

Master Thesis (CH4450)

Back to Java

De rol van de Indonesische achtergrond en andere vormen van cultureel geheugen in het fandom en de fancultuur rond Kane



Jane Alblas

Media & Journalistiek

Erasmus Universiteit Rotterdam

Titel pagina

Back to Java

De rol van de Indonesische achtergrond en andere vormen van cultureel geheugen in het fandom en de fancultuur rond Kane

Naam: Jane Alblas, BA
Adres: Rembrandtstraat 19, 27 12 SE Zoetermeer
E-mailadres: jane_alblas@eur.nl / jane_alblas@hotmail.com
Telefoonnummer: 079 - 3164709 / 0628292749
Studentnummer: 311268 16
Datum: 12 juli 2011
Naam van universiteit: Erasmus Universiteit Rotterdam
Faculteit: Erasmus School of History, Culture and Communication (ESHCC)
Studie: Master Media & Journalistiek
Richting: Media & Maatschappij
Vakcode: CH4450
Begeleidend docent: Arno van der Hoeven, MSc
Tweede lezer: -

Inhoudsopgave

Voorblad.....	1.
Titelpagina.....	2.
Inhoudsopgave.....	3 – 4.
Dankwoord.....	5.
Abstract (incl. Keywords).....	6 – 7.

Hoofdstuk 1: Introductie **8 – 32.**

1.1. Inleiding	8 – 16.
1.1.1. <i>Onderzoeksthema</i>	8 – 10.
1.1.2. <i>Maatschappelijke achtergrond: Indocultuur en Indorock</i>	11 – 15.
1.1.3. <i>Relevantie</i>	15 – 16.
1.2. Theorie	17 – 32.
1.2.1. <i>Identiteit</i>	17 – 21.
1.2.2. <i>Populaire cultuur</i>	21 – 24.
1.2.3. <i>Fandom en Fancultuur</i>	25 – 28.
1.2.4. <i>Muziek</i>	28 – 30.
1.2.5. <i>Conclusie en probleemstelling</i>	30 – 31.

Hoofdstuk 2: Methoden **32 - 40.**

2.1. Positionering van het onderzoek	32.
2.2. Kwalitatieve analyse	32 – 33.
2.3. Diepte-interview	33.
2.3.1. <i>Topiclijsten</i>	33 – 34.
2.4 De gefundeerde theoriebenadering	34 – 35.
2.4.1. <i>De constante vergelijking</i>	35.
2.4.2. <i>Coderen</i>	36.
2.5 Contextualisatie	36.
2.6 De respondenten	37 – 38.
2.6.1. <i>Het zoeken en vinden van respondenten</i>	37.
2.6.2. <i>Uiteenzetting van de respondenten</i>	37 - 38.

2.6.3. <i>Setting van de interviews</i>	38.
2.7 Reflectie op onderzoek	38 – 40.

Hoofdstuk 3: Resultaten **41 – 64.**

3.1. Kane-fandom	41 – 46.
3.1.1. <i>Het hoe en waarom</i>	41 – 44.
3.1.2. <i>Waardering voor het authentieke karakter van Kane</i>	45 – 46.
3.2. Kane-fandom en identiteit	46 – 55.
3.2.1. <i>Muziekstijl als onderscheidingsmechanisme</i>	46 – 49.
3.2.2. <i>Kane in het persoonlijke leven van fans</i>	49 – 51.
3.2.3. <i>Kane-fandom en de Zelf</i>	51 – 53.
3.2.4. <i>Kane-fandom en collectieve identiteit</i>	54 – 55.
3.3. Kane-fandom en cultureel geheugen	55 – 64.
3.3.1. <i>Kane als onderdeel van een collectief geheugen</i>	55 – 56.
3.3.2. <i>Belang van de Indonesische achtergrond</i>	56 – 61.
3.3.3. <i>Dominante culturele gedragingen</i>	61 – 64.

Hoofdstuk 4: Conclusies **65 – 70.**

4.1. De conclusies	65 – 69.
4.2. Discussie en aanbevelingen voor nader onderzoek	69 – 70.

Literatuurlijst/ Verwijzingen **71 – 80.**

Dankwoord

Voordat ik zelf aan mijn Master Thesis begon stonden ‘Dankwoorden’ bij scripties me altijd een beetje tegen. Nu dat ik zelf aan deze thesis heb gewerkt ben ik er achter gekomen dat ik er simpelweg niet omheen kan. Het zou ronduit egoïstisch en ijdel zijn als ik de indruk zou wekken dat ik deze scriptie volledig op eigen kracht en in mijn eentje zou hebben geschreven.

Daarom wil ik graag mijn scriptiebegeleider Arno van der Hoeven bedanken voor zijn essentiële hulp en feedback. Ook gaat mijn oprechte dank uit naar mijn ouders. Allereerst omdat ik van hen de mogelijkheid kreeg om te studeren en zij mij altijd gestimuleerd hebben, maar ook omdat ze er altijd waren om me vertrouwen te geven en me door de dode momenten heen te helpen. Als aanvulling hierop wil ik ook mijn excuses maken aan mijn broertje Davy, want hij is toch wel het grootste slachtoffer geworden van mijn thesis-stress. Dave, het is nu over! Ik maak het goed!

En uiteraard bedank ik hier Davy, Ron, Gina, Maik, Romy, Desiree, Monique, Daniella, Bianca, Jordy en Maureen voor hun medewerking aan dit onderzoek. Zonder hen had ik niets te vertellen gehad, dus bedankt voor jullie behulpzaamheid, gastvrijheid en (goede) antwoorden!

Jane Alblas

Zoetermeer, juli 2011

Abstract

In de afgelopen decennia is de autoriteit van menig traditioneel identiteitsbepalend instituut ondermijnd. De moderne mens construeert haar of zijn identiteit steeds minder op basis van religie, gender, etniciteit, sociale klasse of politieke voorkeur. Dit zorgt voor een toenemende onzekerheid in het zelfbewustzijn van de mens, waardoor het identiteitsvraagstuk actueler is dan ooit. Want als we ons niet meer op basis van religie, gender, etniciteit en sociale klasse van anderen onderscheiden, op welke gronden dan wel? In deze Master Thesis is gekeken naar de rol van populaire cultuur in identiteitsconstructie. Hierbij ligt de focus op het belang van een cultureel geheugen. Een cultureel geheugen is het gedeelde verleden van mensen dat hen op cultureel niveau met elkaar verbindt. Uit verschillende studies (cf. Van Dijck, 2006 ; Connerton, 1989 ; Kong, 1999) is al gebleken dat het cultureel geheugen een grote rol speelt in identiteitsconstructie op zowel persoonlijk als collectief niveau.

In dit onderzoek staan de fans van de Nederlandse rockband Kane centraal. Door middel van diepte-interviews is nagegaan in hoeverre een gedeelde identiteit of een gedeeld verleden, waaronder de Indonesische achtergrond van de bandleden, een rol speelt binnen het fandom. Hierbij is aan de hand van onder meer de theorie van Lawrence Grossberg (1992) gekeken hoe prominent het fanobject, Kane, aanwezig is op de *mattering maps* van de verschillende fans. Dit houdt in dat is onderzocht hoe belangrijk de rol van Kane is in de identiteit van verschillende fans.

Fandom kan op verschillende niveaus invloed hebben op de identiteit van fans. Er bestaan namelijk veel uiteenlopende gradaties Kane-fans. De mate waarop fandom zich manifesteert als identiteitsbepalend kan dus per fan verschillen. Dat de positie van fandom op de *matterings maps* van fans per individu kan variëren, wil echter nog niet zeggen dat fandom een volledige individuele keuze is. De *mattering maps* ontstaan namelijk in relatie tot gedeelde culturele betekenissen. Uit dit onderzoek blijkt dat Kane-fans hun fandom veelal construeren aan de hand van hegemonisch cultureel gedrag. Allereerst aan de hand van overheersende culturele houdingen op collectief niveau. Het fandom voor Kane blijkt namelijk in veel gevallen gestoeld te zijn op typisch Nederlandse cultuuraspecten die voortkomen uit het cultureel geheugen van Nederland. Daarnaast speelt het dominante cultuurgedrag van de sociale omgeving ook een bepaalde rol in het fandom voor Kane. Dit is in lijn met de theorie van Pierre Bourdieu (1984) dat smaak, als belangrijke factor in identiteitsconstructie, de sociale positie van iemand accentueert.

In dit onderzoek wordt dus duidelijk gemaakt dat Kane-fandom doorgaans gefundeerd is op een gedeelde culturele identiteit, wat gezien kan worden als belangrijk onderdeel van de collectieve identiteit van Nederlanders. Gedeelde

culturele identiteit speelt in die zin een aanzienlijke rol binnen de fancultuur van Kane. Daarnaast blijkt dat de Indonesische achtergrond van de bandleden geen rol van betekenis speelt in het fandom van de meeste fans. Cultureel geheugen is dus van belang in de fancultuur van Kane, maar die is niet gebaseerd op gedeelde etniciteit, maar op gedeeld gedrag en gedeelde opvattingen.

Keywords

Populaire cultuur / Fan / Cultureel Geheugen / Muziek / Identiteit

Hoofdstuk 1: Introductie

1.1 Inleiding

1.1.1. Onderzoeksthema

Fans. Ze worden gezien als hysterisch en obsessief. Zowel in de maatschappij als in de wetenschap wordt fan-zijn vaak bestempeld als ‘raar’, ‘afwijkend’ of zelfs ‘gevaarlijk’. Dat blijkt bijvoorbeeld uit de volgende, recente passage uit een column van *Libelle*-reportageredacteur Femke Sterken (2011):

Fan zijn. Een idool hebben. Ik heb het eigenlijk nooit begrepen. (...) Ik vond het zonde van mijn tijd. Gelukkig gingen die idoolloze puberjaren voorbij en kon ik me aansluiten bij de saaie volwassenen. Want volwassenen hebben geen idolen. Zijn geen fan. In ieder geval niet gillend en beertjes gooiend. Dacht ik. Totdat ik met een lieve collega naar een groot concert in een voetbalstadion ging. (...) Werkende moeders worstelden zich zo dichtbij mogelijk om de hand van de zanger aan te kunnen raken. Een mens, een simpel zingend mens, werd geëerd alsof hij de Verlosser himself was. En ik? Ik voelde me voor het eerst in mijn leven dankbaar dat het fanvirus aan mij is voorbijgegaan.

(Femke Sterken, 2011)

Fandom wordt hier afgespiegeld als iets wat ongrijpbaar is voor weldenkende mensen. Fandom is hier iets dat is verweven met hysterische aanstellerigheid. Deze visie op fancultuur en fandom is voor lange tijd dominant geweest in mediastudies. Er heeft zich de laatste jaren echter een ommekeer plaatsgevonden in het denken over fans. Aan de hand van de British Cultural Studies worden fans veelal niet meer gezien als *social misfits*, maar als actieve mediaconsumenten die vanwege hun omvangrijke culturele kapitaal (kennis, spullen, etc. over hun fanobject) interessante studieobjecten zijn. Ik heb ook interesse in de motieven voor fandom en de uitingen ervan.

Om het fenomeen *fandom* nader onder de loep te nemen spits ik mij in deze thesis toe op de Nederlandse rockformatie Kane. Kane is een Haagse band, bestaande uit de vaste leden Dinand Woesthoff (zanger), Dennis van Leeuwen (gitarist) en een wisselende overige bezetting, die twaalf jaar geleden is opgericht (Engelshoven, 2009).



Figuur 1: Kane (v.l.n.r. Dennis van Leeuwen en Dinand Woesthoff) Foto: Karen Rosetszky

De muziek van Kane kenmerkt zich door variatie. De albums *As Long As You Want This* (2000), *So Glad You Made It* (2001) en *Everything You Want* (2008) zijn het beste te typeren als energieke rock. Terwijl bij de albums *Fearless* (2005) en *No Surrender* (2009) de ‘kleine’ emotionele liedjes centraal staan (Engelshoven, 2009). De muziek van Kane slaat goed aan bij het Nederlandse publiek. Kane heeft in de loop der jaren een solide *fanbase* opgebouwd en is de enige band in Nederland die stadions uitverkoopt. Daarnaast werd het album *As Long As You Want This* (2000) dubbel platina, wat betekent dat er 100.000 platen van zijn verkocht, en de albums *Fearless* (2005) en *No Surrender* (2009) werden platina (50.000 verkochten cd's). De band scoorde verder vier nummer één-hits (‘Dreamer’, ‘Something to Say’, ‘Fearless’ en ‘No Surrender’) in Nederland (Wikipedia: Discografie Kane).

Op 19 juni 2010 gaf Kane een concert op het Java-eiland in Amsterdam. Het concert werd gedoopt als het ‘Back to Java’- concert. Hiermee verwezen de bandleden naar hun Indonesische afkomst. Een blik op de Facebook-pagina van Kane maakt duidelijk dat ook veel fans van de band een Indonesische achtergrond hebben. De bandleden zetten zo nu en dan een berichtje op hun facebook in het Indonesisch of zij geven aan trots te zijn op hun Indonesische roots.



Figuur 2: Screenshots van de officiële Facebook van Kane

Op deze berichten wordt vervolgens enthousiast gereageerd door fans van Kane die ook een “Indo”- achtergrond kennen. Ik wil met dit onderzoek analyseren in hoeverre die Indonesische achtergrond van zanger Dinand Woesthoff en gitarist Dennis van Leeuwen en eventueel andere vormen van een cultureel geheugen een (belangrijke) rol spelen in het fandom en in de fancultuur rond Kane. Het cultureel geheugen wijst hier op de wijze waarop fandom geworteld is in gedeelde herinneringen.

De reden dat ik hier voor de fancultuur van Kane heb gekozen is dat ik een muziekliefhebber ben en ook zeker een liefhebber van de muziek van Kane. Vandaar ook dat ik het concert van Kane op Java-eiland heb bezocht. Daar viel mij op dat het publiek zeer divers was. Kane-fans zijn er letterlijk in alle geuren en kleuren, van alle leeftijden en vanuit allerlei subculturen en sociale lagen. Daarom leek het mij interessant om de fancultuur van Kane eens nader te onderzoeken. Daarnaast ben ik ook erg geïnteresseerd in fancultuur en populaire cultuur in het algemeen. Het fascineert mij namelijk om te onderzoeken welke betekenissen het publiek aan populaire cultuur geeft.

Ik zal beginnen met het geven van een maatschappelijke achtergrond om die Indonesische achtergrond van de Kane-bandleiden te situeren. Hierbij ligt de focus op de Indocultuur en de Indorock van de jaren vijftig en zestig van de twintigste eeuw. Vervolgens zal ik in gaan op de relevantie van dit onderzoek op maatschappelijk gebied. Het is de bedoeling dat deze thesis een toevoeging vormt voor het wetenschappelijke debat over fandom. Daarom geef ik ook een overzicht van de bestaande theorieën over fandom. Hierbij zal speciale aandacht uitgaan naar de thema's identiteit, populaire cultuur, fandom en fancultuur, en muziek. Dit leidt uiteindelijk tot mijn probleemstelling.

1.1.2. Maatschappelijke achtergrond: de Indocultuur en de Indorock

De koppeling tussen het fandom met betrekking tot Kane en Indonesische roots heeft historische en culturele achtergronden. In dit onderzoek kijk ik namelijk naar de rol die een gedeeld verleden kan spelen in fandom. Het is dan ook van belang dat ik aangeef over welke etnische achtergrond en over welke geschiedenis ik het hier heb. Daarom zal ik hier kort uitweiden over de koloniale geschiedenis in Indonesië, de repatriëring van Indische Nederlanders, de Indocultuur en de Indorock om deze thesis te contextualiseren in een maatschappelijke achtergrond.

Het Kolonialisme

Vanaf 1602 was Nederland actief in de Indonesische archipel. In de periode 1602 – 1799 was Indonesië een monopoliegebied van de Verenigde Oost-Indische Compagnie (VOC) (Kuiper & Surie, 1967: 12). Indië werd een succesvol wingewest door de levendige handel in onder andere specerijen. In de achttiende eeuw trad het verval echter in bij de VOC. De compagnie had zich flink in de schulden gewerkt in de “Oost”.

Gedurende de Napoleonistische tijd werd het Hollandse bewind in Indonesië, mede door de verzwakte positie van de VOC, gemakkelijk overgenomen door de Britten onder leiding van Raffles. Nadat Napoleon was verslagen en Nederland uit Franse handen was gevallen kreeg het in 1814 het gezag terug over Indië (Kuiper & Surie, 1967: 12).

Nederland besloot intensieve koloniale politiek te voeren in Nederlands-Indië. Het beruchte Cultuurstelsel werd ingevoerd. Dit was een belastingsysteem dat in 1830 werd ingesteld door Johannes van den Bosch, waarbij de inheemse boeren op twintig procent van hun grond producten moesten verbouwen voor de Europese markt. Door het Cultuurstelsel profiteerde Nederland op economisch gebied voluit van haar kolonie. Vanaf het begin van de twintigste eeuw krijgt het kolonialisme in Nederlands-Indië ook een culture insteek (Kuiper & Surie, 1967: 13). Onder de leus “Irrigatie, Emigratie, Educatie” werd de zogenaamde Ethische Politiek ingevoerd. Dit had betrekking op de morele plicht die Nederland voelde om de bevolking van Indië “beschaving” bij te brengen.

Dit beleid had een voor Nederland ongunstig effect op de Indische bevolking. De Ethische Politiek had namelijk tot meer zelfbewustzijn geleid onder de bevolking. Dit resulteerde in de oprichting van de Indonesische nationale beweging en het ontstaan van de Sarekat Islam (Kuiper & Surie, 1967: 13). Nationalistische sentimenten wonnen snel terrein.

De Japanse bezetting gedurende de Tweede Wereldoorlog maakte een einde aan het Nederlandse bewind. Na de capitulatie van Japan op 15 augustus 1945 wilden de Indonesische nationalistenvoorkomen dat Indonesië weer een Nederlandse kolonie zou worden (Van der Linden & Simons, 1990: 60). De nationalistische leiders Soekarno en Hatta riepen op 17 augustus 1945 de Republiek Indonesia uit.

Er volgde een bloedige strijd tussen de Nederlandse kolonisten en de jonge nationalistenv, bekend onder de naam ‘pemoeda’s’. Deze gewelddadige tijd wordt de Bersiap-periode genoemd (Van der Linden & Simons, 1990: 60). Onder druk van de internationale gemeenschap deed Nederland afstand van haar kolonie. Op 27 december 1949 erkende Nederland het gezag van de Republiek der Verenigde Staten van Indonesië.

In Nederland Door Omstandigheden (INDO)

In de VOC-tijd bestond de Nederlandse populatie in Indonesië bijna uitsluitend uit mannen. Die overtalsituatie is in de hele koloniale periode min of meer in stand gehouden. Hierdoor ontstonden er veel (seksuele) relaties tussen Nederlandse mannen en ‘inlandse’ vrouwen (Cottaar & Willems, 1984: 13). De kinderen die uit deze relaties geboren werden, werden Indo-Europeanen genoemd.

