' en 'agressie' ook meer voor in Amerikaanse teksten. Laatste belangrijke verschil tussen Amerikaanse en Nederlandse rapteksten is dat Amerikaanse rapteksten veel meer expliciet taalgebruik bevatten; meer verwijzingen naar seksuele handelingen, lichaamsdelen en meer gebruik van scheldwoorden. Er kan dus worden gesteld dat Amerikaanse rap wordt gekenmerkt doordat zij de behoefte hebben een bepaalde levensstijl te vertegenwoordigen. Daarnaast blijkt het voor Amerikaanse rappers belangrijk om hun status en alle bijkomende effecten van deze status keer op keer aan te kaarten. Bovendien komt naar voren dat daarbij vaak een gevoel van trots wordt geuit. Amerikaanse rappers lijken er op belust om aan de wereld te laten in welke weelde zij leven en welke voordelen dit leven met zich meebrengt; aandacht van vrouwen, overvloed aan drank en drugs en genoeg feestjes. Als laatste blijkt ook geweld een terugkomend element in de rapteksten van Amerikaanse rappers te zijn. Klaarblijkelijk zijn zij allemaal in hun jeugd of in hun verdere leven in aanraking gekomen met geweld en hebben zij de behoefte om dit gegeven ook te delen met het publiek in hun muziek. Het is opvallend dat het geweld vaak op een agressieve manier wordt geuit door Amerikaanse rappers. Deze agressieve manier is niet alleen een emotie, maar komt ook tot uitdrukking in het taalgebruik van Amerikaanse rappers. Dit expliciete taalgebruik is opvallend; de Verenigde Staten staat over het algemeen bekend als een conservatief land, waar grof taalgebruik in de media niet wordt getolereerd. Het grove taalgebruik kan worden teruggekoppeld aan de subculturele kenmerken van hiphop. Al vanaf de beginjaren zetten zij zich af tegen de heersende moraal. Dit blijkt voor de huidige generatie niet anders. Ook zij kaarten zaken aan waar de mainstreamcultuur niet blij mee is, bijvoorbeeld seksueel getinte teksten en grof taalgebruik.

Nederlandse rapteksten hebben echter ook een heel eigen karakter. Nederlandse rappers hebben het vaker over de onderwerpen 'jeugd en gezin', 'maatschappelijke problemen', 'groepsliefde', 'levensverhaal', 'karakter' en 'persoonlijke groei'. Deze onderwerpen worden iets vaker dan in Amerikaanse rapteksten besproken in de context 'familie en vriendschap'. Emoties die vaker voorkomen zijn de emoties 'onzekerheid', 'saamhorigheid' en 'dankbaarheid'. Ook bevatten Nederlandse rapteksten vaker een levensles voor hun luisterend publiek.

Kijkend naar de verschillen met Amerikaanse rapteksten lijken Nederlandse rappers zich veel meer bewust van zichzelf en de omgeving waarin zij leven. In hun rapteksten geven ze een veel realistischer beeld van het dagelijks leven en zijn zij zich bewust van de samenleving waarin zij leven. Ook zijn zij zich ervan bewust dat zij niet alleen op de wereld zijn; vrienden, familie, kinderen, ouders en maatschappij; al deze zaken komen allemaal aan bod in hun raps. Daarnaast stellen zij zich qua emoties kwetsbaarder op dan Amerikaanse rappers; ze durven hun onzekerheden over bijvoorbeeld hun karakter en hun levensloop te tonen. De rapteksten van Nederlandse rappers lijken daarom op een soort dagboek. Hun teksten dienen als expressievorm om hun gevoelens en gedachten over tal van zaken in hun leven, maar ook in de maatschappij, te delen met hun luisteraars. Bovendien lijken zij zich ook meer bezig te houden met hun luisteraars; hun rapteksten bevatten vaak een boodschap. Een ervaring of inzicht die kan dienen als een levensles voor het luisterend publiek. De rapteksten van Nederlandse rappers hebben met al deze kenmerken een veel socialer karakter; ze houden zich bezig met de mensen om zich heen. Daarnaast valt op dat het taalgebruik veel milder is. Dit komt waarschijnlijk doordat ze worden geschreven in een andere nationale context waarbij een andere moraal heerst. In Nederland zijn wij enigszins gewend aan een vorm van provocatie. Grof taalgebruik of seksueel getinte teksten worden door het gros van de Nederlanders niet als schokkend ervaren.