Gedurende de Japanse bezetting werd de positie van de Indo-Europeanen erg onder druk gezet. De Indonesiërs zagen de Japanse bezetting veelal als een bevrijding, gezien het gegeven dat de Japanners hen onafhankelijkheid beloofden (Van der Linden & Simons, 1990: 50). De meerderheid van de Indo-Europeanen voelde zich echter verbonden met Nederland en was anti-Japans. Met als gevolg dat de Indo-Europeanen zich niet meer thuis voelden in hun geboorteland.

Na de bersiap-periode en de soevereiniteitsoverdracht besloten veel Indo-Europeanen naar Nederland te migreren (Van der Linden & Simons, 1990: 64). De achterblijvers kregen een keuze voorgelegd van de Nederlandse overheid. Zij konden ervoor kiezen om de Indonesische nationaliteit aan te nemen of Nederlander te blijven. De Nederlandse regering was er eigenlijk vanuit gegaan dat het overgrote deel van de Indo-Europese bevolking voor het Indonesische staatsburgerschap zou kiezen. Niets bleek echter minder waar. Een meerderheid koos ervoor om de Nederlandse nationaliteit te behouden en te repatriëren naar Nederland (Van der Linden & Simons, 1990: 64). In de periode tussen 1945 – 1968 repatrieerden er 300.000 mensen, met verschillende beweegredenen, vanuit Indonesië naar Nederland (cf. Cottaar & Willems, 1984: 15 – 27).

Nadat de Indo-Europeanen een woonsituatie voor zichzelf hadden bewerkstelligd, kregen veel van hen te maken met psychische klachten. De klachten hadden betrekking op de verwerking van de oorlog, op het sociale en culturele isolement waar veel oudere Indische Nederlanders in terecht kwamen en op de

integratie. Indische waarden en die van Hollanders bleken hier en daar te botsen (Ellemers & Vaillant, 1985).

Volgens de Amerikaanse historicus Marcus L. Hansen (cf. Van der Linden & Simons, 1990: 77) zijn deze problemen veelvoorkomend bij immigranten. In zijn studie *The problem of the third generation* (1938) signaleert hij ook dat de tweede generatie zich vaak distantieert van de immigrantenachtergrond en dus niet wil worden opgemerkt als “anders” in het nieuwe vaderland. Bij de derde generatie groeit er juist belangstelling voor die achtergrond. Zij willen zich juist vaak onderscheiden van de massa door die achtergrond te cultiveren. Dit *third generation-effect* zou je terug kunnen zien bij Kane. Zij positioneren zich als Indo's door de nadruk te leggen op hun roots ('Back to Java', 'hedendaagse Indorock', etc.).

De term 'Indo', voorheen een scheldnaam, is voor die derde generatie uitgegroeid tot een geuzennaam (Van der Linden & Simons, 1990: 2). Men is trots op hun Indonesische achtergrond en draagt dat graag uit. Een manier om die etnische achtergrond te cultiveren is door middel van muziek. Muziek heeft binnen de Indocultuur altijd een prominente rol ingenomen. De typische Indomuziek maakte in de jaren vijftig en zestig van de twintigste eeuw furore in Nederland onder de noemer van de Indorock.

Indorock – The Godfathers van de Nederlandse popmuziek

Begin twintigste eeuw intensiverde de Nederlandse bewind haar beleid dus in de Indonesische archipel. Door innovaties op het gebied van communicatie, zoals elektriciteit, telefoon, telegraaf en radio, werd het voor de Hollandse gezaghebbers ook eenvoudiger om de soms ver uit elkaar liggende gebieden te besturen (Bosma, et al. 2006: 41). Deze communicatieve vooruitgang zorgde er zijdelings ook voor dat de plaatselijke bevolking Amerikaanse en Australische radiozenders kon ontvangen. Hierdoor nam de Amerikaanse invloed toe.

Zo maakten de Indische Nederlanders in de jaren dertig al kennis met Amerikaanse muziek (Willems, 1997: 127). De Amerikaanse muziekstijl en cultuur sloegen uitermate goed aan bij de Indische Nederlanders, omdat het hen hielp zich te profileren als 'westers'. Daarnaast speelde muziek altijd al een belangrijke rol in de Indische cultuur. Door de traditionele muziekvormen, zoals de gamelan en de krontjong, bestond er al een levendige muziekcultuur, waar de gitaar een prominente rol in nam (Mutsaers, 1990: 308).

Eenmaal in Nederland werd deze muziekcultuur voortgezet. De jonge Indische Nederlanders beoefenden hier ook voornamelijk rock-'n-roll als reactie op hun nieuwe rol als etnische minderheid in een veelal vreemd land. Daarnaast ging de integratie van de Indische bevolking in de Nederlandse samenleving niet vlekkeloos. De Indische Nederlanders vormden de eerste groep niet-blanken, terwijl in

Nederland de koloniale ideeën over hiërarchie tussen blank en zwart nog gemeengoed waren (Mutsaers, 1990: 308).

De integratie verliep dus moeizaam. Hierdoor waren de Indische Nederlanders voornamelijk op elkaar toegewezen, waardoor er een hechte gemeenschap ontstond. In lijn met de Indische traditie werd er bij familiebezoeken veel muziek gemaakt (*jammen*). Daarnaast waren veel Indo-Europeanen geëmigreerd naar Amerika en zij stuurden veel Amerikaanse rock-'n-rollplaten, die nog niet in omloop waren in Nederland, op naar hun familieleden in Nederland (Mutsaers, 1990: 314 – 315). Zo kreeg de later Indorock genoemde muziekstijl steeds meer vorm en werd het ook een uiting van saamhorigheid binnen de Indische gemeenschap.



Figuur 3: The Tielman Brothers (Bron: <http://indorock.pmouse.nl/tielmanbrothers.htm>)

De sfeer in Nederland was rond de Indobands enigszins gespannen. De bands hadden te maken met discriminatie en jaloezie (Mutsaers, 1990: 310). The Tielman Brothers, een van de bekendste Indobands van die tijd, konden in Nederland dan ook niet leven van de muziek, omdat er naast het Indische circuit geen optreedmogelijkheden voor hen bestonden (Mutsaers, 2006: 676). Duitse impresario's hadden daarentegen wel het idee dat veel Indobands te goed waren voor het amateurstadium en boden hen goedbetaalde contracten aan. Zo deed de Indorock haar intrede op de Europese markt. Men zou zelfs kunnen stellen dat zij hiermee aan de grondslag lagen van de moderne, Europese popmuziek. The Tielman Brothers waren namelijk de eerste band die de rock-n'-roll op de Europese markt brachten (Mutsaers, 1990: 312).

De doorbraak van de Indorock in Nederland kwam pas in de jaren zestig met The Blue Diamonds. Zij hadden met hun zoete liedjes minder te maken met het

racisme dat roem en waardering nog in de weg had gestaan bij de ‘ruigere’ bandjes als The Tielman Brothers (Mutsaers, 2006: 676).

Na 1965 nam de populariteit van de Indorock af. Volgens Lutgard Mutsaers (1989) had dat verschillende oorzaken. Zo speelde de opkomst van de Engelse merseybeat, van onder andere The Beatles, en het afnemende succes van de Amerikaanse rock-‘n-roll een rol. Daarnaast ging het integratieproces van de Indische Nederlanders gestaag door, waardoor er minder behoefte was aan onderscheidende cultuuruitingen onder de Indische bevolking. Een andere oorzaak was het burgerlijker leven dat veel Indorockers gingen leiden.

Dat wil niet zeggen dat Indorock volledig is verdwenen uit de hedendaagse, Nederlandse popmuziek. Dinand Woesthoff en Dennis van Leeuwen van de rockformatie Kane schenken in de media veel aandacht aan hun Indonesische roots (Muziekencyclopedie, 2011 ; Meyer, 2010: 52). Ook blazen zij de Indorock zo nu en dan nieuw leven in. Zo trad Dinand Woesthoff op 6 januari 2005 op met Andy Tielman (frontman en leadgitarist van The Tielman Brothers) tijdens een inzamelingsactie voor de slachtoffers van de tsunami in Azië (Muziekencyclopedie, 2011).

1.1.3. Relevantie

De band Kane refereert naar hun Indonesische achtergrond. Hun etniciteit is op die manier een deel van hun act geworden. De vraag in deze thesis is in hoeverre het belang van een cultureel geheugen en de waardering voor die Indonesische achtergrond ook een rol speelt bij de fans van Kane. Het doel is om zo inzicht te verkrijgen in de rol van collectieve herinneringen in fandom. Ten tijde van de multiculturele samenleving is het interessant om te onderzoeken of mensen er belang aan hechten om hun verschillende etnische achtergronden en een gedeeld verleden te cultiveren om zich zo te onderscheiden van de massa of dat etniciteit en cultureel geheugen minder van belang zijn voor personen en dat men zich meer wil profileren aan de hand van muzieksmaak en stijl.

Daarnaast beoog ik met dit onderzoek inzicht te krijgen in de motieven van mensen om fan te zijn van Kane en wat de rol van Kane is in hun identiteit. Het debat over identiteit is de laatste jaren steeds intenser gevoerd in Nederland, zoals zal blijken uit de theorie. Uit onderzoeken (cf. Fiske, 1989; Grossberg, 1992; Sandvoss, 2005) is al gebleken dat fandom een grote rol kan spelen in identiteitsvorming. In Nederland is er nog weinig onderzoek gedaan op dit terrein. Dit onderzoek brengt fandom op het gebied van muziek samen met het belang van cultureel geheugen. Hierdoor kan duidelijk worden in hoeverre muziek, fandom en een gedeeld verleden een rol spelen bij identiteitsvorming.

Om aan te geven welke leemte ik beoog op te vullen met dit onderzoek, is het nodig om eerst een overzicht te presenteren van de verschenen wetenschappelijke theorieën over identiteit, populaire cultuur, fandom en muziek. In die volgorde zal hieronder een theoretisch kader worden gepresenteerd dat als startpunt fungeert voor mijn onderzoek.

1.2 Theorie

Het belangrijkste idee achter de maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie van fandom is dat het invloed uitoefent op persoonlijke en collectieve identiteitsconstructie. Daarom zal ik allereerst literatuur over de actuele theorieën over het identiteitsvraagstuk in kaart brengen om duidelijk te maken welke aspecten een rol spelen in identiteitsvorming en in hoeverre fandom daar een rol bij kan spelen.

Daarnaast wordt in het wetenschappelijke debat de populaire cultuur steeds vaker serieus genomen. Ik zal daarom die groeiende interesse op dit gebied verklaren aan de hand van de ontwikkelingen op dit onderzoeksterrein en aangeven waarom de focus ook steeds vaker op fans komt te liggen in de recente mediastudies.

In dit onderzoek gaat de aandacht uit naar muzikfans (Kane-fans). Daarom besteed ik hier ook aandacht aan de relevante literatuur met betrekking tot muziek en de rol die muziek speelt bij identiteitsconstructie. Ik sluit vervolgens af met een overkoepelende conclusie die richting geeft aan de empirische studie naar Kane-fans.

1.2.1. Identiteit

Wat is “identiteit”?

De vraag *wie ben ik?* is een vraag die de mensheid, al sinds dat het ‘ego’ werd ontdekt tijdens de Verlichting, bezig houdt. Het antwoord is niet eenvoudig te vinden. Een individu is pluriform, dat houdt dus in dat er meerdere factoren zijn die de ‘ik’ tot stand brengen, bijvoorbeeld sociale positie, baan, geslacht, etniciteit en smaak. De zoektocht naar de antwoorden op de vragen *wie ben ik?* of *wie zijn wij?* en *wie zijn zij?* zijn universeel en van alle tijden (Hijmans, 2003: 114).

Onze huidige tijd wordt op veel terreinen gekenmerkt door een bepaalde mate van onzekerheid. De moderne mens wordt nu geconfronteerd met meer dilemma’s, belangen, opties en verwachtingen dan in het verleden (Bauman, 2001: 121). Vroeger stond in meer of mindere mate de invulling van een persoonlijke identiteit vast, omdat dat door de traditionele rollenpatronen, de beperkte sociale mobiliteit en de “zuil”, godsdienst en opvoeding werd bepaald. Inmiddels is de keuzevrijheid van het individu sterk toegenomen. Filosofen Stine Jensen en Rob Wijnberg benadrukken dat dit als ultieme vorm van ongebondenheid kan worden ervaren, maar dat het ook kan aanvoelen als een onaangenaam grote ruimte (Jensen & Wijnberg, 2010: 17).

Onbeperkte keuzevrijheid kan namelijk de behoefte aan houvast laten toenemen. Een houvast dat niet vanzelfsprekend meer wordt aangeboden door religieuze of politieke autoriteiten. Dit kan tot desoriëntatie en onzekerheid leiden

(Bauman, 2001: 124). Daardoor, stellen Jensen en Wijnberg (2010), groeit zowel op individueel als op collectief niveau het verlangen naar een duidelijk afgebakende identiteit.

Dit maakt de zoektocht naar eenduidige identiteit dus heel actueel. Anton Zijderveld (1987) omschrijft identiteit als alles wat antwoord geeft op de bestaansvragen ‘*Wie ben ik?*’, ‘*Wie zijn wij?*’ en ‘*Wie zijn zij?*’. Ellen Hijmans (2003) acht de definitie van identiteit niet zo eenvoudig. Volgens haar is het moeilijk om een eenduidige definitie voor identiteit te formuleren. In verschillende academische disciplines worden dan ook verschillende omschrijvingen van het begrip gehanteerd. Hijmans heeft de verschillende definities en benaderingen over identiteit samengebracht in het Dynamisch Identiteitsmodel. Hieruit wordt duidelijk dat de identiteitsconstructie zich op twee verschillende niveaus manifesteert.

Allereerst op het persoonlijke niveau. Persoonlijke identiteit wordt geconstrueerd aan de hand van ‘overeenkomst’ en ‘verschil’ (Hijmans, 2003: 118 – 119). Die Overeenkomst moet hier gezien worden als de continuïteit van het individuele Zijn, oftewel een ‘stabiele’ persoonlijkheid. Identiteit is altijd een product uit het verleden, maar richt zich ook op de toekomst. Het verleden kan daarbij continu worden geherinterpreteerd door gebeurtenissen in het heden. Jensen en Wijnberg (2010) stellen daarnaast dat onze wensen, denkbeelden en overtuigingen in sterke mate worden bepaald door gebeurtenissen uit het verleden, zoals de genoten opvoeding, de meegekregen erfelijke eigenschappen, de omgeving waarin je bent opgegroeid en de mensen die je tegen bent gekomen.

Hieruit blijkt dat identiteit niet slechts een momentopname is van het heden, maar een complexe opstelsom van ervaringen en herinneringen die we in de loop der jaren hebben opgedaan (Bauman, 1996: 23). Het gaat hier overigens niet alleen om de eigen ervaringen (uit de eerste hand), maar ook de (familie)geschiedenis die aan je leven voorafging kan bepalend zijn.

Die verschillende tijdsdimensies worden symbolisch geordend en krijgen beslag als ‘biografie’. De biografie, het individuele narratief, is het verhaal over het eigen leven dat personen zichzelf en anderen vertellen (Hijmans, 2003: 122). Hijmans zegt hierover:

In het levensverhaal lijkt het doel van het leven eenheid en continuïteit te zijn, dit wordt zo ervaren, maar het is in feite een noodzakelijk selectieve ordening, want niet alle gebeurtenissen zijn in elke context even relevant.

(Hijmans, 2003: 122)

Het verschil dat ook op persoonlijk niveau een rol speelt in identiteitsconstructie slaat op het belang van individuele uniciteit en karakter. Door

jezelf met anderen te vergelijken en een verschil waar te nemen, ontstaat zelfbewustzijn (Hijmans, 2003: 124).

Het tweede niveau betreft het sociale, collectieve niveau. Ook hier spelen ‘overeenkomst’ en ‘verschil’ een bepalende rol. Overeenkomst richt zich hier op het gebied van conformiteit en traditie. Dat zijn namelijk de entiteiten die mensen samenbinden, waarbij traditie ook die verschillende tijdsdimensies in zich draagt die binnen de identiteitsconstructie essentieel zijn gebleken (Hijmans, 2003: 123).

De Nederlandse historicus Johan Huizinga (1872 – 1945) omschreef geschiedenis ooit als “de geestelijke vorm, waarin een cultuur zich rekenschap geeft van haar verleden” (Lorenz, 1998: 273). Met deze omschrijving gaf hij aan dat geschiedenis per definitie subjectief is. Verschillende sociale groepen houden zich op verschillende manieren bezig met “hun” verleden. Groepen verankeren zo hun identiteit in de geschiedenis. Dit doen zij door zich in bepaalde tradities te plaatsen en ontlenen op hun beurt aan deze tradities hun identiteit (Lorenz, 1998: 281).

Traditie vormt een verbinding met het verleden, manifesteert zich in het heden en is daar betekenisvol, en wordt doorgegeven naar de toekomst. Socioloog Paul Connerton (1989) geeft ook aan dat onze beleving van het heden zeer sterk afhankelijk is van onze kennis van het verleden. We ervaren de wereld immers in een context die causaal verbonden is aan het verleden. Het verleden is zogezegd de ‘aanleiding’ voor de situatie waarin we nu leven (Connerton, 1989: 2). Onze kennis en onze verbeelding over het verleden spelen dus een grote rol in het legitimeren van het bestaansrecht van de hedendaagse sociale orde. Volgens Connerton is er bij het sociaal ervaren van de maatschappij sprake van bepaalde verwachtingen die zijn gefundeerd op herinneringen (Connerton, 1989: 6). Dit sociale geheugen manifesteert zich bijvoorbeeld bij bepaalde tradities, rituelen en praktijken, zoals bij het herdenken van het ontstaan van een bepaalde groep. Tradities, die vaak uit een ver verleden afkomstig zijn, scheppen continuïteit in de samenleving en maken zo deel uit van het individuele narratief waar mensen hun identiteit aan ontlenen (Connerton, 1989: 21). Een collectief verleden verleent de mens op individueel en collectief niveau dus bouwstenen voor een identiteit.

Een collectief verleden kent vele facetten. Ik richt me hier in het bijzonder op de notie van het cultureel geheugen. Hiermee doel ik op de overleveringen uit het verleden die nog steeds een rol van betekenis spelen binnen een cultuur. Een voorbeeld van dat soort overleveringen is erfgoed. Erfgoed is de laatste jaren erg in trek. Erfgoed draagt namelijk een groot potentieel in zich als het gaat om het construeren van structuur, continuïteit en stabiliteit in een moderne samenleving (Kong, 1999: 1). Maar wanneer is iets erfgoed? Volgens geografe Lily Kong (1999) is erfgoed niet louter iets dat stamt uit het verleden. Erfgoed is pas erfgoed wanneer

het een plek heeft vergaard in de geschiedenis en het collectieve geheugen van een groep mensen. Een collectief geheugen impliceert gedeelde herinneringen.