Theorie

De resultaten met betrekking tot de overeenkomsten en verschillen tussen Amerikaanse en Nederlandse rapteksten zijn terug te koppelen aan verschillende theorieën. De overeenkomsten tussen beide landen zijn te herleiden naar het ontstaan van hiphop en de elementen die hiphop tot een subcultuur maken. Competitiedrang is al vanaf het begin af aan een onderdeel van de hiphopcultuur (Keunen, 2002; Toop, 1991). Onder zowel DJ's, als B-Boys, rappers en graffitiartisten heerst de drang om elkaar te af te troeven en te bekritisieren. Rappers zijn in battles constant bezig om kritiek te leveren op elkaars kundigheid op het gebied van rijmen, stijl en ritme. Het is dan ook niet verwonderlijk dat deze elementen terugkomen in de thematiek van rapteksten. De gevonden overeenkomsten tussen Nederlandse en Amerikaanse rapteksten op het gebied van thematiek duiden er dan ook op dat een deel van deze, van oorsprong Amerikaanse muziekstijl, is overgenomen door de Nederlandse beoefenaars van dit genre. Dit overnemen van bepaalde elementen heeft niet zozeer te maken met de nationaliteit, want Nederlandse rappers hebben niet allemaal dezelfde afkomst, maar veel meer met het overnemen van de elementen van de subcultuur. De subcultuur lijkt daarom ook bepalend bij het beoefenen van rapmuziek.

Met het oog op deze overeenkomsten lijkt er dan ook in zekere mate sprake van cultureel imperialisme, omdat de culturele productie van hiphop voor een groot deel afkomstig is uit de Verenigde Staten en daar ook zijn oorsprong vindt. Daarnaast worden de Nederlandse hitlijsten 'gedomineerd' met rapnummers uit de Verenigde Staten. Ook dit gegeven duidt op een vorm van cultureel imperialisme. In dit licht kan dan ook worden gesteld dat de Verenigde Staten het centrum vormt en Nederland tot de periferie behoort. Toen Nederlandse muzikanten in aanraking kwamen met hiphop zijn er elementen uit de Amerikaanse hiphopcultuur overgenomen door de Nederlandse hiphopcultuur. In de beginjaren van de hiphop in Nederland waren Nederlandse rappers er ook bewust mee bezig om Amerikaanse rappers te imiteren (Van Stapele, 2002). Misschien nog wel meer dan van cultureel imperialisme, kan er in die zin worden gesproken van enige mate van amerikanisering, aangezien hiphop afkomstig is uit de Verenigde Staten. Omdat bepaalde elementen uit de hiphopcultuur overgenomen zijn door de rappers uit Nederland, kan er ook worden gesproken van een bepaalde mate van homogenisering van cultuur. Een deel van de hiphopcultuur vertoont immers overeenkomsten als we kijken naar de beide landen. Toch blijft de invloed van de Verenigde Staten redelijk beperkt, er zijn namelijk ook veel opmerkelijke verschillen tussen beide landen.

De theorie van de *critical policital economy* is op de Amerikaanse rapteksten goed van toepassing. De muzieklabels, die onderdeel zijn van nog grotere mediaconglomeraten, hebben er baat bij om albums voor een groot mogelijk publiek geschikt te maken (Murdock & Golding, 2005). Ze moeten immers wereldwijd succes en geld opleveren. Om een nummer geschikt te maken voor het grote publiek moeten artiesten en hun producenten concessies maken op het gebied van onderwerpen die zij aansnijden (Negus, 1999). Er is echter nog veel onduidelijkheid over het krachtveld tussen creativiteit en commercie. De mate van ruimte voor creativiteit is natuurlijk moeilijk te meten, maar er kan over het algemeen worden aangenomen dat commercie daar zeker een rol bij speelt. Eventuele onalledaagse meningen kunnen immers een bepaald publiek voor het hoofd stoten en dit zou negatieve gevolgen kunnen hebben voor het succes van het desbetreffende album. Dit zou kunnen verklaren waarom veel van de Amerikaanse raps qua thematiek voor een groot deel erg oppervlakkig zijn en veel overeenkomsten met elkaar hebben. Immers, het rappen over je leven als wereldster stoot fans van rapmuziek niet voor het hoofd en is daarom voor hen geschikt. Op die manier zijn de albums te verkopen aan fans van rapmuziek in een groot deel van de wereld. Hierbij wordt wel strikt onderscheid gemaakt worden tussen fans van rapmuziek en het overige publiek. Voor fans is de muziek toegankelijk en niet aanstootgevend. Uiteraard zijn er echter veel mensen die de rapmuziek wel aanstootgevend vinden, maar dit is juist het doel van hiphop; aanschoppen tegen de heersende moraal.