In de hedendaagse maatschappij zou je een ervaring van de interesse voor erfgoed kunnen bespeuren. (Een Nederlands voorbeeld is de presentatie van de canon van de Nederlandse geschiedenis voor het onderwijs in 2006.) Een verklaring voor de toenemende aandacht voor erfgoed ligt in het bijzonder bij de globalisering. Globalisering betekent onder andere het ontstaan van één mondiale cultuur. In dit proces van de globalisering van cultuur dreigen lokale culturen opgeslokt te worden. Hierin schuilt volgens Zygmunt Bauman (2001) de hedendaagse ervaring van erfgoed. Hij geeft namelijk aan dat dingen pas worden opgemerkt als ze ophouden te bestaan. Pas als ze uit de routine van alledag verdwijnen, worden ze zichtbaar en kan er een discussie over hun waarde ontstaan (Bauman, 2001: 121 – 122). Zo is het ook bij erfgoed. Door de globalisering is de waarde en vanzelfsprekendheid van veel erfgoed als onderscheidende culturele factor voor een land of natie ondermijnd.

Globalisering kan gezien worden als het vervlakken van diversiteit tussen culturen. Dit proces heeft een duidelijke tegenbeweging gekregen, omdat de moderne mens zich ook bevindt in een zoektocht naar zelferkenning en zelfbewustzijn (Bauman, 2001: 124). Dit kan gevonden worden in verschillen, in de uniciteit van personen of groepen. In een tijd waar die verschillen dreigen te verdwijnen, wordt er dus meer waarde geschonken aan die dingen die wel onderscheidend kunnen zijn voor een bepaalde groep mensen, zoals cultureel erfgoed.

Naast de notie van een gedeeld verleden en het belang ervan is een ander punt op het gebied van ‘overeenkomst’ op sociaal, collectief niveau: conformiteit. Conformiteit heeft betrekking op de afstemming van gedrag om een goede samenwerking in een groep te bewerkstelligen (Hijmans: 2003: 123). Volgens Hijmans wordt onze identiteit echter ook op collectief niveau geconstrueerd aan de hand van het ‘Verschil’.

Het verschil betreft op collectief niveau distinctie en in- en uitsluiting. Saamhorigheid binnen een groep wordt namelijk gestimuleerd door het bestaan van anderen. De mogelijkheid om je als groep te onderscheiden en te distantiëren van een andere groep versterkt de sociale cohesie (Bauman, 1996: 19 ; Hijmans, 2003: 123). Groepsvorming manifesteert zich op talloze niveaus (ethniciteit, religie, smaak, interesse, belangen, leeftijd, seksuele geaardheid, klasse etc.) en stelt het individu in staat om zichzelf met anderen te verbinden en zich aan de hand daarvan te definiëren, bijvoorbeeld als Kane-fan. Bij wie ik *hoor*, is wie ik *ben*. Volgens de Franse socioloog Pierre Bourdieu (1984) is het verschil een van de organisatieprincipes van onze samenleving. Het verschil biedt de mogelijkheid om door middel van symbolisch kapitaal een sociale positie te verwerven ten opzichte van anderen.

Naast die hang naar lidmaatschap van een groep, bestaat er dus ook een hang naar uniciteit. Door zichzelf te onderscheiden van anderen bestaat immers de mogelijkheid om de Zelf te erkennen. In de hedendaagse consumentenmaatschappij staat de maakbaarheid van het individu centraal. Consumptie wordt in veel reclames namelijk gekoppeld aan meer status, meer aandacht van anderen of meer plezier en geluk. Door te kopen wat je wilt, laat je zien wie je bent (Jensen & Wijnberg, 2010: 184). Dit houdt dus in dat identiteit, in deze huidige commerciële tijd, gezien wordt als iets wat je als vrijgevochten consument kunt aanschaffen.

Bourdieu (1984) stelt echter dat een individu zich niet kan onderscheiden via consumptie. Volgens Bourdieu is smaak gebaseerd op de combinatie van sociaal, cultureel en economisch kapitaal die een persoon bezit ofwel van huis uit heeft meegekregen (de “habitus”). Dat wil zeggen dat hij smaak ziet als zowel een voorwaarde als een consequentie van je sociale positie. Smaak is zo geen ‘form of empowerment’, maar een ‘forced choice’ (Sandvoss, 2005: 34). De habitus van een persoon beperkt diegene dus om een unieke identiteit of onafhankelijk smaakoordeel te construeren. Het individu is slechts in staat om kleine variaties aan te brengen die het gevoel geven een unieke identiteit te hebben (Bourdieu, 1984: 194). Smaakvoorkeuren zijn dus niet zozeer individuele keuzes, maar zijn het gevolg van de sociale omgeving waarin we opgroeien.

1.2.2. Populaire cultuur

Wat is “populaire cultuur”?

Identiteit is dus opgebouwd uit verschillende elementen. Zo hebben we gezien dat smaak en culturele consumptie kunnen meespelen in het proces van identiteitsconstructie. In deze thesis richt ik mij op de culturele consumptie van Kane door fans. In deze paragraaf leg ik uit onder welke vorm van culturele consumptie Kane valt, namelijk onder de actieve receptie van populaire cultuur. Voordat ik daar dieper op in kan gaan is het van belang om eerst aandacht te besteden aan de term ‘populaire cultuur’.

“Cultuur” is het geheel aan instituties, normen, waarden en kunstvoorwerpen en de praktijken waarbij die naar boven komen. “Populair” is een term die refereert aan begunstiging en waardering bij het volk (Merskin, 2008). Populaire cultuur gaat dus over culturele uitingen die op veel waardering en enthousiasme kunnen rekenen bij een groot publiek. De culturele theoreticus Raymond Williams (1985) formuleerde ooit vier definities voor populaire cultuur; (1) objecten of praktijken die als inferieur worden gezien ten opzichte van elitecultuur en dus aanslaan bij een massapubliek; (2) objecten of praktijken die leuk bevonden worden door veel mensen en dus niet slechts bedoeld zijn voor een specifieke, kleine (elite of rijke)

doelgroep; (3) werken die zijn geproduceerd om een groot publiek te trekken en dus sterk gestuurd zijn door de commercie en de consumentenmaatschappij; en (4) dingen die mensen zelf maken (Williams, 1985).

De effectenstudies en passieve perceptie

Aanvankelijk werd populaire cultuur niet serieus genomen in academische kringen. Dit kwam omdat de heersende gedachte was dat mediaconsumerend publiek passief was en zich liet meeslepen door oppervlakkige uiterlijkheden. Ook bestond het idee dat media een manipulerend karakter hadden en bestond er in wetenschappelijke kringen een duidelijke aversie tegen consumentisme (Lewis, 1992: 1). De nadruk wat betreft onderzoek lag in het bijzonder op de effecten van media op het publiek (cf. Gerbner, 1988).

Fandom werd daarbij afgedaan als abnormaal en ziekelijk. Fan-zijn werd gezien als een sociale afwijking (Jenson, 1992: 9). Volgens Jenson (1992) bestonden er twee stereotype beelden van fans. Het eerste stereotype beeld was die van het geobsedeerde individu, dat gezien werd als consequentie van het disfunctioneren van een persoon op sociaal gebied. Het tweede stereotype beeld was die van de hysterische menigte. Hierbij werden fans voornamelijk gezien als gevaarlijke “anderen” (Jenson, 1992: 9).

De negatieve beeldvorming rond het fenomeen ‘fan’ in de vroege mediastudies kan met name worden toegeschreven aan de heersende kritiek die er bestond op verschillende facetten van moderniteit (Jenson, 1992: 10). Er bestond onder academici een grote weerzin tegen moderniteit. Moderniteit had dan wel voor technologische ontwikkeling gezorgd, het had zijdelings ook tot sociale, culturele en morele achteruitgang geleid.

Toonaangevend in deze moderniteitskritiek waren Theodor Adorno en Max Horkheimer (1944) van de Frankfurter Schule. Zij hadden een kritische theorie geformuleerd ten aanzien van de “culture industrie”. Onder “culturele industrie” verstonden zij de toenemende commerciële massacultuur, wat zij zagen als een machtsmiddel waarmee de elite de arbeidersklasse gestandaardiseerde vrije tijdsbesteding op legde, waardoor zij zich niet geheel bewust waren van de zware arbeid die zij moesten leveren en daarom niet in opstand zouden komen (Elavsky, 2008). Entertainment was in de ogen van Adorno een ideologisch instrument om het volk zoet te houden en ze af te leiden van de onderdrukking waarmee ze binnen het kapitalisme te maken hadden. Massacultuur beschouwde hij daarnaast als het verdraaien van de ware rol van kunst in de samenleving. Volgens Adorno elimineerde massacultuur juist de waarden die goede kunst tot stand brengen, zoals een kritisch denkvermogen (Elavsky, 2008). In de visie van de Frankfurter Schule ontstond dan ook de opvatting van de mediagebruiker als passieve consument.

Ook het ontstaan van ‘beroemdheden’ en het *star system* werden benaderd als een gevaar voor de samenleving. Sommige mensen konden ‘verslaafd’ raken aan bekendheden die ze nog nooit in levende lijven ontmoet hadden, waardoor kunstmatige sociale relaties (in de verbeelding) ontstonden die tot een sociaal isolement in de werkelijkheid konden leiden (Jenson, 1992: 11).

Daarnaast bestond door de geruchtmakende en wereldschokkende moorden op beroemdheden, als Mark David Chapman en John Lennon, door fans de veronderstelling dat fandom aanzette tot onredelijkheid en geweld. Een dusdanig vergaande obsessie met een persoon of sportclub (hooliganisme), waarbij men wordt opgehitst door collega-fans, kon van ‘normale’ mensen beesten maken (Jenson, 1992: 11 – 12).

De British Cultural Studies en actieve participatie

In de tweede helft van de twintigste eeuw kwam er steeds meer ruimte voor andere, nieuwe benaderingen met betrekking tot populaire cultuur. Aanvankelijk hadden de academische debatten over populaire cultuur voornamelijk plaatsgevonden op mediapsychologisch gebied. Mediapsychologisch onderzoek (cf. Giles, 2003) legt de nadruk op wat populaire cultuur met mensen doet (passieve perceptie). Ik wil hier echter de focus leggen op wat mensen met populaire cultuur doen (actieve deelneming). Deze benadering komt uit de mediaculturele hoek. De meest gerenommeerde studies op dit gebied zijn afkomstig uit de British Cultural Studies.

De studies, die vanaf de jaren zeventig van de vorige eeuw tot stand kwamen, van onder andere Stuart Hall (1973), David Morley (1992) en Charlotte Brunsdon (1993) zijn bepalend geweest voor de academische inzichten betreffende populaire cultuur. De media en populaire cultuur werden namelijk nooit eerder serieus genomen. De oorsprong van dit wetenschapsterrein kent dan ook een politieke inslag. Door populaire cultuur serieus te nemen trachtten de onderzoekers van het *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) tegenwicht te bieden aan de dubbele standaard in de oordelen over cultuur en de elitaire angst voor populaire cultuur. Hiermee gaven zij een stem aan anders gemarginaliseerde sociale groepen (Sandvoss, 2005: 3) en trokken zij de geldigheid van scheve machtsverhoudingen in twijfel.

Zo zouden bepaalde populaire mediateksten de vrouw neerzetten binnen een discriminerend, conservatief frame (Mason & Meyers, 2001). In een onderzoek van Ann Mason en Marian Meyers (2001) naar het fandom van Amerikaanse vrouwen voor Martha Stewart (mediatycoon die onder andere programma’s presenteerde waar het huishoudelijke leven centraal staat) werd duidelijk dat de opkomst van het Martha Stewart-imperium ervoor heeft gezorgd dat er “een culturele golf aan huishoudelijkheid” plaatsvond in de Verenigde Staten (Mason & Meyers, 2001:

804). Door feministen werd en wordt dit gezien als een stap terug in de emancipatie van vrouwen. Het idee dat vrouwen naar kookprogramma's willen en behoren te kijken is een vorm van conservatief mediagebruik dat gebaseerd is op een stereotype beeld. Hierbij komen wij tot het domein van de 'hegemonie' (cf. Gramsci, 1980). Hegemonie staat voor de dominante ideologische visies van de elite. Deze visies worden via de media de rest van de samenleving opgelegd (Mason & Meyers, 2001: 805).

Media vormen echter niet louter een doorgeefluik voor elitaire opvattingen. Media vormen ook het platform waar de strijd tussen ideologieën gestreden wordt. Media leveren immers verschillende consumptiepatronen en levensstijlen op die als basis fungeren voor identiteitsconstructie (Mason & Meyers, 2001: 805). Dit is precies waar de British Cultural Studies de nadruk opleggen. Morley (1992) benadrukte met het idee van een *active audience* de pluriformiteit van een mediatekst. Een mediatekst kan per individu verschillend geïnterpreteerd worden. Ook Stuart Hall (1973) legde de focus op het polysemische karakter van mediateksten met zijn '*encoding en decoding*'-model dat liet zien dat het publiek verschillende betekenissen kan verlenen en ontlennen aan bepaalde mediateksten.

Voor de ene vrouw kan een bepaald discriminerend frame, wat bijvoorbeeld tot uiting komt in romans (cf. Radway, 1991), tot woede leiden over een stap terug in de emancipatie van vrouwen. Terwijl voor een andere vrouw dit frame, waarbinnen vrouwen worden achtergesteld, juist kan helpen om het eigen leven beter te controleren en op waarde te schatten (Mason & Meyers, 2001: 807). Een mediatekst kan zo enerzijds identificatie bieden, en anderzijds interactie, omdat de mogelijkheid ook bestaat om een tegengeluid te ontwikkelen. Populaire mediateksten kunnen dus worden gebruikt door het publiek om betekenis aan hun leven te geven en zich bewust te maken van hun identiteit.

De overkoepelende conclusies van deze onderzoeken zijn dus dat een mediatekst (in dit geval de muziek van Kane) meerdere betekenissen heeft. Er wordt dus afgestapt van de traditionele effectenstudies met betrekking tot media van de passieve receptie en meer gekeken naar de actieve participatie van het publiek bij het ontvangen van populaire mediateksten. Fans worden hierbij niet meer gezien als culturele dupes, maar er wordt gekeken naar de plek die fandom inneemt in het alledaagse leven van fans. Hierbij ligt de focus op wat er na het punt van consumptie gebeurt. Recent onderzoek richt zich dan ook op de vraag hoe plezier zich verhoudt tot vraagstukken zoals sociale identiteit en sociale machtsverhoudingen (Jenson, 1992: 26).

1.2.3. Fandom en Fancultuur

Wat is fandom en wat is fancultuur?

Naar fandom wordt door het idee van een actief publiek inmiddels anders gekeken. Werd het eerst voornamelijk gezien als uiting van een sociaal disfunctioneren, in de recente mediastudies zien we dat fandom veel positiever wordt benaderd. Het is dan ook niet eenvoudig om een neutrale definitie van fandom en fancultuur te vinden.

Fan is in eerste instantie een afkorting van ‘fanatiek’. Volgens Janet Staiger (2005) kan een fan zich als fan betitelen wanneer er sprake is van:

not by being a regular viewer of a particular viewer but by translating that viewing into some type of cultural activity, by sharing feeling and thoughts about (...) the content with friends joining a community of other fans who share common interests.

(Staiger, 2005: 95)

Fandom is iets emotioneels, daarom wordt het vaak los gezien van ‘hoge cultuur’. Volgens Matt Hills (2002) is een fan iemand die geobsedeerd is door een bepaalde beroemdheid, film, televisieprogramma of band. De vraag is of een liefhebber van klassieke muziek of wetenschap ook betiteld kan worden als fan. Lisa A. Lewis (1992) benadrukt dat dit onderscheid tussen hoge en lage cultuur moet los staan van fandom en fancultuur, omdat we eigenlijk allemaal fans zijn. We respecteren, we bewonderen en we begeren allemaal, waardoor wij allemaal ook onderscheid maken en verbintenissen vormen.

Het domein waar die uitingen van fangedrag plaatsvinden en naar buiten worden gebracht heet de fancultuur. Hier wordt het individueel opgedane culturele kapitaal betreffende het fanobject uitgewisseld met andere fans (Hills, 2002: 44) en komen bepaalde fangerelateerde conventies tot uiting, zoals het kopen van merchandise, het kleden zoals de bandleden etc.

Groeiende interesse in de “fan”

Een speciale focus in de wetenschappelijke discipline rond populaire cultuur is weggelegd voor de ‘extreme liefhebber’ of fan. Fans worden interessant bevonden en meer als studieobject gebruikt en gezien omdat mensen die een dergelijke ‘enorme investering’ doen in een cultureel product (hier: muziek) het “verdienen” om serieus genomen te worden. Fandom gaat immers verder dan slechts consumeren. Zoals al eerder aan bod is gekomen, produceren fans namelijk betekenis en alternatieve teksten. Daarbij kan die betekenis per fan verschillen, een mediatekst is immers pluriform. In het geval van Kane-fans kan een tienermeisje fan zijn van Kane, omdat

zij Dinand Woesthoff een aantrekkelijke zanger vindt en een man van middelbare leeftijd kan fan zijn van Kane, omdat hij zich kan identificeren met de songteksten.

John Fiske (1989b) legt dit produceren van verschillende betekenissen uit aan de hand van de metafoor van de spijkerbroek. De spijkerbroek is een gestandaardiseerd massaproduct, stelt hij. Desalniettemin is de betekenis van een spijkerbroek niet voor elke drager ervan hetzelfde. Spijkerbroeken worden immers door de punksubcultuur heel anders gedragen dan door een klassieke advocaat op *casual friday*. Hoewel het een populair massaproduct is stelt het dus wel sociale groepen in staat zich te onderscheiden van andere sociale groepen (Sandvoss, 2005: 12).

Een tweede punt ter verklaring van de groeiende wetenschappelijke interesse voor fandom is de complexiteit van plezier. De Britse Cultural Studies proberen inzicht te krijgen in de verhouding tussen plezier en de vraagstukken rond sociale identiteit en sociale machtsrelaties. Aan de hand van het bestuderen van fandom kan men vaststellen wat de waarde en betekenis van populaire cultuuruitingen is in de hedendaagse maatschappij en zo kan men inzicht trachten te verkrijgen in het alledaagse leven (Jenson, 1992: 27).