Amerikaanse rapteksten lijken daarom voor een groot deel een gestandaardiseerd product wat zich vasthoudt aan een bepaalde, succesvolle formule. Het publiek, fans van rapmuziek, heeft een bepaalde verwachting van de raps; het koketteren met geld, vrouwen en status. Amerikaanse rappers lijken te bezwijken onder deze commerciële druk. Hoewel er dus een grote mate van standaardisatie aanwezig lijkt te zijn binnen de Amerikaanse rapmuziekmarkt, lijkt er nog steeds een wrijving te bestaan tussen creativiteit en commercie, die niet altijd wordt gewonnen door de commercie. Sommige albums, waaronder het album van Kanye West, blijken inderdaad een afwijkende thematiek te bevatten. Het album van Kanye West gaat bijvoorbeeld in zijn geheel over de liefdesperikelen van de rapper. Blijkbaar is innovatie en creativiteit in sommige gevallen wel mogelijk. Dit zou te maken kunnen hebben met de status van een artiest. Beginnende artiesten zullen hoogst waarschijnlijk meer naar de pijpen van hun producenten moeten dansen, terwijl reeds gevestigde artiesten meer autonomie hebben. De onderwerpen die nu in Amerikaanse raps naar voren komen staan in schril contrast met onderwerpen waar in het beginstadium van rap over werd gezongen. Toen kwam vooral de achtergestelde positie in de maatschappij veelvuldig als onderwerp voor in raps. Hier lijkt in het huidige tijdperk voor wat betreft commercieel succesvolle rappers nog maar weinig plaats voor. Maatschappelijke problemen worden niet of nauwelijks besproken in Amerikaanse rapteksten. Het lijkt er dan ook op dat Amerikaanse rappers inmiddels zijn verweven in het web van de commercie. Waar wel nog veelvuldig aan wordt gerefereerd, is het geweld waar Amerikaanse rappers mee in contact komen in hun leven. Geweld komt als onderwerp ook vaak voor in Amerikaanse rapteksten. In de beginjaren van rap was het geweld in de achterstandswijken ook een onderwerp dat vaak voorkwam. Dat het geweld nog wel wordt besproken in hun teksten, kan te maken hebben met het feit dat zij vaak allemaal van een achterstandspositie omhoog zijn geklommen. Het benoemen van deze achtergestelde positie kan sympathie opwekken bij het publiek. Zouden zij dit immers niet doen, dan zouden ze als 'onecht' kunnen worden bestempeld door hun publiek.

Als we kijken naar de Nederlandse rap, dan is ook daar een theorie aan te koppelen. Hoewel een deel van de Amerikaanse hiphop cultuur is overgenomen, zoals te lezen aan het begin van deze conclusie, zijn er ook veel onderwerpen waarop de thematiek sterk verschilt in vergelijking tot Amerikaanse hiphop. Een theorie die hier op van toepassing lijkt te zijn is lokalisering. In een wereld die steeds meer globaliseert, is er een toenemende behoefte aan een lokale identiteit en een gevoel van nabijheid (Rutten, 2006). Het publiek gaat op zoek naar culturele producten, waaronder muziek, die voor hun cultureel relevant zijn. Niet alleen het publiek, maar ook in de muziekindustrie lijkt deze trend van lokalisering aanwezig te zijn. Nederhop heeft een heel ander karakter als Amerikaanse hiphop.

Hoewel een deel van de Amerikaanse hiphop cultuur is overgenomen, zoals te lezen aan het begin van deze conclusie, zijn er ook veel onderwerpen waarop de thematiek sterk verschilt. Deze verschillen duiden erop dat Nederlandstalige rap op voor een aanziek gedeelte is gelokaliseerd. De onderwerpen in Nederlandse rapteksten zijn veel meer gebaseerd op het alledaagse leven. In Nederhop komen onderwerpen aan bod waarmee veel luisteraars ook in aanraking komen. Daarnaast duidt het ook op een toespitsing op de Nederlandse cultuur. Nederland staat bekend om het motto 'doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg', waarbij je niet al te veel moet opscheppen en vooral gewoon moet blijven. Dit is ook van toepassing op de onderwerpen. Waar Amerikaanse rappers erg pochen met hun bezittingen, lijken Nederlandse rappers zich hier helemaal niet mee bezig te houden. Integendeel, ze rappen over alledaagse problemen, over hun eigen jeugd, over persoonlijke groei en karaktereigenschappen. Ze hebben vooral een sterk lokale identiteit en bevestigen onze culturele waarden. Op die manier geven ze een gevoel van herkenbaarheid. Nederhop heeft dus zeker een proces van lokalisering doorgemaakt. Ze lijken zich aan te passen aan de Nederlandse cultuur, het publiek wat hun muziek beluistert, maar ook aan hun eigen identiteit. Net als in het onderzoek van Andy Bennett (1999) hiphop in Nederland een levensstijl die cultureel mobiel is. De van oorsprong Amerikaanse subcultuur lijkt in Nederland gelokaliseerd naar Nederlandse culturele kenmerken. Ook geeft het Nederlandse rappers een stem om lokale gebeurtenissen een aandacht te geven (Bennett, 1999).

Een opmerkelijk detail is dat Nederlandse rapgroepen die qua thematiek en taalgebruik enige gelijkenis met de thematiek en taalgebruik in Amerikaanse rapteksten vertonen, ook meer succes op de Nederlandse muziekmarkt hebben. De Nederlandse groepen De Jeugd van Tegenwoordig en Willem en Big2 van The Opposites hebben beiden een wat afwijkende thematiek vergeleken met Nederlandse rappers, maar zijn ook gelijk de enige twee uit dit onderzoek die in de periode van 2008 tot en met 2010 een notering hadden in de Nederlandse Top 40. Dit duidt erop dat het Nederlandse publiek inmiddels is gewend aan deze 'Amerikaanse' succesformule en dat sommige rappers hier maar al te graag op inspelen. Toch is er een kleine kentering op te merken in de aandacht die Nederlandstalige hiphop krijgt in de media. In het afgelopen seizoen was er een zeer succesvol programma van de rapper Ali B, genaamd *Ali B Op Volle Toeren*. In dit programma kwamen Nederlandstalige rappers, waaronder rappers uit dit onderzoek zoals Fresku en Winne, in aanraking met Nederlandse zangers. Ze werden uitgedaagd om een nummer van elkaar in een nieuw jasje te steken en ten gehore te brengen. Daarnaast waren verscheidene rappers ook te gast in het al jaren populaire programma *De Wereld Draait Door*. De genoemde voorbeelden geven aan dat het wel degelijk mogelijk om aandacht te krijgen met Nederhop, zij het dat dit echter veel minder snel zal gaan.

Diversiteit

Lang werd in studies aangenomen dat een hoge mate van marktconcentratie de muzikale diversiteit negatief beïnvloedde. Wanneer de diversiteit afnam, zou dit uiteindelijk homogenisering tot gevolg hebben. Daarbij werd aangenomen dat onafhankelijke muzieklabels vaak de diversiteit bevorderden, omdat zij openstaan voor nieuwe muziekstijlen (Dowd, 2004). Echter, in de laatste jaren zijn er steeds meer nieuwe inzichten gekomen over de relatie tussen muzikale diversiteit en marktconcentratie. In studies als dat van Dowd (2004) komt naar voren dat de productielogica bepaald of een muzieklabel open staat voor nieuwe geluiden. In dit onderzoek is gekeken naar de mate van diversiteit, uitgedrukt in het aantal onderwerpen dat per album werd behandeld, vergeleken met het aantal samenwerkingen en het aantal producenten. Gemiddeld waren er even veel gastartiesten en onderwerpen op Nederlandse en Amerikaanse albums. Een significant verschil was er echter op te merken in het aantal producenten; gemiddeld hadden Nederlandse artiesten maar 3 producenten per album, terwijl Amerikaanse artiesten gemiddeld maar liefst 11 producenten hadden. Volgens de theorie van Dowd (2004) zou een productielogica die uitgaat van producties buitenshuis en openheid voor nieuwe geluiden moeten zorgen voor een hogere mate van diversiteit. Als we de Nederlandse en Amerikaanse rapmuziekmarkt in dit onderzoek met elkaar vergelijken, blijkt echter dat deze theorie van Dowd in dit geval niet opgaat. Nederlandse en Amerikaanse rappers behandelen gemiddeld gezien ongeveer hetzelfde aantal onderwerpen op hun albums, maar tegelijkertijd werken er veel minder producenten mee aan Nederlandse albums. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het aantal producenten nauwelijks invloed blijkt te hebben op de diversiteit op een album en misschien ook wel op de diversiteit in de muziekmarkt. Het zou natuurlijk wel zo kunnen zijn dat Nederlandse muzieklabels, ondanks het geringe aantal producten, wél gebruiken maken van producenten van buitenaf. Desondanks spelen andere factoren mee aan de diversiteit. Een oorzaak zou kunnen zijn dat Nederlandse rappers meer creatieve vrijheid hebben bij het produceren van hun albums.

6.2 Beperking en verder onderzoek

Hoewel er dit onderzoek inzicht heeft gegeven in de manier waarop lokalisering tot uiting komt in Nederlandse rap in vergelijking tot Amerikaanse rap, zijn er natuurlijk beperkingen aan het onderzoek. Ik ben me er terdege van bewust dat een vergelijking tussen albums van rappers gecontracteerd door Top Notch en albums van Amerikaanse rappers die voorkomen in de Nederlandse top 40 ook anders had kunnen worden uitgevoerd. Zo komt er wel degelijk Nederlandstalige rap voor in de Top 40, een voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld de Marokkaanse rapper Ali B.