Daarnaast zagen we eerder al dat de zoektocht naar identiteit momenteel heel actueel is. Nu dat voorheen machtige instituties en praktijken, zoals religie en politiek, enigszins in hun gezag zijn aangetast en dus niet meer per definitie identiteitsbepalend zijn, ontstaat er in academische kringen steeds meer erkenning voor het gegeven dat actieve, populaire cultuur wel eens een grote rol kan spelen in de hedendaagse identiteitsvorming (Jenkins, 2006: 1).

Fandom en identiteit

Zoals al vermeld maakt Pierre Bourdieu een koppeling tussen smaak en sociale positie. In feite geeft Bourdieu (1984) met deze opvatting de essentie weer van het fandom: het principe van smaak als onderscheidend (distinctief) of bevestigend patroon in consumptie. Door te consumeren wat met jouw “klasse” wordt geassocieerd bevestig je jouw sociale positie tegenover anderen. In het verlengde van de theorie van Bourdieu ga ik hier verder in op mogelijke identiteitsbepalende facetten van fandom.

Lawrence Grossberg (1992) geeft in één van zijn studies aan dat fandom ‘performatief’ is. Hiermee wordt bedoeld dat investeren in een fanobject kan laten zien wie je bent. Er bestaat dus een direct verband tussen de constructie van een sociale identiteit en fandom. Hierdoor krijgt het fanobject een plek op de ‘*mattering maps*’ van fans (Grossberg, 1992). *Mattering maps* worden gevormd door wat Grossberg ‘*affect*’ noemt. *Affect* staat voor hetgeen wat kleur, toon of structuur biedt aan onze ervaringen. *Affect* geeft aan waar wij ons prettig, comfortabel en ‘thuis’ bij

voelen. Zo organiseert het onze *mattering maps* ofwel onze richting en stabiliteit in het leven. *Mattering maps* beslaan dus de gevoelens, de kwantiteiten en plekken waar onze energie opgericht is en construeren dus zo voor een groot gedeelte onze identiteit (Grossberg, 1992: 57 – 58).

Voor sommige fans kan een fanobject dusdanig van belang zijn dat het een dominant gedeelte vormt van hun identiteit. Bij fans waarbij hun fanobject zo overheersend aanwezig is in hun identiteit, spreken we vaak over een subcultuur. In deze categorie kiezen fans voor bijvoorbeeld de kledingstijl, de houding in de maatschappij en de woordkeuze die correspondeert met die van hun fanobject. Hier kan de fan zijn of haar identiteit ‘uitbesteden’ aan het fanobject. De fan geeft het fanobject dan de autoriteit om namens hen te spreken. Fans laten hun identiteit dan dus vormgeven aan de hand van het fanobject (Grossberg, 1992: 59). Voor andere fans kan het louter een deel zijn dat hun identiteit kleurt en iets onderscheidends mee geeft, maar wat hun identiteit niet in zijn geheel definieert. Fans hebben in die zin in eigen hand hoe prominent hun fanobject aanwezig is binnen hun leven en identiteit.

De Duitse socioloog Cornel Sandvoss (2005) benadrukt dat er ondanks die verschillende gradaties in fandom, fandom in elk geval een vorm van consumptie is waarin een affectieve relatie met betrekking tot een mediaobject schuil gaat. Deze relatie heeft volgens Sandvoss fundamentele consequenties voor de psychologische, sociale en culturele identiteit van een persoon (Sandvoss, 2005: 8 – 9). Hij ziet fandom niet als een uiting van innerlijke behoeften aan plezier, maar als een fundament van de Zelf. Het zijn van een fan reflecteert en construeert persoonlijke identiteit (Sandvoss, 2005: 52). Emoties en fantasieën die fans koesteren brengt het fanobject naar buiten. Het fanobject reflecteert zo een gedeelte van de persoonlijkheid van de fan. Sandvoss stelt dus dat het fanobject verweven is met ons zelfbeeld en een spiegel vormt voor onze eigen voorkeuren, opvattingen en wensen.

Hij verwijst hierbij naar de Griekse mythe over Narcissus, een jongeman die verliefd wordt op zijn eigen spiegelbeeld die hij als reflectie ziet verschijnen in het water van een rivier. Sandvoss pleit voor een model voor fandom waarin fandom wordt gezien als een vorm van narcistische zelfreflectie tussen de fan en het object van zijn of haar fandom (Sandvoss, 2005: 98). Doordat fans zichzelf constant spiegelen aan hun fanobject leggen ze uiteindelijk de autoriteit over hun eigen levensopvattingen en waarden bij het object van fandom neer, waardoor deze een aanzienlijke macht uitoefent op het Zijn van de fan (Sandvoss, 2005: 104).

Sandvoss verbindt dit met commercie. Volgens hem zijn die wensen, emoties, fantasieën en waarden die fans reflecteren op hun fanobject namelijk voortgekomen uit de steeds dominantere rol van mediaconsumptie in de hedendaagse samenleving. Fandom is daarom in zijn ogen niet zo zeer een reflectie van de individuele Zelf, maar van de Zelf die bestaat binnen de omstandigheden van de industriële

moderniteit (Sandvoss, 2005: 165). Een fan is in die zin niet louter een afspiegeling van zijn of haar fanobject, maar van zijn of haar consumptiegedrag.

Wat blijkt uit de theorieën van Sandvoss (2005) en Grossberg (1992) is dat fandom per fan kan verschillen. Fandom manifesteert zich in verschillende gradaties. Verschil tussen fans kan op verschillende manieren worden opgespoord. Allereerst stelt Philippe Meers (2006) dat er verschillende niveaus van fandom bestaan die gebaseerd zijn op het bezit van ‘cultureel kapitaal’. Eén fan kan suggereren dat hij/zij meer cultureel kapitaal heeft dan een andere fan en daarmee hoger aanzien genieten in een specifieke fangemeenschap (Meers, 2006). Hierdoor kunnen er ook machtsconflicten plaatsvinden in een fangemeenschap, omdat fans elkaar proberen te overtroeven in het fan-zijn. Deze machtsverhoudingen tonen aan dat fans zich er van bewust zijn dat zij zich in een groep bevinden. Er bestaat besef over het gegeven dat een bepaalde interesse voor een tekst mensen met elkaar verbindt en er dus een gedeelde groepsidentiteit bestaat.

Fandom kan dus deel uitmaken van een biografie of narratief van een persoon, doordat het deel uit maakt van iemands persoonlijke identiteit. Tegelijkertijd kan het ook een bijdrage leveren in het ontstaan van een gemeenschappelijke of collectieve identiteit, doordat fandom mensen samenbrengt door middel van sociale praktijken (zoals consumptie) en daarmee gepaarde gedeelde ervaringen. Bij het analyseren van een collectieve identiteit is het essentieel om in ogenschouw te nemen dat identiteit voor een groot deel wordt geconstrueerd in het verleden, zoals we eerder zagen bij Hijmans (2003), Bauman (2001) en Kong (1999). Het verleden bepaalt, bijvoorbeeld in de vorm van tradities (Connerton, 1989), voor een groot deel de situatie en positie in het heden. Collectieve identiteit ontleent dus betekenis aan een gedeeld cultureel geheugen (cf. Van Dijck, 2006: 357).

1.2.4. Muziek

Populaire muziek en cultureel geheugen

In deze thesis beoog ik het belang van een cultureel geheugen in de fancultuur rond Kane in kaart te brengen. Dit heeft als doel om inzicht te verkrijgen in de rol van collectieve herinneringen in fandom. Kong (1999) geeft aan dat populaire muziek ook gebaseerd is op collectieve herinnering en saamhorigheid binnen een groep kan genereren. Van Dijck (2006) onderstreept dat muziek deel uitmaakt van ons collectieve culturele geheugen. Het samen luisteren van muziek, het onderling uitwisselen ervan en het praten over muziek verbindt mensen binnen een bepaalde gemeenschap of een bepaalde generatie met elkaar (Van Dijck: 2006: 357).

Ook op persoonlijk niveau kan muziek herinneringen genereren (Van Dijck, 2006). Herinneringen aan vakanties, liefdes, overleden dierbaren of aan een hele

levensfase kunnen verbonden worden aan een lied en elke keer wanneer een persoon dat bewuste nummer hoort, komen die herinneringen weer naar boven.

Deze individuele herinneringen worden bijna uitsluitend gevormd in de context van omvangrijkere sociale praktijken (Van Dijck, 2006: 367). Een dergelijke herinnering wordt versterkt door uitwisseling van muziek met anderen, door een populair radioprogramma of door de ervaring van een concert. Mediawetenschapper José van Dijck (2006) legt ook uit dat dit gegeven van individuele herinneringen bouwstenen levert voor een collectief cultureel geheugen en bij het ontstaan van nationaal erfgoed. Muziek kan dus individuele herinneringen versterken en omdat die herinneringen vaak gedeeld worden door meer mensen, kan muziek zo een rol spelen in het ontstaan van saamhorigheid.

Die gezamenlijke ervaringen met muziek kunnen op de lange termijn effect hebben op de persoonlijkheid. Uit een onderzoek van Andy Bennett (2006) naar de oudere generaties punkfans blijkt bijvoorbeeld dat die punkfans in de jaren zeventig een soort bewustzijn hebben opgedaan dat hen nog altijd stuurt in het leven. Daarnaast vinden zij het belangrijk om betrokken te blijven bij de punksubcultuur. Hun lange ervaring binnen de *scene* geeft hen ook het recht om een soort bevoorrechte positie in te nemen bij concerten (Bennett, 2006: 228). De subcultuur met de daarbij behorende contacten biedt hen zodoende een ‘status’, waaraan zij een deel van hun identiteit ontlenen.

Verder vormen jaarlijkse evenementen, zoals punkfestivals belangrijke ijkpunten in de ‘collectieve agenda’ van de oudere punkfans (Bennett, 2006: 230). De festivals bieden de gelegenheid om in contact te komen met andere punkfans en dat wordt ervaren als ‘thuis komen’. De punksubcultuur fungeert dan als sociale lijm die mensen met elkaar verbindt. De gedeelde ‘uitstraling’ van de punk, de gedeelde, langdurige toewijding aan de ‘scene’ en het gedeelde muzikale erfgoed komen samen bij die festivals en bieden zo de binding om de collectieve identiteit van de punkfans in stand te houden (Bennett, 2006: 231).

Eerder kwam al aan bod dat muziek op collectief niveau als erfgoed, en daarmee als cultureel geheugen, een rol spelen in de geschiedenis van een groep. Het belang van een bepaald onderdeel van de geschiedenis valt of staat bij de mate waarin het vertegenwoordigd is binnen het cultureel erfgoed. Voor bepaalde bevolkingsgroepen is het in ere houden van bestaand erfgoed of het ‘uitvinden’ van ‘nieuw’ erfgoed van groot belang in hun zoektocht naar erkenning en een collectieve identiteit (Kong, 1999: 21). Voor de Indonesische bevolking in Nederland kan muziek een rol spelen op dit gebied. De Indosound is iets wat hen verbindt en waaraan ze herinneringen (op persoonlijk en collectief niveau) koesteren. Kane is door middel van de Indonesische achtergrond van de zanger en de gitarist geworteld in deze Indocultuur. De vraag is of Indische fans van Kane de band zien als een

voortzetting van het Indonesische culturele geheugen in Nederland in de hedendaagse populaire muziek en of zij daar identiteitsbepalende elementen aan ontlenuen. Daarnaast kunnen de fans van Kane ook op grond van andere aspecten een gedeeld verleden hebben waaraan zij hun collectieve identiteit verbinden, zoals gezamenlijke kennis over de band en gezamenlijke ervaringen van concerten.

1.2.5. Conclusie en probleemstelling

In de afgelopen decennia hebben grote identiteitsbepalende instituties, zoals religie, etniciteit en geslacht aan gezag ingeboet. De moderne mens moet haar of zijn identiteit nu dus veelal construeren aan de hand van andere factoren die verschil en overeenkomst tussen mensen bepalen. In de bestaande literatuur wordt in dit kader vaak verwezen naar het belang van het verleden, de deelname aan een groep en de onderscheidende kracht van smaak.

Smaak is een factor die zich tegenwoordig nadrukkelijk laat gelden bij noties van populaire cultuur. In wetenschappelijke kringen is er lange tijd neergekeken op populaire cultuur, omdat de overtuiging dat de moderne media de mens passief en dom maakten (of hielden) dominant was. Door de studies van in het bijzonder het *Birmingham Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS)* is de interesse gegroeid in populaire cultuur. Uit deze onderzoeken werd namelijk duidelijk dat populaire cultuur mensen uitnodigt tot actieve deelname en het produceren van alternatieve betekennissen bevordert.

In lijn met de groeiende interesse voor populaire cultuur won het terrein van fandom en fancultuur ook aan belangstelling. Uit de bestaande theorie blijkt dat fandom in verschillende gradaties kan meespelen bij het bepalen van identiteit. Fans gebruiken hun fanobject als spiegel om hun eigen zelfbeeld op te projecteren. Het fandom zorgt ervoor dat zij deel uitmaken van een bepaalde groep en zich ‘afzetten’ tegen andere groepen. Hierdoor groeit het zelfbewustzijn van een fan.

Een onderdeel van de populaire cultuur waarin fandom zich nadrukkelijk manifesteert is de muziek. Muziek kan sentimenten oproepen van een verleden en een gevoel van saamhorigheid genereren. Hierdoor kan muziek gezien worden als een vorm van cultureel erfgoed.

Hoewel in de literatuur aan bod komt dat een gedeeld verleden en erfgoed een rol kunnen spelen bij identiteitsconstructie, bestaat er weinig aandacht voor de rol van cultureel geheugen in fandom. Het doel van dit onderzoek is het exploreren en analyseren van een mogelijke koppeling tussen gezamenlijke herinneringen, gedeeld erfgoed en fandom. Daarom wil ik me in deze thesis buigen over de vraag *welke rol een gedeeld cultureel geheugen speelt in het fandom van Kane-fans*. De bandleden, Dinand Woesthoff en Dennis van Leeuwen, suggereren zelf veel waarde te hechten

aan hun Indonesische roots de vraag is in hoeverre dat gevoel ook bestaat bij de fans van Kane en of dat gevoel bepalend is voor het fandom.

Er kan natuurlijk pas aangegeven worden of de Indonesische achtergrond van de bandleden van Kane een rol speelt in het fandom en de fancultuur wanneer het complete plaatje van dat fandom en die fancultuur is opgetekend. Daarom zal ik onder de deelvraag: *Waarom zijn Kane-fans fan van Kane en in hoeverre maakt Kane deel uit van hun identiteit?* de Kanefancultuur in beeld trachten te brengen. Hiermee probeer ik er achter te komen wat de belangrijkste motieven van de fans zijn om fan te zijn van Kane en of bij die motieven een gedeeld verleden in de fancultuur een factor van belang is.

Voor het beantwoorden van mijn hoofdvraag is het echter ook essentieel dat ik specifiek op zoek ga naar indicatoren die verwijzen naar Indocultuur. Daarom stel ik als tweede deelvraag: *Wat is de rol van de Indocultuur in de fancultuur rond Kane?*

Hoofdstuk 2: Methoden

2.1 Positionering van het onderzoek

Dit onderzoek is uitgevoerd in het kader van een Master Scriptie voor de studie Media en Journalistiek. In mediastudies zijn in grote lijnen drie soorten onderzoek te onderscheiden namelijk onderzoeken naar productieprocessen (industrie), onderzoeken naar een mediumproduct en onderzoeken naar receptie van een mediumproduct (De Vries, 2010 [2008]: 22). Die laatste genoemde onderzoeksvorm heeft betrekking tot studies naar de *gebruikers* van media en daarom valt dit onderzoek in die categorie. Ik beoog hier namelijk antwoorden te vinden op de volgende vraag:

Welke rol speelt een gedeeld cultureel geheugen, zoals de Indonesische achtergrond van de bandleden van Kane, in het fandom en de fancultuur rond Kane?

Het onderzoek richt zich dus op de motivaties van Kane-fans (mediagebruikers) voor hun fandom voor Kane (mediumproduct), waarbij specifiek wordt gekeken naar een mogelijke rol van cultureel geheugen. Hiermee kan dit onderzoek geschaard worden onder de noemer van receptiestudies.

2.2 De kwalitatieve analyse

Om te onderzoeken wat de rol is van Indonesische afkomst en andere vormen van een gedeelde identiteit en cultureel geheugen in het fandom rond Kane heb ik elf Kane-fans geïnterviewd. Ik beoogde op deze manier te achterhalen wat de motieven zijn van deze mensen om Kane-fan te zijn en hoe dat fandom tot uiting komt in hun persoonlijke identiteit. Ik ben dus op zoek gegaan naar de betekenissen die Kane-fans geven aan hun fanobject (Kane). Deze doelstelling, het achterhalen van betekenisgeving op individueel niveau, impliceert één van de belangrijkste onderzoeksvragen die de basis van kwalitatief onderzoek vormen (Wester & Peters, 2004: 191). Ik zal hier aangeven welke kwalitatieve onderzoeksmethoden ik in deze thesis heb gehanteerd en leg daar verantwoording voor af.

Kwalitatief onderzoek kenmerkt zich door een niet vaststaande werkwijze. Dat houdt in dat de onderzoeker een eigen weg door het materiaal zou moeten vinden

(Wester & Peters, 2004: 191). Kwalitatief onderzoek kent zodoende een open karakter en kan ook voornamelijk gezien worden als een leerproces, waarbij de onderzoeker zijn of haar inzichten voortdurend moet bijstellen aan nieuwe empirische uitkomsten. Kwalitatief onderzoek karakteriseert zich door het cyclische proces van waarneming en analyse, dat gepaard gaat met constante reflectie op de resultaten daarvan (Wester, 2004).

2.3 Het diepte-interview

Ik heb gekozen voor het diepte-interview als voornaamste methode om data te verzamelen over de fancultuur rond Kane. Een interview geeft namelijk een directe observatie weer van de empirische wereld (Blumer, 1969) en verleent daarmee toegang tot het persoonlijke proces van de constructie van betekenis en spoort culturele betekenissen op. En dat is wat ik met dit onderzoek wilde bereiken. Ik wilde namelijk nagaan wat voor betekenis Kane heeft in het leven van Kane-fans en of die betekenis gestoeld is op een cultureel geheugen. Daarnaast biedt het diepte-interview de mogelijkheid om gevoelige en moeilijke onderwerpen op een uitgebreide manier te bespreken.

Een diepte-interview geeft inzicht in een bepaald aspect van het leven van een individu, waar die persoon de nodige ervaring mee heeft en vaak kennis over in pacht heeft (Charmaz, 2003: 312). Het interview kan zo visies en standpunten aan het licht brengen uit de subjectieve wereld van een persoon.