Tevens zijn er nog een scala aan rappers die, doordat het alleen rappers van Top Notch betraf in dit onderzoek, niet zijn onderzocht. Vaak zijn dit rappers van kleinere, maar toch in bepaalde mate invloedrijke, onafhankelijke muzieklabels. Voorbeelden hiervan zijn succesvolle rappers als Hef of Jiggy Djé, die beide zijn getekend bij het muzieklabel van Jiggy Djé; Noah's Ark. Een groter onderzoek, met meer tijd zou zich dan ook kunnen richten op de gehele Nederlandstalige rapwereld. Bovendien had de vergelijking met Amerikaanse rappers anders kunnen verlopen.

In de Verenigde Staten zijn er natuurlijk veel meer rappers dan de rappers die opgenomen zijn in dit onderzoek. Er had dus ook een vergelijking kunnen worden getrokken met een Amerikaanse *independent* muzieklabel wat zich voornamelijk richt op rap. Of anders een vergelijking met Amerikaanse rappers die in de Amerikaanse populaire hitlijsten voorkomen.

Al deze overwegingen zouden in volgende onderzoeken kunnen worden meegenomen. Op die manier zou er een nog breder beeld kunnen worden gevolgd van de manier waarop lokalisering tot uiting komt in de Nederlandstalige hiphop in vergelijking tot Amerikaanse hiphop. Ook zou kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews meer inzicht kunnen geven in de vraag of Nederlandse rappers zich bewust zijn van de verschillen. En de manier waarop de bedrijfsvoering van muzieklabels ruimte geeft aan artiesten om hun eigen weg te gaan en niet toe te geven aan de commerciële druk.

Bibliografie

- Alcoff, L. M. (2003). Identities: modern and postmodern. In L. M. Martin, & E. Mendieta, *Identities; race, class, gender and nationality* (pp. 1-8). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Alcoff, L. M., & Mendieta, E. (2003). *Identities; race, class, gender, nationality*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Arsenault, A., & Castells, M. (2008). The structure and dynamics of global multi-media business networks. *International journal of communication* , 707-748.
- Baker, S. (2006). *The history of rap & hiphop*. Detroit: Thomson Gale.
- Bennett, A. (1999). Hiphop am Main; the localization of rapmusic and hiphop culture. *Media Culture Society* 77 (21) , 77-91.
- Bennett, A. (2000). *Popular music and youth culture; music, identity and place*. London: McMillan Press Ltd.
- Corpus Ong, J. (2009). The cosmopolitan continuum: locating cosmopolitanism in media and cultural studies. *Media, culture and society* 31(3) , 449-466.
- Crane, D. (2002). Culture and globalization: theoretical models and emerging trends. In D. Crane, N. Kawashima, & K. Kawasaki, *Global culture: media, arts, policy and globalization* (pp. 1-25). London: Routledge.
- De Swaan, A. (1995). De sociologische studie van de transnationale samenleving. In J. Heilbron, & N. Wilterdink, *Mondialisering. De wording van de wereldsamenleving* (pp. 16-35). Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Denora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dowd, T. J. (2004). Concentration and diversity revisited: production logics and the U.S mainstream recording market, 1940-1990. *Social Forces* 82 (4) , 1411-1455.
- Du Bois, W. (2003). The conservation of races. In L. M. Alcoff, & E. Mendieta, *Identities; race, class, gender and nationality* (pp. 43-48). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Fenster, M., & Swiss, T. (1999). Business. In B. Horner, & T. Swiss, *Key terms in popular music and culture* (pp. 225-238). Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Frith, S. (2004). *Popular music : critical concepts in media and cultural studies*. London: Routledge.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity* . Cambridge: Polity Press.
- Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford, *Identity: community, culture, difference* (pp. 222-237). London: Lawrence and Wishart.