De door mij uitgevoerde interviews waren semigestructureerd. Wat in houdt dat ik aan de hand van een topiclijst het interview wel enige richting heb gegeven, maar met name de respondent zelf aan het woord liet. Als interviewer heb ik mijn eigen opvattingen moeten loslaten en moeten inspelen op wat de respondent te vertellen had (Charmaz, 2003). Ik werkte dan ook niet met vaste vragenlijsten, maar alleen met topics en ik heb getracht louter open vragen te stellen. Mijn rol als interviewer was het actief stimuleren van het narratieve proces.

2.3.1. Topiclijst(en)

Zoals ik al aan gaf hebben de diepte-interviews in deze thesis plaatsgevonden in een semigestructureerde setting. Ik heb dus geen vaststaande vragenlijst met de respondenten afgewerkt, maar ik heb hen enkel aanzetten gegeven om hun eigen verhaal over Kane, hun fandom en identiteit te verwoorden. Door die aanzetten was ik in staat de interviews enigszins te sturen zonder het narratieve proces te verstoren. Die aanzetten kwamen bij het eerste interview voort uit het theoretisch kader. De

theorie bood mij namelijk enkele topics (thema's; *sensitizing concepts*) die ik centraal wilde zetten in de interviews.

In de eerste topiclijst stonden de volgende thema's ('*sensitizing concepts*') centraal: de biografie van de respondent, welke verwijst naar de theorie over identiteit. Ook komt de waardering voor de muziek van Kane aan bod. Dit refereert aan smaak als vorm van distinctie (Bourdieu, 1984), uniciteit als factor in identiteitsconstructie (Hijmans, 2003 & DeNora, 1999) en de complexiteit van plezier (Jenson, 1992). Daarnaast stelde ik vragen die specifiek over Kane, en de betekenis die de fan aan Kane verleende, gingen, waarmee ik de koppeling trachtte te leggen met de spiegelmetafoor van Sandvoss (2005) en de Mattering's Maps van Grossberg (1992). Daarbij kwamen ook de gedeelde ervaringen van concerten aan de orde die gekoppeld konden worden aan de uitspraken van Bennett (2006) en Van Dijck (2006) over het groepsgevoel dat muziek kan stimuleren. Ten slotte, ging ik in op de fangemeenschap wat verwees naar een wij-gevoel (Hijmans, 2003 & Bauman, 2001).

Aan de hand van het eerste interview heb ik de tweede topiclijst aangevuld met een aantal nieuwe thema's. De thema's besloegen hier de vergelijking met andere Nederlandse en buitenlandse bands, de vraag of Kane genoeg waardering en erkenning krijgt, het ontbreken van internationaal succes voor de band, de kennis over de bandleden en de betekenis van Den Haag en de Indorock.

Deze procedure heb ik na elk volgend interview herhaald. Zo zijn er aan de hand van de diepte-interviews concepten bijgekomen en concepten verwijderd. Ik heb zo getracht de topiclijsten up-to-date te houden met mijn bevindingen en om te onderzoeken of deze bevindingen van belang waren kon ik het als topic bij volgende interviews aan bod laten komen. De concepten die uiteindelijk zijn overgebleven zijn dus bij de meeste interviews aan de kaak gesteld.

2.4 De gefundeerde theoriebenadering

De data-analyse heb ik gebaseerd op de gefundeerde theoriebenadering. Het doel van deze benadering is het opstellen van een nieuwe theorie. Dat is te pretentief voor een Master Thesis. Desalniettemin, heeft de gefundeerde theoriebenadering mij wel de nodige leidraden geboden bij de analyse van de data.

De gefundeerde theoriebenadering is niet zozeer een methode, maar meer een onderzoekshouding. Deze benadering werd in 1967 vormgegeven door Barney Glaser en Anselm Strauss (1967) als antwoord op de destijds heersende kritiek op kwalitatieve onderzoeksmethoden. Zij erkenden dat interviews onsystematisch zijn, maar benadrukten dat er wel algemene regels in naar voren kwamen. Interviews (of

andere vormen van kwalitatieve onderzoeksmethoden, zoals focusgroepen of het laten bijhouden van dagboeken door respondenten) zijn waardevol om processen naar boven te halen (Glaser & Strauss, 1967).

Bij de gefundeerde theoriebenadering ben je als onderzoeker zelf het instrument. In die rol dien je flexibel te zijn en open te staan voor nieuwe inzichten en andere invalshoeken (Charmaz, 2003: 312). Onderzoek gebaseerd op deze benadering kent verschillende fases. Ik richt mij hier op enkele stappen die voor dit onderzoek relevant waren. Allereerst, de fase van *exploration*, waarbij gedurende het transcriberen van de interviews opvallende en relevante concepten worden geformuleerd. Vervolgens volgt de *specification* fase, waarbij er verbanden worden gelegd tussen de concepten die uit de empirie zijn voortgekomen en de concepten die in het theoretisch kader aan bod zijn gekomen. Hier gaat het om het beschrijven van overeenkomsten en verschillen en het kijken naar mogelijke aanvullingen. Daarna volgt de *reduction* fase. Het aantal concepten wordt hierbij verkleind. Dat wil zeggen dat concepten die een zelfde thema beslaan worden samengenomen. Uiteindelijk blijven er dan ook aantal overkoepelende concepten over die vervolgens geïntegreerd kunnen worden in de bestaande theorie (cf. Corbin & Strauss, 1990: 6 – 12).

2.4.1. De constante vergelijking

De kern van deze data-analyse is de constante vergelijking. De constante vergelijking kenmerkt zich door het cyclische proces van observatie en analyse (Wester, 2004 ; Boeije, 2002: 393). Gedurende de analyse worden dus telkens de cases (in dit geval de verschillende interviews) met elkaar vergeleken.

Het vergelijken vindt plaats aan de hand van het open, theoretisch (ook wel *axial* genoemd) en selectief coderen van tekstfragmenten uit de interviews (Corbin & Strauss, 1990). Dit gebeurt volgens het stappenplan van de gefundeerde theoriebenadering. Het open coderen houdt in dat er labels worden gegeven aan bepaalde concepten die naar voren komen in de interviews. Elk antwoord van een respondent wordt gelezen met de volgende vragen in het achterhoofd: *waar gaat dit over?* en *wat betekent het?* (Boeije, 2002). Deze labels zijn voorlopig, omdat ze aangepast kunnen worden wanneer er uit volgende interviews nieuwe inzichten betreft het concept optreden. Hierbij moet de onderzoeker haar of zijn eigen ideeën en opvattingen wederom negeren. Het theoretisch coderen is het beschrijven van relaties tussen de labels. Ook die relaties zijn onderhevig aan nieuwe inzichten uit nieuwe interviews. Daarna volgt het selectieve coderen, waarbij het aantal concepten wordt gereduceerd naar een aantal overkoepelende thema's (Corbin & Strauss, 1990). Het doel is dat deze overgebleven thema's de onderzoeksvraag kunnen beantwoorden.

2.4.2. Het coderen

Bij de eerste fase van het coderen (het open coderen) heb ik de in de interviews aan bod gekomen thema's benoemd. Voor dit onderzoek relevante thema's zette ik apart in een Worddocument en labelde ik met een conceptnaam, bijvoorbeeld "Identificeren met songteksten" of "Verzamelen van spullen over Kane hoort bij het fandom".

Uiteindelijk heb ik de concepten ondergebracht onder overkoepelende kopjes, zoals "Motieven voor fandom", "Muziek en identiteit", "Kane-fandom en identiteit", "Indonesische roots", "Overig gedeelde identiteit" en "Haagse rock". Hier ging het dus om het leggen van verbanden en het ontwaren van overeenkomsten en verschillen, oftewel het theoretisch coderen.

Naarmate ik meer interviews had afgelegd werd duidelijk dat sommige concepten minder waardevol waren dan anderen, waardoor sommige concepten afvielen. Bij de actieve analyse, waarbij het dus essentieel was een duidelijke rode draad door de interviews te achterhalen, heb ik weer meer concepten laten vallen, zodat dat alleen de meest belangrijke concepten met het oog op mijn vraagstelling zijn overgebleven. Hiermee heb ik ook de reductiefase afgerond.

2.5 Contextualisatie

Om de bevindingen uit de diepte-interviews te contextualiseren en de validiteit van dit onderzoek enigszins te laten toenemen, heb ik naast de interviews ook een kleinschalige etnografische studie uitgevoerd. Een etnografische studie bestaat uit het observeren van culturele praktijken en heeft een beschrijvend karakter (Carbaugh, 2008). Hierbij heb ik de officiële Facebookpagina en de Hyvespagina van Kane geobserveerd en heb ik fans geobserveerd bij twee concerten van de Singles Only-reeks eind mei 2011. Dit deel van het onderzoek heeft een aanvullende rol. De interviews zijn de leidraad van deze thesis. Deze participerende observatie heb ik louter uitgevoerd om deze interviews in een context te plaatsen. Ik wilde namelijk een zo goed mogelijk inzicht krijgen in de fancultuur rond Kane. Daarom was het ook van belang om deel te nemen aan deze fancultuur en de fans en hun gedrag te observeren.

De data uit deze kleinschalige participerende observatie, die ik bij de Singles Only-concerten van Kane heb uitgevoerd, heb ik uiteindelijk alleen gebruikt als leidraad bij het samenstellen van een onderzoekspopulatie (respondenten).

2.6 De respondententent

2.6.1. Het zoeken en vinden van respondententent

Ik heb op verschillende manieren gezocht naar respondententent voor dit onderzoek. Allereerst, heb ik via het management van Kane een aantal fansites toegestuurd gekregen, waarvan ik de fans heb uitgenodigd voor een interview. Daarnaast heb ik gedurende een aantal maanden de officiële Facebook-pagina en Hyves-pagina van Kane gadeslagen om er achter komen wie de actieve Kane-fans waren. Uiteindelijk heb ik veel van die actieve fans op deze sociale netwerken, waaronder een aantal Indische fans waarnaar ik specifiek op zoek ben geweest, een bericht gestuurd, waarin ik om hun medewerking aan dit onderzoek vroeg. Via deze weg ben ik aan vier respondententent gekomen, te weten Ron, Daniella, Monique en Maureen.

Ook heb ik mijn eigen netwerk ingeschakeld. Dit hield in dat ik mijn vrienden en kennissen heb gevraagd of zij Kane-fans waren of kenden. Op deze manier heb ik zeven respondententent voor het onderzoek gevonden. Dit zijn Davy, Gina, Maik, Romy, Desiree, Jordy en Bianca.

Daarnaast heb ik in de hal van de Erasmus Universiteit Rotterdam een advertentie geplaatst, waarin ik aangaf op zoek te zijn naar Kane-fans. Op deze advertentie heb ik echter geen reacties gekregen en dus ook geen respondententent kunnen werven.

Uit de observaties bij de concertreeks en op de officiële fanpagina's op internet bleek dat vrouwen tussen de dertig en veertig jaar oud een dominante groep vormen in de fangemeenschap rond Kane. Daarom heb ik ook veel vrouwen uit die leeftijdscategorie opgenomen onder mijn respondententent. Het is dus min of meer representatief om deze groep een dominante positie te verschaffen in de samenstelling van mijn groep aan respondententent. Dit deel van de steekproef kan gezien worden als selectie op basis van statistische representativiteit.

Voor de rest van de selectie heb ik echter de theoretische steekproefmethode gehanteerd. Dit houdt in dat ik specifiek op zoek ben gegaan naar variatie binnen de onderzochte populatie, omdat zo de verschillende vergelijkingsgevallen voorkomen die de diversiteit in de fangemeenschap van Kane representeren (cf. Hak, 2004).

Omdat ik in de vraagstelling expliciet refereer aan het belang van de Indonesische achtergrond van de bandleden van Kane in Kane-fandom, ben ik ook doelgericht op zoek gegaan naar Indische fans.

2.6.2. Uiteenzetting van de respondententent

De respondententent Gina, Romy, Daniella, Monique, Bianca en Maureen vallen binnen de categorie van vrouwen van de leeftijd begin dertig tot eind veertig, die ik op basis

van de uitkomsten van mijn kleinschalige participerende observatie dominant wil laten zijn in de groep van respondenten.

Daarnaast ben ik dus specifiek op zoek gegaan naar Indische Kane-fans, om het belang van de Indische roots te onderzoeken. Ik heb uiteindelijk vijf Indische Kane-fans gevonden. Het gaat hier om Gina, Daniella, Monique, Desiree en Maureen. Hierbij is Gina van Indische afkomst, zijn Desiree en Maureen ‘halfbloedjes’ en zijn Monique en Daniella ‘kwartjes’.

Voor de diversiteit binnen de groep heb ik ook een aantal jonge mannen geïnterviewd. Dat waren Davy van 19 jaar oud, Maik van 19 en Ron van 24. Daarnaast heb ik Jordy geïnterviewd van 31 jaar. Naast de vrouwen van de leeftijdscategorie 30 – 50, heb ik ook nog Desiree van 25 geïnterviewd.

De respondenten zijn werkzaam in verschillende sectoren of nog student. Maik studeert bijvoorbeeld voor piloot en Davy studeert voor leraar basisonderwijs. Jordy is al leraar op een basisschool. Ook Daniella is actief in de onderwijssector. Zij werkt als administratieve hulp bij een ROC. Ron is autopoeitser. Gina is bedrijfsleider van een zorginstelling voor ouders met zieke kinderen. Ook Bianca is actief in de zorg. Romy werkt als re-integratiecoach. Monique werkt als hoofdcaissière bij een supermarkt. Desiree heeft Media en Entertainmentmanagement gestudeerd en werkt nu als secretaresse.

2.6.3. Setting van de interviews

De meeste interviews vonden plaats bij de respondent thuis. Met Ron heb ik echter afgesproken in een café in Den Bosch. Ook met Maureen vond het interview plaats in een café. Dat was in Eindhoven.

Het interview van Monique en Daniella was een duo-interview en was hiermee het enige interview in dit onderzoek waarbij meer dan één respondent aanwezig was.

2.7 Reflectie op onderzoek

De kwaliteit van kwalitatief onderzoek dient gewaarborgd te worden en dat gebeurt aan de hand van de methodologische aspecten geldigheid (validiteit), betrouwbaarheid en navolgbaarheid. De begripsvaliditeit heb ik beoogd te waarborgen door de gehanteerde termen uit te leggen in het theoretisch kader. De interne validiteit tracht ik hier in het Methoden-hoofdstuk te garanderen door inzicht te geven in door mij toepaste procedures. De externe validiteit, de overdraagbaarheid van de resultaten naar niet onderzochte situaties, heb ik geprobeerd te waarborgen door gevarieerde personen te interviewen (Wester & Peters, 2004: 192). Door veel

verschillende mensen te interviewen is het immers aannemelijker dat uit dit onderzoek een beeld is ontstaan dat min of meer representatief is voor de variatie die er bestaat binnen de fancultuur van Kane. Ik heb elf Kane-fans geïnterviewd. Dat betekent dat ik geen punt van verzadiging heb weten te bereiken. Verzadiging betekent dat er dan geen nieuwe invalshoeken meer naar voren komen in volgende interviews en dus alle perspectieven omtrent het onderwerp aan de kaak zijn gesteld door de respondenten. Om daadwerkelijk een volledig beeld te kunnen krijgen van de fancultuur van Kane en de rol die cultureel geheugen daarin speelt, zijn daarom meer interviews nodig.

Bij de betrouwbaarheid van het onderzoek gaat het om de mate waarin een onderzoek repliceerbaar is. Dat wil zeggen dat toepassing van dezelfde procedures door een andere onderzoeker dezelfde resultaten oplevert (Wester & Peters, 2004: 192). Deze vorm van absolute herhaalbaarheid is echter niet altijd mogelijk in kwalitatief onderzoek. Een herhaling van een interview met dezelfde respondent zal altijd anders zijn dan de eerste keer. Daarom wordt hier vaker gesproken over navolgbaarheid van de onderzoeksprocedures.

Ik heb hier gebruik gemaakt van drie manieren om de navolgbaarheid te garanderen. Allereerst, heb ik gedurende het onderzoek replicatie en triangulatie toegepast (Wester & Peters, 2004: 193). Dat houdt in dat ik via herhaling heb getracht dezelfde gegevens naar voren te laten komen (replicatie) en door het toepassen van verschillende procedures en technieken heb geprobeerd een vaste kern in de waarnemingen terug te vinden (triangulatie).

Daarnaast heb ik de resultaten voorgelegd aan de respondenten (*member checks*) en aan hen gevraagd of dit voor hen herkenbaar was (Wester & Peters, 2004: 194 – 195). Om te controleren of ik de theorie juist heb geïnterpreteerd bij het presenteren van de resultaten heb ik ze ook voorgelegd aan (uiteeraard) mijn thesisbegeleider en een aantal medestudenten (*peer debriefing*).

Een ander veelgehoord methodologisch kritiekpunt op het diepte-interview is dat een interviewer door zijn of haar heersende opvattingen het interview kan sturen, waardoor de uitkomsten van het interview geen exacte weerspiegeling zijn van de werkelijkheid. Ik heb geprobeerd mij zo neutraal mogelijk op te stellen, maar ik ben me ervan bewust dat ik daarmee mijn eigen opvattingen niet heb kunnen uitschakelen.

Hierbij is het ook van belang om mijn opvattingen over Kane duidelijk te maken. Daarom geef ik hier ook aan zelf een liefhebber te zijn van hun muziek, maar dat ik niet alle cd's van hen heb of posters aan de muur heb hangen. Door mijn fandom dat zich op een het niveau van bewonderaar situeert heb ik echter wel enige kennis over Kane en ben ik geen leek op het gebied van Kane.

Een volgend methodologisch kritiekpunt op het diepte-interview richt zich op het interpreteren van de data. Ik realiseer mij dan ook dat de resultaten van dit onderzoek mijn interpretaties zijn van de data. Om deze methodologische witte plek in het onderzoek enigszins op te vullen heb ik de resultaten aan de respondenten voorgelegd (*member checks*, cf. Wester & Peters, 2004: 194). Zij konden zich vinden in de uitkomsten en herkenden zich erin. Dit was één van de manieren om de navolgbaarheid in deze thesis te waarborgen.

Hoofdstuk 3: Resultaten

In deze thesis beoog ik te onderzoeken of bij Kane-fans Kane een rol speelt in hun identiteitsvorming en of binnen dat proces een cultureel geheugen een factor van belang is. Om dit te duiden is het allereerst nodig om aan te geven hoe het Kane-fandom tot uiting komt bij de verschillende fans en waar deze op gebaseerd is. Daarom begin ik dit hoofdstuk met het in kaart brengen van het Kane-fandom door de motieven voor het fan-zijn van de verschillende fans te doorgronden en te koppelen aan een actueel verlangen naar authenticiteit.

Vervolgens is in de theorie al aan bod gekomen dat muziek ook kan meespelen bij collectieve en persoonlijke identiteitsvorming. Daarom zal ik ook hier aandacht besteden aan de rol die muziek speelt in de identiteit van Kane-fans. Verder zal ik nagaan of de verschillende theorieën over de rol van populaire cultuur en fandom in identiteitsconstructie aan bod komen bij de door mij geïnterviewde Kane-fans. Hierbij gaat onder meer aandacht uit naar de reflectietheorie van Sandvoss (2005) en de *mattering maps* van Grossberg (1992). Ik zal hier de rol van Kane in het proces van identiteitsvorming behandelen op persoonlijk en collectief niveau.

In de vraagstelling verwijs ik expliciet naar het belang van Indonesische roots in het fandom rond Kane. Doordat ik een aantal Indische Kane-fans heb gesproken probeer ik het belang van die achtergrond in het fandom te achterhalen. Naast de Indische component is uit de interviews gebleken dat er ook andere vormen van cultureel geheugen bestaan binnen de fancultuur rond Kane. Ook die zal ik hieronder belichten.

3.1 Kane-fandom

3.1.1. Het hoe en waarom

Cornel Sandvoss (2005) stelde in zijn boek *Fans: The Mirror of Consumption* al dat er bijna geen domein van het publieke leven onaangeroerd is door populaire cultuur. Door de toenemende aanwezigheid van commerciële mediaboodschappen is er geen ontkomen aan. Door de mogelijkheden van de media worden we constant blootgesteld aan commerciële boodschappen. We zijn als consument immers via allerlei kanalen te bereiken. Zo krijgen we via de media ook een stortvloed van populaire cultuur over ons heen. Maar waarom kiezen de elf ondervraagde Kane-fans uit al de aan hun voorgeschotelde producten en objecten van populaire cultuur voor de Haagse band Kane om hun fandom aan te verlenen?

Uit de interviews blijkt dat de grondslag van dit fandom voor Kane per fan kan verschillen. Opvallend is ook dat veel respondenten op verschillende tijdstippen en in verschillende fases van hun leven fan zijn geworden van Kane. Een aantal van de respondenten geeft aan al vanaf het eerste uur fan te zijn van de band.

Romy (36): Ik weet nog dat ze bij TV West, volgens mij 1996 of zo of misschien '97, waren ze Band van de Maand, dat had je toen. En toen zei mijn toenmalige vriendje: "Oh, je moet even kijken, want ik denk dat je die zanger wel leuk vindt." Dus ik keek en ik had echt zo iets van: Wow! Wat is dat een mooie man! Dat vind ik nog steeds. Dus ik ging eigenlijk eerst, in eerste instantie zat ik voor de tv te kijken, omdat ik hem zo leuk vond. En toen dacht ik later: "Oh, het is eigenlijk ook wel een heel leuk liedje!" En dat was 'Where Do I Go Now' en daar zijn ze toen mee doorgebroken natuurlijk. En toen was ik dus echt fan van het eerste uur.

Bij Romy is haar fandom dus in eerste instantie gebaseerd op het uiterlijk van Dinand Woesthoff. Waardering voor het uiterlijk van de leadzanger van de band speelt bij meerdere fans mee als reden voor hun fan-zijn. Bij de vrouwelijke fans is dat voornamelijk gestoeld op fysieke aantrekkingskracht en bij enkele ondervraagde mannen fungeert Dinand, mede door zijn uiterlijk, als idool.

Dinand blijkt bij veel fans ten grondslag te liggen aan het fandom voor Kane en dat is niet alleen op het uiterlijk van de zanger gebaseerd. Zo ervaren enkele fans ook een bepaalde emotionele betrokkenheid met Dinand die aan de basis ligt van hun fandom. Gina (48) is daar een voorbeeld van. Ze werd pas fan van Kane toen Dinand het nummer 'Dreamer' uitbracht. Dat nummer was opgedragen aan zijn aan borstkanker overleden vrouw Guusje Nederhorst. Het liedje raakte Gina, omdat zij zich in de tekst kon identificeren. Zelf is zij namelijk erfelijk belast met borstkanker. De troost die het liedje 'Dreamer' haar bood in moeilijke tijden is de oorzaak voor haar fandom.

De levensfase waarin iemand zich bevindt kan dus essentieel zijn in het ontstaan van fandom. Bij Monique (37) versterkte haar fan-zijn bijvoorbeeld toen haar zoontjes iets ouder waren, waardoor ze wat gemakkelijker naar concerten kon gaan. Fandom is in die zin ook iets wat maar net moet uitkomen en kan zo min of meer per toeval ontstaan. Deze gedachtelijn komt overeen met het artikel van Lee Harrington en Bielby (2010) over de rol van levensfase in fandom. In hun artikel komt onder meer naar voren dat bepaalde leeftijdsgerelateerde zaken invloed hebben op fandom. Ook zij noemen bijvoorbeeld het krijgen van kinderen als belangrijk omslagpunt in een persoonlijk leven dat de intensiteit van fandom kan beïnvloeden (Lee Harrington & Bielby, 2010: 437). Het worden van een fan op zich kan daarbij ook gezien worden als een ingrijpende verandering in het dagelijkse leven van een

persoon. Fandom dat zich manifesteert op de lange termijn kan daarbij structuur en bepaalde doelstellingen in het leven bieden (Lee Harrington & Bielby, 2010: 438). Bij een meerderheid van de geïnterviewde Kane-fans is het fandom ook van dusdanig voortdurende aard. Sommige fans zijn dan ook erg loyaal aan Kane en zijn al jaren trouwe fans. Zij geven aan dat hun fan-zijn zo constant is, omdat Kane zich blijft vernieuwen en veel verschillende stijlen uitprobeert. Hierdoor ervaren de fans hun fandom niet als ‘sleur’.

Het fandom uit zich echter niet bij elke ondervraagde fan op hetzelfde niveau. Onder de respondenten zijn verschillende gradaties fans te onderscheiden. Brooker en Brooker (1996) ontwaren bewonderaars, fans en cultfans. Onder die laatste categorie behoren de mensen bij wie er sprake is van een *enduring fandom*. Dat wil zeggen dat er een blijvende hoge mate van emotionele betrokkenheid is. Matt Hills (2002) maakt een verschil tussen volgers en fans. Het verschil zit hier in het gegeven dat fans het fanobject als onderdeel van hun sociale identiteit inzetten, terwijl dat bij volgers niet het geval is. Binnen de groep ‘fans’ bestaan ook verschillende subgroepen. Philippe Meers (2006) noemt in deze context een *inner group* en een *out-group*. Bij de *out-group* staat meer het subcultureel kapitaal centraal en bij de *inner group* is het specifiek te doen om fancultureel kapitaal. Een *out-group* met betrekking tot *Lord of The Rings*-fans kan bestaan uit fans van blockbusterfilms. Zij zijn fan van verschillende succesvolle grote Hollywoodproducties, waaronder *Lord of The Rings*, en behoren tot de subcultuur rond massaculturele films. De *inner group* bestaat uit fans die specifiek fan zijn van *Lord of The Rings* (de boeken, de spellen én de films) en deel uit maken van de fancultuur rond *The Lord of The Rings* (Meers, 2006: 84).

Daniella, Monique, Ron en Maureen zijn de echte *diehard* Kane-fans onder de respondenten. Bij hen is er sprake van een *enduring fandom*, waardoor ze in de terminologie van Brooker en Brooker (1996) kunnen worden getypeerd als cultfans. Daarnaast zijn zij ook het meest actief in de *inner group* van Kane-fans. De volgende citaten van Daniella en Ron illustreren deze hoge mate van fandom.

Daniella (34): Het is echt gewoon superverslavend. Ja, je wilt gewoon elke keer Kane hebben en meer hebben. Dan was het nu dan treden ze niet op met Koninginnedag en Bevrijdingsdag, dan denk ik: Verdomme! Dan baal je wel een beetje!

Ron (24): Ja, tatoeages laten zetten over Kane. Maar dat is niet echt gek. Ik dacht dat ik de eerste was, maar dat hebben al duizenden gehad. (...) Ik heb hier [wijst naar bovenarm] het embleem van Kane staan en hier [wijst naar andere bovenarm] heb ik dan het embleem van mijn andere van Porsche, van mijn andere spul staan waar ik dan ook echt van heb en

dat heb ik dan aangepast door het woord Kane er in te verwerken. (...)het is gewoon leuker om het een beetje aan de buitenwereld te laten zien.

Bij Monique en Daniella uit deze hoge mate van fandom zich door het bezoeken van veertig concerten van Kane in een jaar en het bijhouden van een fansite. Bij Ron en Maureen manifesteert dit zich door het hebben van Kane-tatoeages, het organiseren van ruilbeurzen en fanbijeenkomsten en het kopen van alle merchandise, cd's en promotiemateriaal. Maureen is daarbij ook een actief bezoeker van concerten van Kane.

Bij andere respondenten is Kane iets minder nadrukkelijk aanwezig in hun leven. Davy en Bianca, bijvoorbeeld, zijn wel actief bezig met Kane, maar op een minder intensief niveau dan de hierboven genoemde cultfans. Dit maakt hun "fans" in de typering van Hills (2002) en Brooker en Brooker (1996) die deel uit maken van de *inner group* (Meers, 2006). De volgende citaten van Davy en Bianca ondersteunen dit.

Davy (19): Ja, er zijn er wel, ik ben dan misschien niet de meest fanatieke daarin, want ik ga niet elke dag lopen twitteren over Kane of mailtjes naar ze lopen sturen, maar dat is wel gewoon van dat ik wel heel zwaar fan ben, van dat ik het ook wel uitdraag. Ik ga ook wel tegen andere mensen zeggen van nou er is maar één bandje goed: Kane!

Bianca (44): Zoals ik mezelf zie, denk ik wel dat ik een echte Kane-fan ben. Ehm ja nieuwtjes volgen. Cd's kopen, draaien en nou ja, naar concerten gaan. Dat hoef je niet per se natuurlijk te doen, maar dat is voor mij toch wel één van de hoogtepunten per jaar in ieder geval.

De andere respondenten bevinden zich veelal in de *out-group*. Hun fandom draait voornamelijk om de muziek, waarbij zij niet de behoefte voelen om hun fandom uit te dragen.

Voor een grote meerderheid van de geïnterviewde fans geldt muziek overigens als het voornaamste motief voor hun fan-zijn. Veel fans geven aan dat zij emotioneel geraakt zijn door de muziek van Kane. Hierbij kan het gaan om identificatie met de songteksten van de rustige ballads, maar ook om het "lekker losgaan" op de hardere rocknummers.

Dat "losgaan" kan plaatsvinden bij de fans thuis, maar uiteraard ook bij de concerten van Kane. Veel fans vertellen dan ook dat live-concerten ten grondslag liggen aan hun huidige fandom. Kane heeft dus live fans weten te overtuigen. Veel respondenten geven aan waardering te hebben voor de goede live-optredens van de band.

3.1.2. Waardering voor het authentieke karakter van Kane

Uit de waardering voor live-optredens van Kane en de belangrijke rol die dat inneemt in de keuze voor fandom van Kane, blijkt dat authenticiteit iets is wat veel respondenten hoog in het vaandel hebben staan. Zo komt in de interviews naar voren dat veel Kane-fans het belangrijk vinden dat een artiest zijn eigen muziek schrijft en speelt. Volgens John Fiske (1992) is authenticiteit een belangrijk criterium binnen de fancultuur. Hij stelt dat het zelf schrijven en spelen van muziek het bezit van veel cultureel kapitaal impliceert. Dat wil zeggen dat deze eigenschappen van een artiest veel talent, aanleg, kennis en kunde veronderstellen. Bij enkele ondervraagden gaat deze vorm van respect voor artiesten die hun eigen muziek schrijven en spelen gepaard met een afkeer tegen te commercieel ingestelde artiesten en talentenjachten op televisie. Dit blijkt onder meer uit de volgende uitspraken van Jordy en Maik:

Jordy (31): Ja, die boybands... daar moet je niet mee aankomen! Maar dat is ook zoiets, ik wil gewoon als ik muziek hoor, dan moet ik wel weten dat het echt op een gitaar gespeeld is en echt op een piano en echt op een drum, niet dat er een computertje aangezet wordt en nou, "Nou, gaan we zingen!" Nee. (...) Ja, het blijft toch het leukste als je iets op het podium of met een optreden op tv of wat dan ook, dat je echt de drummer ziet drummen en de gitarist ziet spelen. En ja, dat je misschien ook af en toe hoort dat er misschien een keer een foutje gemaakt wordt. Een beetje, ja, het hoort erbij.

Maik (19): Zo 'n talentenjacht dat vind ik allemaal zoiets van ja, dat is allemaal een beetje tv, hoe zeg je dat, nep en zo. Net zoals die Ben Saunders daar hoor je in het begin dan hoor je hem, dan heeft ie twee keer een nummertje en tien keer op de radio en dan hoor je niks meer van hem, weet je wel. (...) Dan kun je beter zoiets zoals die gasten van Kane het doen zeg maar, zoals zij begonnen zijn. Gewoon echt muziek maken en gewoon echt door mensen gewaardeerd worden en niet door één of ander vaag programma omdat je, omdat er zoveel mensen op je moeten stemmen om te moeten winnen of zo. Dat vind ik niks.

De postmoderne mediawetenschapper Jean Baudrillard (1993 [1976]) beweert dat er in de hedendaagse samenleving een culturele obsessie bestaat voor authenticiteit, vanwege het verdwijnen van "echtheid" uit de maatschappij. Volgens hem is in de huidige wereld waarin we overspoeld worden met mediabeelden en reclameboodschappen de werkelijkheid ver te zoeken. Door het gebrek aan werkelijkheid is er een voedingsbodem ontstaan voor nostalgische gevoelens naar echtheid (Aupers, Houtman & Roeland, 2010). De hang naar authenticiteit kan gezien worden als kritiek op de huidige gang van zaken in de maatschappij. De vraag of iets gestuurd is door commercie, de behoefte om een groot publiek aan te spreken en voor het grote geld te gaan of door oprecht plezier in het maken van muziek, is een terechte in de hedendaagse populaire cultuur (cf. Williams, 1985).

Naast de maatschappijkritische dimensie van de roep naar authenticiteit heeft het ook een persoonlijke dimensie. De zoektocht naar persoonlijke authenticiteit heeft een massaal en collectief karakter gekregen (Aupers et al., 2010: 6). Jongeren in het bijzonder, willen ‘uniek’ en ‘zichzelf zijn’ en zetten zich af tegen de maatschappelijke, conformistische rollen die van hen verwacht worden. Veel jongeren willen zichzelf niet uitbesteden aan de schijnvertoning en die voorgestructureerde rollen van het maatschappelijk leven, maar juist dichtbij hun authentieke Zelf blijven (Aupers et al, 2010: 6). De behoefte om jezelf te kunnen zijn is dominant in de huidige samenleving (hegemonie). Er is zelfs geen sprake meer van ‘jezelf kunnen zijn’, maar van ‘jezelf moeten zijn’. Uit de interviews blijkt dat die massale en dominante hang naar echtheid ook een rol speelt in fandom.

3.2 Kane-fandom en identiteit

3.2.1. Muziekstijl als onderscheidingsmechanisme

In de voorgaande paragraaf werd al duidelijk dat muziek bij veel respondenten de voornaamste reden is voor hun Kane-fandom. In deze paragraaf komt aan bod hoe die keuze voor een bepaalde muziekstijl en fanobject kan meespelen in het proces van identiteitsvorming.

Allereerst is muziekstijl of muziekvoorkeur een onderscheidingsmechanisme. Een muziekvoorkeur kan het Verschil tussen mensen duiden en draagt zo bij aan het zelfbewustzijn van een persoon. Muziekstijl zegt op deze manier iets over wie je bent en ook over wie je niet bent. Bannister (2007) typeert muziekstijl als hulpmiddel bij het positioneren van jezelf in sociaal en cultureel opzicht. Volgens hem is een keuze voor een muziekstijl vaak ook een keuze voor een subcultuur. Doordat een persoon voor een bepaalde subcultuur kiest, legitimeert hij of zij dat genre en sluit andere genres en subculturen uit. De volgende citaten van Davy en Jordy onderschrijven deze gedachte.

Davy (19): Sommige mensen die alleen maar Top 40- hiphop luisteren, die moeten niet naar Kane gaan luisteren, want als jij denkt van yo, yo, yo [doet een stereotype hiphopper na] ik ben van de R&B, dan moet je ook niet bij Kane zijn. En ja, dat is hun muziekstijl. Dat vind ik af en toe ook wel goed als ik naar een feestje ga. Maar als ik wil los gaan, dan pak ik mijn gitaar en dan zet ik Kane aan.

Jordy (31): Vroeger werd je rock of alto-achtig of je ging naar de gabberkant. In mijn tijd dan. En gabber dat was niets voor mij en ik had vrienden die ook een beetje naar De Boerderij gingen en zo. Dus vandaar ben ik een beetje richting de rock gegaan. En dat is eigenlijk altijd zo gebleven. En ja, daar hoort Kane ook op z'n tijd bij. (...) Ja, je had wel

ook dingen er tussenin, maar het was heel simpel: naar welke discotheek ging je? Je had Amphion en dat was gewoon een beetje voor de balletjes en je had Loco dat was house en gabber en noem maar op en ik ging altijd naar De Boerderij en dat was meer alto en rock en zo. En dan kies je daarvoor met waar je uitgaat.

Muziekstijl kan daardoor aangeven bij wie je hoort en je sociale en culturele positie accentueren. Dit is gedeeltelijk in lijn met de theorie van Pierre Bourdieu (1984). Hij stelt dat smaakvoorkeuren indicatoren zijn voor je positie in de samenleving. Smaak is volgens Bourdieu daarbij zowel het gevolg als de voorwaarde voor je sociale positie. Het belangrijkste idee van de theorie van deze Franse socioloog met betrekking tot smaak is namelijk dat een individu geen onafhankelijke smaakvoorkeuren kan ontwikkelen, maar dat je smaak wordt bepaald door de sociale omgeving waarin je opgroeit.

Ook uit de interviews blijkt dat veel van de muziekvoorkeuren van de Kane-fans voortkomen uit wat zij van huis uit hebben meegekregen (socialisatie). Dit wordt onder meer duidelijk uit de volgende uitspraken van Maik en Davy.

Davy (19): Ik heb dankzij mijn vader ook heel veel van U2 meegekregen. Nou ja, dat is the top of the bill, dat is echt het beste van het beste.

Maik (19): Het is ook meer oudere, wat beetje meer Genesis en Phil Collins en zo. Dat vind ik ook wel. Dat meer. (...) Eeh, nou, ik had met Genesis dan, toen had mijn vader, die heeft ook een hele verzameling Genesis, die wil alle cd's van Genesis en Phil Collins hebben.

Gina en Monique proberen nu op hun beurt Kane door te geven aan de volgende generatie door hun kinderen te introduceren in het Kane-fandom. Het onderstaande citaat van Monique is hier een illustratie van.