- Hart, O. (2009). *Hiphopstad Rotterdam*. Rotterdam: Uitgeverij Scriptum.
- Heilbron, J., & Wilterdink, N. (1995). *Mondialisering. De wording van een wereldsamenleving*.
- Hesmondhalgh, D. (1996). Flexibility, Post-fordism and the music industry. *Media, culture and society* 18 (3) , 469-488.
- Hopper, P. (2007). *Understanding cultural globalization*. Cambridge: Polity Press.
- Hudson, H. E. (2006). Universal access to the new information infrastructure. In L. A. Lievrouw, & S. Livingstone, *The handbook of new media* (pp. 307-326). London: Sage Publication Ltd.
- Janssen, S., Kuipers, G., & Verboord, M. (2008). Cultural globalization and arts journalism: the international orientation of arts and culture coverage in Dutch, French, German and U.S newspapers, 1955 to 2005 . *American sociological review* 73 , 719-740.
- Jones, K. M. (1994). *SAY IT LOUD! The story of rap music*. Connecticut: The millbrook press.
- Keunen, G. (2002). *POP! Een halve eeuw beweging*. Lannoo: Tilburg.
- Küng, L. (2008). *Strategic management in the media*. London: Sage Publications Ltd.
- Kuipers, G. (2006). The social construction of digital danger: debating, defusing and inflating the moral dangers of online humor and pornography in the Netherlands and the United States. *New Media & Society* 8 (3) , 379-400.
- La Pastina, A., & Straubhaar, J. (2003). Multiple proximities between television genres and audiences. The Schisms between telenovelas' global distribution and local consumption. *Gazette: The international journal for communication studies* 67 (3) , 271-288.
- Macgregor Wise, J. (2008). *Cultural Globalization*. Oxford: Blackwell Publishing.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media; extensions of man*. Corte Madera: Gingko Press.
- Middleton, R. (1999). Form. In B. Horner, & T. Swiss, *Key terms in popular music and culture* (pp. 141-155). Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Morley, D. (2001). Belongings. Place, space and identity in a mediated world. *European journal of cultural studies* 4 (4) , 425-448.
- Murdock, G., & Golding, P. (2005). Culture, communications and polical economy. In J. Curran, & M. (. Gurevitch, *Mass media and society (4th edition)* (pp. 60-83). London: Arnold.
- Nederveen Pieterse, J. P. (2009). *Globalization and culture*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Negus, K. (1999). *Music genres and corporate cultures*. London/New York: Routledge.
- Negus, K. (1996). *Popular music in theory*. Cambridge: Polity Press.
- Negus, K., & Pickering, M. (2004). *Creativity, communication and cultural value*. London : Sage Publications Ltd.

- NVB, & NVF. (2009). *Jaarverslag*. Amstelveen: Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten & Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs.
- Ritzer, G. (2010). *Globalization. A basic text*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Rutten, P. (2006). *De toekomst van de regionale omroep*. Hilversum.
- Straubhaar, J. (1991). Beyond media imperialism: assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical studies in mass communication* 8 , 39-59.
- Thompson, E. (2003). Preface from the making of the English working class. In L. M. Alcoff, & E. Mendieta, *Identities; race, class, gender and nationality* (pp. 136-138). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural Imperialism*. London: Pinter.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Toop, D. (1991). *Rap attack: African rap to global hip hop*. London: Serpent's tail.
- Top Notch. (2011). *Artiesten*. Opgeroepen op Mei 8, 2011, van Top Notch: <http://www.top-notch.nl/page/artiesten/>
- Top Notch. (2008, Maart 23). *Het laatste nieuws*. Opgeroepen op Juni 6, 2011, van Top Notch: <http://www.top-notch.nl/page/nieuws/4464/Top%20Notch%20&%20Universal/>
- Van der kamp, M. (2009). *Where corporate culture and local markets meet*. Erasmus Research Centre for media: Rotterdam.
- Van Staple, S. (2002). *Van Brooklyn naar Breukelen*. Amsterdam: Nationaal Pop Instituut.
- Vanderheijden, D. (2009). *Smoelwerk; de ontwikkeling van hiphop in Nederland 1999-2009*. Schiedam: De Boekfabriek.
- Wermuth, M. (2002). *No sell out. De popularisering van een subcultuur*. Amsterdam: Aksant.
- Wester, F. (2006). *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk*. Nijmegen: Kluwer.
- Wester, F., Renckstorf, K., & Scheepers, P. (2006). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Bijlage A : Codeerschema

Algemene Kenmerken van de songteksten

Nummer vraag	Variabele	Instructie	Invullen
1	Volnummer	Noteer het volgnummer van het desbetreffende nummer	
2	NL/VS	Is de artiest van Nederlandse of Amerikaanse bodem?	1: Nederland 2: V.S
3	Titel Nummer	Titel van nummer	Titel voluit noteren
4	Artiest	Artiest van het nummer (elke artiest heeft een waarde)	1: Fakkbrigade 2: Zwart Licht 3: Winne 4: Fresku 5: Jeugd v Teg. 6: Willem 7: Big2 8: Dio 9: Nelly 10: B.o.B 11: Jay-Z 12: Eminem 13: T.I 14: Kanye West 15: Snoop Dogg
	Release Datum	Jaar van uitkomen CD	
	Samenwerking	Noteer of er op het nummer wordt samengewerkt met een andere artiest	1: ja 2: nee
	Label CD	Noteer welk platenlabel de CD heeft uitgebracht (hierbij gaat het om het uiteindelijke platenlabel, niet moederonderneming)	
	Producent	Noteer wie de producent is van het nummer	
	Producent 2	Noteer waar nodig wie de tweede producent van het nummer is.	
	Producent 3	Noteer waar nodig wie de derde producent van het nummer is.	
	Richting Tekst	Noteer aan wie de tekst is gericht. VB: Het kan zijn dat de tekst aan een moeder of aan een speciale groep is gericht. Meestal kan men dit aan de titel of het refrein afleiden.	1: Algemeen 2: Specifiek persoon of groep
	Levensles	Noteer of het nummer een levensles bevat. VB: Een levensles kan zijn dat geld uiteindelijk niet belangrijk is. Vaak komt deze boodschap voor in het refrein of kan je dit afleiden uit de algehele toon van het nummer.	1: ja 2: nee

Taalkenmerken van de songteksten

Nummer vraag	Variabele	Instructie	Invullen
	Bespreken Van Seksuele handelingen	Noteer of er seksuele handelingen worden besproken. VB: Het hebben van seks of het oraal worden bevredigd. NB: Het moet wel om expliciete bewoordingen gaan.	1:ja 2:nee
	Noemen Van Lichaamsdelen	Noteer of er in het nummer lichaamsdelen worden genoemd. VB: borsten, geslachtsdelen of achterwerk	1:ja 2:nee
	Gebruik van Scheldwoorden	Noteer of er in het nummer scheldwoorden voorkomen (met de bedoeling er iemand mee te kwetsen/beschrijven). VB: bitch, trut NB: Woorden als 'shit' of 'verdomme' worden niet meegerekend, omdat deze woorden ook meer worden gebruikt om een uitspraak kracht bij te zetten en niet direct om er mensen mee te beledigen.	1:ja 2:nee

Inhoudelijke kenmerken

Context: De contextvariabelen vertellen iets over de omgeving waarin het onderwerp van de desbetreffende raptekst plaatsvindt. Binnen een raptekst kan maar sprake zijn van 1 context, meerdere contexten zijn niet mogelijk.

Nummer vraag	Variabele	Instructie	Invullen
1	Familie en Vriendschap	Gaat het nummer in zijn geheel over de band met vrienden of familie. Onder familie vallen eigen kinderen, ouders en andere familieleden. Uitgezonderd is een liefdesrelatie met de partner	1:ja 2:nee
1	Liefdesrelatie	Gaat het nummer in zijn geheel over een liefdesrelatie, dat wil zeggen een relatie met een vrouw, al dan niet een vaste relatie.	1:ja 2:nee
1	Maatschappij	Gaat het nummer in zijn geheel over de maatschappij of de samenleving VB: Een voorbeeld van een nummer waarin de maatschappij de context is, is wanneer het gaat over het vraagstuk rond integratie en allochtonen.	1:ja 2:nee
2	Groep	Gaat het nummer in zijn geheel over de groep waartoe rapper behoort: sociale groep,	1:ja 2:nee

		rapgroep NB: Hierbij moet het wel expliciet gaan om de sociale groep en niet in het bijzonder om de band met vrienden.	
2	Persoon	Gaat het nummer in zijn geheel over het bespreken van de eigen persoon, karakter, carrière. VB: De rapper bespreekt zijn huidige situatie of heeft het over zijn carrière of de gebeurtenissen in zijn jeugd.	1:ja 2:nee

Onderwerp: De onderwerpvariabelen beschrijven de onderwerpen die worden besproken in een rapnummer. Er kan in een nummer sprake zijn van meerdere onderwerpen.

Nummer vraag	Variabele	Instructie	Invullen
2	Jeugd & Gezin	Het bespreken van de jeugd van een persoon of een gezinslid. NB: een gezinslid kan zowel broer, zus, vader, moeder of eigen kinderen zijn.	1:ja 2:nee
2	Persoonlijke groei	Doorgemaakte groei van rapper BV: van een leven in een achterstandswijk naar succesvolle rapper.	1:ja 2:nee
2	Persoonlijke problemen	Persoonlijke problemen ervaren door rapper BV: Er kan worden gesproken over financiële problemen of ruzies met vrienden.	1:ja 2:nee
2	Relaties	Relaties met vriend of vriendin of problemen in de relationele sfeer	1:ja 2:nee
2	Seks	Het bespreken van seksuele handelingen of het verlangen daarnaar	1:ja 2:nee
2	Uiterlijk	Noemen van uiterlijke kenmerken: knap, huidskleur, maar ook wat iemand aan heeft.	1:ja 2:nee
3	Materiële bezittingen	Benoemen van materiële bezittingen: autobezit, kledingmerken, huis en financiële middelen.	1:ja 2:nee
3	Feest	Wanneer wordt gesproken over uitgaan.	1:ja 2:nee
3	Drank en Drugsgebruik	Beschrijven van gebruik van drank en/of drugs	
3	Geweld	Als wordt gesproken over geweld, in welke vorm dan ook, of het gebruiken of verheerlijken van wapens. NB: Het kan dus ook gaan over huiselijk geweld of het vechten met iemand anders.	1:ja 2:nee
3	Rap/Hiphop/ Muziek	Bespreken van de positie van de rapper in de rapwereld of het bespreken van muziek	1:ja 2:nee