Monique (37): Ja, dat hoort een beetje bij de opvoeding. Nee, dat is flauwekul, maar nee nou ja, dat is zo. Het is wel leuk. (...) Ze zijn wel al een keer mee geweest naar Kane. Dat was dan wel heel indrukwekkend voor ze. Zeker als je dan ook ver vooraan staat. Dan stonden ze echt stilletjes te genieten. Ja, dat was dan wel weer mooi.

De keuze voor Kane als fanobject is in die zin niet volledig onafhankelijk. De smaakvoorkeuren van de fans zijn immers ontstaan in een bredere sociale context, waarin de sociale omgeving waarin je opgroeit invloed heeft op de keuze voor en het bezit van bepaald, wat Bourdieu (1984) noemt, cultureel kapitaal. In het distinctiemodel van Bourdieu worden klassenverschillen in de samenleving namelijk niet alleen aangeduid aan de hand van economisch kapitaal (inkomen), maar ook op grond van cultureel kapitaal. Cultureel kapitaal staat voor de smaakvoorkeuren,

vaardigheden en consumptiegewoontes die sociale actoren (personen) gebruiken om een hogere status in de maatschappij te bereiken (Drew, 2008). Cultureel kapitaal is daarbij niet iets wat je op individueel niveau kunt ontwikkelen. Het wordt namelijk vormgegeven door die gesocialiseerde voorkeuren en gewoontes, die Bourdieu als “habitus” aanduidt (Drew, 2008). Kane-fandom kan dan deels als een individuele keuze voor het fanobject Kane gezien worden, maar een fan heeft dus wel altijd te maken met een “habitus” die zijn of haar culturele consumptiegedrag mede bepaald.

De distinctietheorie van Bourdieu is echter voornamelijk toegespitst op klasse-positie (bijvoorbeeld het verschil tussen hoge en lage cultuur) en uit het fandom van de geïnterviewde Kane-fans kan ik geen expliciete maatschappelijke positie aflezen. Dat neemt niet weg dat de Kane-fans zich van andere onderscheiden op basis van hun fandom. Hun keuze voor Kane onderscheidt zich van fans van andere muziekgenres. Het is echter geen duidelijke, expliciete graadmeter voor de sociale positie van de fan, maar slechts een onderdeel daarvan.

Volgens Van Eijck (2001) is de vooronderstelling dat de keuze voor een bepaald muziekgenre min of meer representatief is voor specifieke sociale milieus. Deze aanname is door veel academici bekritiseerd (cf. Frith, 1996 ; Frow, 1995). Ook Van Eijck acht deze gedachte gedateerd. Hij stelt dat muzieksmaak niet meer kan worden uitgelegd als gevolg van afkomst en bekendheid met bepaalde culturele producten. Doordat muziek ons nu via massamedia bereikt, is de notie van bekendheid met culturele producten door je sociale afkomst en status minder relevant geworden (Van Eijck, 2001: 1166). Voor de huidige generaties bestaat er veelal geen duidelijk verschil meer tussen elitecultuur en popcultuur. Desalniettemin blijft er een koppeling aanwezig tussen het consumeren van bepaalde cultuurproducten en bepaalde bevolkingsgroepen. Zo blijkt uit onderzoek (cf. DiMaggio & Mohr, 1985 ; Ganzeboom, 1989 ; Kirchberg, 1996) dat hoger opgeleiden vaker een museum bezoeken dan lageropgeleiden. Dit impliceert dat museumbezoek een cultuurproduct is dat ‘hoort’ bij hoger opgeleiden (Van Eijck, 2001: 1164). Van Eijck pleit ervoor dat muziekvoorkeur gezien moet worden in een breder perspectief. Je smaakvoorkeur op zich zegt niet veel over je maatschappelijke positie, maar de achtergronden voor die voorkeur geven daar wel inzicht in (Van Eijck, 2011: 1181).

Dat Kane-fans hier hebben aangegeven dat hun fandom voor dit muziekgenre hen onderscheidt van anderen en dat hun muzieksmaak voortkomt uit hun sociale omgeving, of dat nu hun familie of hun vrienden zijn, haakt dus in op het idee van Bourdieu dat smaak ontstaat in een bredere sociale context, maar is daarmee nog geen expliciete indicator voor hun maatschappelijke positie. In lijn met het artikel van Van Eijck (2001) is die smaakvoorkeur niet (meer) direct te verbinden aan een sociale groep, maar geeft het wel inzicht in de achtergrond van iemand. De koppeling tussen bepaalde doelgroepen en cultuurproducten is immers nog altijd aantoonbaar.

Pas als de consumptie van een bepaald cultuurproduct in de context van de gehele cultuurconsumptie van een persoon wordt bekeken, kan het een bepaalde maatschappelijke positie vooronderstellen (Van Eijck, 2001: 1181).

3.2.2. Kane in het persoonlijke leven van fans

Behalve dat muziek een onderscheid tussen personen kan duiden, kan het ook op verschillende manieren meespelen in het dagelijks leven van mensen. Voor de meerderheid van de respondenten geldt dat zij muziek ervaren als hobby. Voor Davy en Maik is muziek een zeer actieve hobby, omdat zij zelf instrumenten bespelen en veel met muziek bezig zijn. Bij andere fans, zoals bij Bianca en Romy, speelt muziek als hobby ook een grote rol in hun dagelijks leven. Bij hen manifesteert deze hobby zich echter op passief niveau. Ze maken zelf geen muziek, maar luisteren het veel waardoor het een deel is gaan uitmaken van hun leven.

Voor de diehard fans (de cultfans) is het niet zozeer de muziek die wordt ervaren als hobby, maar echt het fanobject Kane wordt getypeerd als hobby. Dit komt naar voren in de onderstaande citaten van Daniella en haar man (Maarten).

Daniella (34): De ene gaat elke week naar de kroeg en wij gaan gewoon zo vaak mogelijk naar Kane.

Maarten, man van Daniella: Het is echt een dagje uit, zou maar zeggen. De één gaat naar Feyenoord of bij PSV kijken en dan heb je daar een seizoenskaart voor en wij hebben een seizoenskaart voor Kane.

Voor een meerderheid van de respondenten geldt muziek en het Kane-fandom dus als hobby, waardoor het een onderdeel vormt voor hun dagelijks leven. Uit de interviews blijkt ook dat meer specifiek de muziek van Kane een stempel drukt op hun persoonlijke leven. Die impact van de muziek van Kane op het persoonlijke leven uit zich op verschillende terreinen.

Allereerst geeft een meerderheid van de ondervraagde fans aan dat muziek van Kane hoort bij hun dagelijkse routine. De muziek wordt vaak opgezet en geluisterd. Het draaien van bepaalde nummers kan ook nadrukkelijk een functie hebben voor de fan. Zo wordt duidelijk dat veel geïnterviewde Kane-fans bepaalde liedjes aanzetten die bij de stemming van de dag aansluiten. Tia DeNora (1999) geeft in haar artikel ook aan dat muziek door fans wordt gebruikt om hun stemming te accentueren. Volgens haar wordt muziek op die manier gehanteerd als een uitbreiding van de gemoedstoestand en zo van het Zijn van de fan. Deze gedachte is in lijn met de theorie van mediawetenschapper Marshall McLuhan (1964). Hij stelt namelijk dat alle media extensies zijn van de menselijke zintuigen. Zo is televisie een

extensie van het oog (het vermogen om te zien). Je ziet immers dingen waar je niet direct bij bent. DeNora vult deze theorie aan door te stellen dat muziek een extensie is van de emotionele gemoedstoestand van een persoon. De volgende uitspraak van Gina geeft deze band tussen muziek en persoon weer.

Gina (48): Weet je wat het is, als je in een bepaalde mood bent, je hebt natuurlijk van die periodes dat, dat, ik ben toevallig, ik ben erfelijk belast met borstkanker en de laatste keer is, van de zomer vorig jaar, zijn mijn eierstokken, dat gaat samen, en dan heb je van die periodes dat je verdrietig bent en dan heb ik wel eens dat ik dat zo kan luisteren, maar ja, wat ik zeg het is, het maakt me niet altijd verdrietig. Het is een soort troost als het ware.

Gina geeft hierboven aan dat muziek haar troost biedt. Zij heeft dus een emotionele band met muziek. Veel andere Kane-fans geven ook aan bepaalde liedjes te koppelen aan hun persoonlijke leven. Sommige liedjes doen hen bijvoorbeeld denken aan oude liefdes, speciale gebeurtenissen of zelfs aan een hele levensfase. Dit laatste blijkt onder meer uit de onderstaande uitspraak van Desiree.

Desiree (25): Je hebt altijd zo 'n periode waarin je zulke muziek heel veel draait. Ik heb dus een tijd bij het Stadstheater gewerkt en dat was een hele leuke tijd en toen kwam net Fearless uit en ik heb ook bij Van Leest gewerkt. (...) maar dan werkte ik overdag bij Van Leest en 's avonds werkte ik dan bij het theater. En dan kwam 's middags mijn collega die cd van Kane kopen bij wijze van spreken en dan gingen we dat 's avonds in het theater, als ik daar ging werken, dan draaiden we die cd en ja, die cd symboliseert voor mij echt een hele leuke tijd eigenlijk. (...) Dus die periode doet me daar wel heel erg, als ik die cd hoor, dan moet ik altijd weer eventjes daar aan denken aan die tijd.

Dit idee van muziek als voertuig van herinneringen haakt aan bij het in de theorie besproken artikel van José van Dijck (2006). Zij stelt daarin ook dat muziek op persoonlijk niveau herinneringen aan voorbije tijden kan genereren. Volgens de theorie in het artikel van Van Dijck is het menselijk geheugen namelijk gebaseerd op de noties van belichamen (*embodied*), inschakelen (*enabled*) en inbedding (*embedded*) (Van Dijck, 2006: 358). De belichaming van herinnering hebben we al deels voorbij zien komen bij DeNora (1999). Muziek nestelt zich in ons geheugen, doordat we het onbewust koppelen aan gebeurtenissen en emoties. Herinneringen aan muziek worden daarnaast ingeschakeld door technologische middelen, zoals een cd, een cassettebandje of een camera. Hiermee wordt bedoeld dat een album bijvoorbeeld als 'symbool voor die tijd' kan worden aangeduid, vanwege de sociaal technologische ervaringen die eraan verbonden zijn of waren (Van Dijck, 2006: 358). Tenslotte is herinnering ingebed in bredere sociale contexten. Het ervaren van muziek is namelijk altijd al een sociale activiteit geweest en vindt nagenoeg altijd

plaats in wat Van Dijck ‘performatieve rituelen’ noemt, waardoor het een onderdeel uitmaakt van een collectief geheugen (Van Dijck, 2006: 367).

Van Dijck benadrukt dat een herinnering aan zwaarte en belang wint wanneer deze is opgedaan in de context van omvangrijkere sociale praktijken, zoals door de uitwisseling van muziek met anderen, door een populair radio- of televisieprogramma of door de ervaring van een concert. Ook het belang van die sociale settings voor de emotionele band met Kane wordt mede door het bovenstaande citaat van Desiree onderschreven. Doordat zij ten tijde van het verschijnen van het album *Fearless* de muziek ervan draaide met een groep mensen en de concerten bezocht met hetzelfde gezelschap en ze die mensen associeert met haar baantjes van destijds, denkt zij bij het horen van die cd weer terug aan die periode van haar leven. Desiree beleefde *Fearless* in een omvangrijkere sociale praktijk en koppelt het dan ook aan herinneringen die meerdere aspecten van die levensfase typeren.

3.2.3. Kane-fandom en de Zelf

Kane kan dus op verschillende manieren betrokken zijn in het persoonlijke leven van fans. In deze paragraaf ga ik dieper in op het aandeel van Kane-fandom in de identiteitsconstructie bij de respondenten. Zoals we al eerder zagen manifesteert Kane-fandom zich echter op verschillende niveaus, omdat er verschillende gradaties fans te bespeuren zijn. Dit houdt in dat Kane prominenter aanwezig is in het persoonlijke leven van de diehardfans (cultfans) dan in het leven van de bewonderaars. Voor fans als Daniella, Monique, Ron en Maureen neemt Kane zo een belangrijke plek in op hun *mattering maps* (Grossberg, 1992). De *mattering maps* slaan, zoals in de theorie aan bod is geweest, op de gevoelens, kwantiteiten en locaties waar onze energie op toegespitst is en geven daarmee een groot deel weer van onze identiteit. Dus hoe groter het fandom voor Kane, hoe groter de aanwezigheid op de *mattering maps* van de fan, hoe groter het aandeel van Kane in de identiteit van de fan.

Die bijdrage kan bestaan uit het bieden van handvatten voor gedrag door het fanobject. Dinand wordt door een aantal fans gezien als idool. Zo fungeert hij als voorbeeld voor hen. Dit idee van idoolerschap gaat samen met de theorie van Sandvoss (2005). Fans die Dinand als idool zien, spiegelen zich aan hem. Ze willen zoveel mogelijk op hem lijken. Ze projecteren hun ideale zelfbeeld op hem. De volgende twee citaten van Davy illustreren dit.

Davy (19): Nou ja, Kane doet eigenlijk alles wat ik ook wil! Hun hebben stadionconcerten gedaan, hun hebben akoestische sets gespeeld, hun hebben in kleinere zaaltjes laten zien dat ze alles kunnen, dus als jij in kleine zaaltjes dat gevoel dat als je in een groot stadion bent

dat je het helemaal te gek vindt dat je hier bij bent en dat je dat nooit meer vergeet, dan eh, als je dat kan overbrengen ben je gewoon een hele grote. En wij hopen dat wij van die kleine zaaltjes net zo goed kunnen worden als Kane, die dan ook in kleine zaaltje waren opgenomen en gefilmd en dan dvd's en dan platendeals en dan een heleboel cd's!

Davy (19): Dinand is toch wel een beetje de man, die ik zou willen zijn. (...)ja toch wel gewoon een hoop gillende vrouwen voor je en het maakt ook niet uit wat ie aan trekt, al trekt ie een panterprint giletje aan, met hoge laarzen en een muts op, dan denk ik van: dat moet ik ook hebben. (...) En Kane, Dinand inspireert mij ook. Ik probeer ook wel eens liedjes te schrijven, maar ik kan het niet zo goed als hij.

Zoals Davy zijn er meerdere fans die aangegeven graag te willen zijn als Dinand. Zo heeft Daniella bijvoorbeeld erg veel waardering voor de manier waarop Dinand zijn gevoelens kan verwoorden en laat zij blijken dat ook wel te willen kunnen. Ook Maureen ziet Dinand als een voorbeeld. Maureen heeft, net als Dinand, veel tegenslagen gekend in haar leven. Zij put kracht uit de positieve instelling van Dinand en hoopt die zelf ook te kunnen ontwikkelen. Door die spiegeltheorie van Sandvoss, die hier dus wordt onderstreept door een aantal fans, omdat Dinand (een gedeelte van) hun ideale zelfbeeld vertegenwoordigd, wordt duidelijk dat fandom uitnodigt tot reflectie. Kane reflecteert het zelfbeeld van de fan. Hiermee wordt het proces van zelfbewustzijn gestimuleerd. Door te weten wat je wilt zijn, krijg je ook meer inzicht over wie je nu bent en waar je heen wilt. Kane speelt zo als instrument voor zelfreflectie een rol bij de duiding van de identiteit van een fan.

Naast deze zelfreflectie op basis van idoolschap, positioneren een aantal respondenten zich ook expliciet als "fan" en reflecteren zij over deze positie. Zo heeft Daniella het gevoel niet begrepen te worden als fan. Hierdoor heeft zij de neiging herhaaldelijk haar eigen gedrag als fan te verdedigen. Dit blijkt onder meer uit het volgende citaat:

Daniella (34): Ja, sommige mensen verklaren je ook gewoon voor gek. Dan denk ik, wat is het verschil dat jij elke week in de kroeg zit? Je ziet elke week dezelfde mensen daar en standaard een beetje hetzelfde bandje opzetten. En je geeft daar elke week vijftig euro uit. Of ik ga elke week, of in ieder geval zo vaak mogelijk, naar Kane. Wat is het verschil? Dan denk ik van, ja. Daar zie je ook redelijk veel dezelfde mensen en hoor je dezelfde muziek, dus ja. Ieder z'n hobby! En dan denk ik van, ja, laat mij nou gewoon lekker m'n ding doen!

Zij is zich dus bewust van de scepsis die erover fans bestaat (cf. Adorno & Horkheimer, 1944). Het idee dat fans hysterische *social misfits* zijn, was of is immers dominant in het wetenschappelijke en maatschappelijke debat. Daardoor is Daniella zich ook heel erg bewust van haar positie als fan. Zij is standvastig in die rol als fan

en heeft van daaruit ook de behoefte om aan te geven dat er niets afwijkends aan fandom is, door het te belichten als een reguliere hobby. Die behoefte bestaat omdat er in ieder, modern mens wel een zucht naar (zelf)erkenning schuilt (Bauman, 2001: 124). Die drijfveer om erkend te worden in haar fandom, impliceert voor Daniella dat het zijn van een Kane-fan een groot deel uitmaakt van haar identiteit.

3.2.4. Kane-fandom en collectieve identiteit

Uit het voorgaande is gebleken dat een individuele fan op basis van emotionele betrokkenheid en zelfreflectie Kane inzet bij identiteitsconstructie. Uit het artikel van Van Dijck (2006) bleek al dat individuele herinneringen aan betekenis toenemen wanneer zij zijn opgedaan in omvangrijkere sociale settings. Dit houdt in dat Kane-fandom ook op collectief niveau een aandeel zou kunnen hebben in de identiteitsvorming van fans.

In lijn met het artikel van Van Dijck (2006) besprak ook Andy Bennett (2006) de saamhorigheid waartoe populaire cultuur kan leiden. In zijn onderzoek naar oudere generaties punkfans stelt hij dat de gedeelde ‘uitstraling’ van de punk, de gedeelde, langdurige loyaliteit aan de fangemeenschap en gedeeld muzikaal erfgoed bij deze fans een ‘wij’-gevoel heeft doen ontstaan die een collectieve identiteit onder de punkfans omvat (Bennett, 2006: 231). Ook de geïnterviewde Kane-fans geven aan een bepaald gevoel van saamhorigheid te ervaren bij de concerten van Kane. Dit gevoel maakt dat Kane-fans zich bij die concerten op hun gemak voelen en het draagt bij aan het plezier van de concertervaring. De impuls voor het fandom van dit saamhorigheidsgevoel wordt onder andere door Maik verwoordt.

Maik (19): Eeh, nou wat ik sowieso nog wel echt wel kicken vond als je daar met heel veel mensen een bepaalde eeh, als je met heel veel mensen fan bent van één band. Dat vind ik, dat is echt een heel apart gevoel. Als je met heel veel mensen één ding leuk vindt. Dat vind ik wel leuk. Toen met dat concert had ik dat echt. Met heel veel mensen, en niet dat je dan allemaal voor hetzelfde nummer komt, maar dat je één band dat je dat leuk vindt of zo. Dat vind ik wel goed.