		in het algemeen of het verwijzen naar bezigheden/personen die het zelfde genre beoefenen.	
3	Karakter	Karaktereigenschappen van rapper of een ander persoon	1:ja 2:nee
3	Geloof	Bespreken van het Geloof in god of het bezoeken van een kerk.	1:ja 2:nee
3	Zelfverheerlijking	Bespreken van kwaliteiten van de rapper met een bepaalde overdrijving. VB: Vaak wordt er in raps verwezen naar de kwaliteiten van de rapper; bewezen diensten of gewonnen prijzen.	1:ja 2:nee
3	Competitie	Vergelijken van kwaliteiten tegenover een andere groep of persoon	1:ja 2:nee
3	Criminaliteit	Noemen van criminaliteit: beroving, gebruik van geweld	1:ja 2:nee
4	Maatschappelijke problemen	Verwijzen naar politieke besluiten of overheidsoptreden	1:ja 2:nee
4	Mentale Staat	Het bespreken van de mentale staat van een persoon: depressie, blijdschap.	1:ja 2:nee
4	Straatcultuur	Het bespreken van elementen uit straatcultuur: behoren tot bepaalde groep, rondhangen.	1:ja 2:nee
4	Carrière	Bespreken van elementen uit carrière: bijvoorbeeld het winnen van prijzen, het bereiken van hoogtepunten.	1:ja 2:nee
4	Groeps liefde	Bespreken van de liefde voor bepaalde groep (meestal click) voor elkaar opkomen	1:ja 2:nee
4	Levensverhaal	Bespreken van jeugd, gezinssituatie of andere verhalen die het leven van een persoon hebben bepaald.	1:ja 2:nee
4	Beroemd zijn	Gebeurtenissen die te maken hebben met beroemd zijn: bezoeken van Vipfeestjes, prijsuitreikingen, omgaan met bekende persoonlijkheden, televisieoptredens.	1:ja 2:nee
5	Vrouw als lustobject	Wanneer er wordt gesproken over vrouwen op basis van uiterlijk als een middel tot seksuele bevrediging. VB: Het expliciet beschrijven van het uitdagend dansen van een vrouw of het bedrijven van seks met een vrouw.	1:ja 2:nee
5	Gangsterbestaan	Als wordt gerefereerd naar het feit dat de rapper bekend staat als gangster. Vaak wordt hiernaar ook verwezen met 'G'.	1:ja 2:nee

Emotie: De emotievariabelen geven de emotie van het nummer weer. Er kan in een rapteksten sprake zijn van meerdere emoties.

Nummer vraag	Variabele	Instructie	Invullen
5	Verdriet	Is er sprake van geestelijke pijn; leed?	1:ja 2:nee
5	Boosheid	Is er sprake van ongunstig gestemd over iets of tegenover iemand?	1:ja 2:nee
5	Agressie	Is er sprake van een agressieve houding tegenover iets of iemand?	1:ja 2:nee
5	Onzekerheid	Is er sprake van twijfel over eigen kunnen?	1:ja 2:nee
5	Eenzaamheid	Is er sprake van eenzaamheid, alleen voelen?	1:ja 2:nee
5	Trots	Is er in het nummer sprake van een hoge dunk van zichzelf; hoogmoed?	1:ja 2:nee
5	Dankbaar	Wordt er in het nummer duidelijk dat dank wordt gevoeld tegenover iemand vanwege een daad, geschenk?	1:ja 2:nee
5	Angst	Is er sprake van een gevoel van beklemming, vrees, onveiligheid of onzekerheid?	1:ja 2:nee
6	Euforie	Is er sprake van een gevoel van bijzondere vrolijkheid?	1:ja 2:nee
6	Verliefd	Wordt er in het nummer een gevoel van liefde geuit?	1:ja 2:nee
6	Verlangen	Wordt er in het nummer een gevoel verlangen (begeerte) geuit?	1:ja 2:nee
6	Wanhoop	Is er sprake van een toestand waarin men geen uitkomst ziet	1:ja 2:nee
6	Saamhorigheid	Wordt er in het nummer een gevoel van bij elkaar horen (in groep) geuit?	1:ja 2:nee
6	Zelfvertrouwen	Is er sprake van een vertrouwen in de eigen kracht?	1:ja 2:nee