De aanwezigheid van een saamhorigheidsgevoel binnen de Kane-fangemeenschap impliceert een ‘wij’-gevoel, dat wijst op het bestaan van een collectieve identiteit. Kane bindt mensen met elkaar, waardoor er een groepsgevoel ontstaat. Hierbij zijn de leden zich ervan bewust dat ze deel uitmaken van deze groep. Zodoende is het een onderdeel van hun identiteit.

Dat Kane mensen met elkaar bindt blijkt onder meer uit de meerdere vriendschappen tussen Kane-fans die in de interviews aan het licht komen. Daniella en Monique hebben elkaar via een Kane-chat leren kennen en zijn erg goede

vriendinnen geworden. Zij zijn dus het bewijs dat Kane aan de grondslag van hechte vriendschappen kan liggen.

Wat Kane-fans met elkaar bindt, is bijvoorbeeld het samen ervaren van concerten. Zo vertellen Romy, Desiree, Davy, Maik en Bianca altijd met een min of meer vast groepje fans de concerten te bezoeken. Zij geven aan dat het samen beleven van die concerten voor mooie gezamenlijke herinneringen heeft gezorgd.

Romy (36): We zijn ze toen al een beetje gaan volgen met het vriendenclubje. Ja, overal en nergens in de bekende cafeetjes en dat werd steeds groter, hè. Op een gegeven moment De Boerderij en ineens De Paap, De Boerderij en noem maar op. En wij hebben ze echt gevolgd, zoals dat, zoals ze in de buurt waren dan gingen we daar ze achterna. (...) wij waren echt alleen met dat groepje. Jongens, meisjes, alles door mekaar. Allemaal wel van mijn leeftijd. En, ja, allemaal uit Zoetermeer gewoon. Echt dat vriendengroepje en iedereen vond dat leuk, dus hup dan sprongen we in de auto en we gingen er heen! Dat was hartstikke leuk altijd.

Dit citaat van Romy onderstreept de stelling van Van Dijck (2006) dat het samen beleven van sociale praktijken de herinnering eraan doet versterken, omdat de concertervaringen voor haar extra kleur hebben gekregen vanwege haar aanwezigheid in die vriendengroep. De herinneringen aan die concerten hebben zo meer substantie voor haar gekregen en zijn zo betekenisvoller voor haar geworden.

Een ander element dat het ‘wij’-gevoel bij Kane-fans stimuleert is de vijandigheid tegenover andere (Nederlandse) bands of artiesten. Dit is in lijn met het idee van Bauman (1996) en Hijmans (2003) dat het bestaan van anderen (‘De Ander’) het zelfbewustzijn van een groep laat toenemen. Zo moet Davy niets van Direct hebben, heeft Maik een hekel aan Ben Saunders en heeft Bianca problemen met de arrogantie van Anouk. Dit veronderstelt een ‘wij’ tegen ‘zij’-denken. Het ‘wij’ tegen ‘zij’-denken ligt verankerd in het menselijk verlangen om een groep te vormen en onderschrijft ook de functie van muziekstijl als onderscheidingsmechanisme (“Ik ben geen Di-rect-fan, maar een Kane-fan”). Bij een gebrek of een grote behoefte aan een eigen identiteit wordt er vaak een tegenbeeld van de “eigen” groep geconstrueerd aan de hand van het concept van ‘De Ander’ (Pickering, 2001). Volgens de Brits-Poolse socioloog Henri Tajfel (2004) zijn “vijandbeelden” de drijvende kracht achter het bestaan van groepsidentiteiten. Het idee om als individu toe te behoren tot de ‘goede’ in plaats van de ‘verkeerde’ groep mensen wakkert onderlinge verbondenheid aan.

De kanttekening moet wel geplaatst worden dat niet alle ondervraagde Kane-fans met het bestaan van een saamhorigheidsgevoel instemmen. Respondenten Maureen en Desiree geven juist aan geen gevoel van binding. Desiree geeft te

kennen juist haat en nijd te ervaren bij de Kane-fans onderling en Maureen denkt weleens negatief over andere Kane-fans, wanneer zij verder vooraan staan dan zij.

3.3 Kane-fandom en cultureel geheugen

3.3.1. Kane als onderdeel van een collectief geheugen

Hierboven kwam aan de orde dat Kane-fandom kan bijdragen aan een collectieve identiteit. Eerder zagen we ook al dat muziek als onderdeel gezien kan worden van een collectief geheugen. In deze paragraaf kijk ik of deze twee componenten samen een rol van betekenis spelen in fandom als cultureel geheugen.

Kane is twaalf jaar geleden opgericht. Opvallend is dat veel fans uit de beginfase zijn meegegroeid met de band en nog steeds fan zijn. Hierdoor is een groot deel van de Kane-fans tussen de dertig en de veertig. Voor sommige respondenten die fan van het eerste uur zijn, is terugkijken naar die beginfase van Kane een soort nostalgie.¹

Door de audiovisuele hulpmiddelen van deze moderne tijd, zoals camera's en mobiele telefoons, kunnen herinneringen aan Kane bewaard blijven. Een aantal Kane-fans geeft in de interviews aan weleens de behoefte te hebben om herinneringen aan concerten op te halen door oude foto's of filmpjes te bekijken. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het onderstaande citaat van Daniella:

Daniella (34): Ja en soms dan zit ik ook te denken van oh, nou heb ik even zin om weer foto's terug te kijken, weet je wel en dan klik ik een gig aan en dan oh ja, oh ja, oh ja, dan komt het weer boven, dan komen bepaalde herinneringen weer boven en dat was daar en daar en dat was weer heel gaaf... Ik weet dat niet, ik kan dat niet één twee drie uit mijn hoofd weer zo terughalen, nee. (...) Ja, dan vind ik het ook leuk om het weer opnieuw te beleven.

In die zin kunnen foto's en filmpjes fungeren als extensies van het menselijk geheugen (cf. McLuhan, 1964). Deze zelf opgenomen geheugensteuntjes zijn enerzijds persoonlijk van aard, omdat ze de betekenis van die gebeurtenis voor het individu duiden. Anderzijds, zijn ze van collectieve aard, omdat ze persoonlijke herinneringen neerzetten in een breder cultureel kader van bijvoorbeeld aanwezige technologieën (computer, camera), conventionele ankerpunten die het ophalen van een herinnering waard zijn (een concertbezoek wordt als specialer gezien als bijvoorbeeld een dag werken op kantoor) enzovoorts (Van Dijck, 2004). Van Dijck (2004) noemt deze mediagerelateerde of gemedieerde herinneringen ('*mediated*

¹ Met nostalgie worden sentimenten bedoeld die slaan op terug kijken naar "die goede, oude tijd." (Tosh, 2006)

memories’) belangrijk in de constructie van individuele en collectieve identiteit. Volgens haar zijn deze verzamelingen van onder meer foto’s en filmpjes creatieve uitingen aan de hand waarvan mensen betekenis geven aan hun eigen leven en hun connectie met het leven van anderen aangeven (Van Dijck, 2004: 262).

In het artikel van Van Dijck (2004) komt naar voren dat zulke verzamelde herinneringen zelden alleen voortkomen uit de behoefte om een geheugensteuntje te creëren, maar de uitkomst zijn van een scala aan intenties. Een persoon kan immers op grond van verschillende beweegredenen een foto maken. Het kan de persoon louter te doen zijn om de handeling van het fotograferen zelf. Het kan ook voortkomen uit de behoefte om een moment vast te leggen voor de toekomst of de foto kan gemaakt worden met de intentie om er iemand mee te chanteren (Van Dijck, 2004: 265). Ook al kunnen de motieven voor het aanleggen van een dergelijk product uit het verleden verschillend zijn, een herinnering is altijd een representatie van een collectieve geschiedenis. Het menselijk geheugen moet namelijk constant worden gevoed door collectieve bronnen. Onze herinneringen organiseren zich immers aan de hand van onze actuele of voorbije deelname aan een groep en het oprakelen van herinneringen steunt veelal op een gevoel van verbondenheid of gedeelde ervaringen in de plaats van het verplaatsen in tijd of ruimte (Halbwachs, 1992 [1925; 1950]).

Het terugkijken van filmpjes en foto’s van Kane impliceert in die zin het bestaan van een collectief geheugen. En een collectief geheugen betekent dat de fans het gevoel hebben deel uit te maken van een gedeeld verleden (Van Dijck, 2004: 267). In die zin kunnen we Kane betitelen als onderdeel van het culturele geheugen van Kane-fans. Er bestaan namelijk individuele herinneringen aan Kane die gedeelde herinneringen die ontstaan zijn in sociale praktijken veronderstellen.

Connerton (1989) sprak in de theorie al over een “sociaal geheugen”. Hiermee doelt hij op de op herinneringen gefundeerde verwachtingen die de sociale orde draaiende houden. Het sociale geheugen komt volgens Connerton tot uiting bij bepaalde tradities, rituelen en praktijken.

In de interviews wordt duidelijk dat Kane zich ook bij enkele fans manifesteert als traditie. Tradities zijn er in vele soorten en maten. Ik doel hier op de traditie in de zin van het doorgeven van bepaald cultureel erfgoed. Zoals eerder al naar voren kwam bij de onderscheidende kracht van muziek, geven Gina en Monique het Kane-fandom door aan hun kinderen. Hiermee trachten zij Kane als traditie voort te zetten in de familie en zo dus een plek te geven in het sociale geheugen van hun families.

3.3.2. Belang van de Indonesische achtergrond

Lily Kong (1999) stelt, zoals in de theorie al aan de orde is gekomen, dat een collectief geheugen het bestaan van gedeelde herinneringen veronderstelt, waarbij

zich een bepaald sentiment van eigendom van dat verleden moet voordoen van waaruit mensen begrip opdoen voor de huidige stand van zaken in de samenleving. Hierbij vermeldt zij ook dat de waarde van een onderdeel van collectieve geschiedenis voor groepen valt of staat bij de mate waarin het vertegenwoordigd is binnen het cultureel erfgoed. Kane kan door de Indonesische achtergrond van de zanger en de gitarist in theorie gezien worden als voortzetting van het Indische, muzikale erfgoed in Nederland.

Dennis en Dinand van Kane geven zelf aan veel waarde te hechten aan hun Indonesische roots. Dit blijkt onder meer uit het interview dat zij hadden met Margriet Vroomans op 15 augustus 2010 bij de herdenking van het einde van de Japanse bezetting in Indonesië. De NOS (2010) besteedde ruimschoots aandacht aan deze herdenking in Den Haag. In de eerste helft van de uitzending stonden Dinand Woesthoff en Dennis van Leeuwen van Kane centraal met hun Indische wortels. De vaders van beide Kane-voormannen zijn geboren in Indonesië.

Dennis vertelde over zijn vader die in 1940 in Indonesië werd geboren en daar tot zijn zestiende jaar heeft gewoond. Hij benadrukte dat zijn vader een zwijgzame Indo is en dat herdenkingen als deze goede aanleidingen zijn om het gesprek over zijn jeugd in Indonesië te starten. Zo wist Dennis dat zijn opa bij het Koninklijk Nederlandsch-Indisch Leger (KNIL) heeft gediend en in 1942 om het leven kwam bij een aanval op een marineschip (NOS, 15 augustus 2010). Zijn oma vertrok met zijn vader naar een kinderkamp. Dennis gaf aan dat hij naarmate hij ouder wordt meer de behoefte voelt om meer te weten te komen over deze episode van zijn familiegeschiedenis. Hij had zich dan ook voorgenomen om met zijn vader Indonesië te bezoeken om de herinneringen van zijn vader tastbaar te maken en de dialoog te starten met zijn vader over die Indonesische roots (cf. Kane Facebook, 2011). Dit komt overeen met het idee van Marcus L. Hansen (1938) over het *third generation-* effect. De derde generatie is in principe volledig geïntegreerd in het nieuwe thuisland, maar voelt ook steeds vaker de behoefte om hun etnische achtergrond te cultiveren. Dennis gaf aan zich echt Indisch te voelen.

Dinand had de reis naar Indonesië al met zijn vader gemaakt. Ook hij voelde de behoefte om meer over die Indonesische achtergrond te weten te komen, mede doordat hij nu zelf ook kinderen heeft, wilde hij het zwijgen over Indonesië in zijn familie doorbreken (NOS, 15 augustus 2010). Dinand sprak over ‘overlevering’. Hij achtte het van belang dat die verhalen voor de volgende generaties beschikbaar zijn, omdat het een deel is van hun identiteit. Een gedeelte dat niet zo maar kwijtgeraakt mag worden, door het zwijgen van deze oudere generatie Indo’s. Over zijn ervaringen in Indonesië schreef Dinand het nummer ‘Senang’, wat een tevreden hart betekent, dat voor hem het gevoel van die periode weergeeft.

Dit nummer legde Dinand voor aan zijn vader, de vader van Dennis en oud-Indorocker Andy Tielman. Tielman gaf aan dat dit nummer “helemaal raak” was (NOS, 15 augustus 2010). In dit interview met Margriet Vroomans kwam ook de vergelijking tussen de Indorock en Kane ter sprake. Dinand zei hierover:

Je moet het niet meer afspiegelen aan de jaren vijftig en zestig. Je moet het nu over 2010 hebben. Ik zeg wel eens voor de grap op het podium, voor zoveel mensen, wij zijn het beste bewijs dat integratie in Nederland honderd procent kan slagen, want hier staat een band, waarbij we met z'n allen het gevoel hebben van dit is een Nederlandse band en dat is het ook, en waarvan er minimaal drie gasten inzitten die hun roots in Indonesië hebben liggen en dat is voor mij Indorock in 2010.

Dennis zag wel een overeenkomst met de Indorock van onder andere The Tielman Brothers. “Een overeenkomst met nu is, er zit wel een bepaald showelement in. Zeker bij The Tielman Brothers, die wilden er gewoon echt een show van maken en dat is bij ons ook het geval. Dat je gewoon echt groot wilt denken en een spektakel wilt neerzetten.” (NOS, 15 augustus 2010).



Figuur 4: Dinand Woesthoff en Dennis van Leeuwen bij de Indië-herdenking 2010 (Bron: <http://www.flickr.com/photos/roel1943/4895775796/>)

De vraag is in hoeverre de ondervraagde Indische Kane-fans waarde hechten aan dit gedeelde culturele geheugen. Twee van de vijf Indische respondenten ervaren de gedeelde etnische afkomst als relatief waardevol voor hun fandom. Maureen en Gina voelen zich er extra verbonden met Dinand door. Gina hecht ook veel waarde aan het in standhouden van Indisch erfgoed. Vandaar dat zij het ook toejuicht dat Dennis en Dinand hun etnische achtergrond cultiveren. Daarnaast maakt het haar

extra trots dat de Kane-bandleden hun wortels in Indonesië hebben. De volgende twee uitspraken van Maureen en Gina onderstrepen de toegevoegde waarde die de gedeelde roots hebben voor hun fandom:

Maureen (34): Net zoals Dinand. We zijn van dezelfde generatie zeg maar. Het is alleen bij hem dan zijn vader en bij mij dan mijn moeder. (...) Ja, als ik dan Dinand zo hoor van "Zijn er nog Indo's in de zaal?" bijvoorbeeld want dat zegt hij weleens bij zijn concert en dan ik wel van "Ja, ik!" bijvoorbeeld. Of ook anderen natuurlijk. Maar dat geeft je toch wel even dat extra, ja, ik vind dat wel leuk. Een extra binding, ja.

Gina (48): Ja! Dat ze die [de Indocultuur] toch in stand houden, ja. Dat heb ik zelf met mijn kinderen ook. (...) ... ik houd wel die cultuur in stand. Ja, tegenover mijn kinderen, bepaalde Indonesische gewoontes en zo. En dat, dat is gewoon leuk.

Uit de interviews blijkt dat een gedeelde Indonesische achtergrond niet alleen leidt tot identificatie, maar ook tot inspiratie. De Indische Maureen en de kwart-Indonesische Monique willen namelijk graag een reis maken naar Indonesië om hun familiegeschiedenis op te zoeken. Ze zijn in die wens duidelijk geïnspireerd door de reizen die Dinand en Dennis (afzonderlijk) met hun vaders maakten naar Indonesië.

De Indonesische achtergrond van de bandleden heeft er ook voor gezorgd dat de Indorock werd geïntroduceerd bij de Hollandse Kane-fans. Zo geven Ron en Maik aan dat ze door Kane liedjes van de oude Indorock zijn gaan opzoeken, waarbij Ron ook daadwerkelijk een voorliefde heeft ontwikkeld voor deze sound.

Ron (24): Het Kane-geluid is echt dat, dat rauwe Indorock. Beetje, beetje jazzie af en toe. Bijvoorbeeld de cd en dvd February, die jazz, blues is echt fantastisch. (...) ... ja, de kort, korte deuntjes, het gepling, en dan de sterke gitaren er tussendoor. Dat is echt die typische Indorock.

Zo kan Kane gezien worden als voortzetting van het Indische, muzikale erfgoed, doordat het de herinnering aan de Indorock ook bij de niet-Indische fans levendig houdt. Daarbij laat Ron in het bovenstaande citaat weten de muziek van Kane als Indorock te typeren.

Dit is ook een indicator van het belang van de Indorock voor het culturele erfgoed van Den Haag. De Indobandjes introduceerde in de jaren vijftig en zestig van de twintigste eeuw de rock-n'-roll in Nederland, waarbij het centrum van de Indorock in Den Haag lag. In de huidige muziekcultuur van Nederland kan je ook stellen dat het centrum van de rock Den Haag is. Met artiesten als Kane, maar ook Anouk, Di-rect, Stereo en voorheen ook The Golden Earring is Den Haag hofleverancier als het om succesvolle rockacts in Nederland gaat. De Indorock heeft

dus heel wat succesvolle opvolgers gehad in Den Haag. Wellicht is dat niet geheel toevallig, want de Indorock heeft ervoor gezorgd dat in Den Haag de rockcultuur is opgebloeid, waarbij ook gunstige faciliteiten en netwerken met betrekking tot de muziekindustrie zich in deze stad hebben gevestigd. Kane mag zichzelf dan expliciet als hedendaagse Indorock bestempelen, maar eigenlijk zouden alle Haagse rockbandjes zich als voortzetting van dit muzikale erfgoed kunnen zien.

Kane kan dus enigszins worden betiteld als een symbool voor het voortbestaan van Indisch erfgoed in de Nederlandse muziek, de rol van hun Indonesische achtergrond is desalniettemin marginaal te noemen in het fandom van de ondervraagde Kane-fans. Voor de meerderheid van de Indische Kane-fans geldt die gedeelde achtergrond niet als motief voor hun fan-zijn en ook voor de Nederlandse fans speelt het geen rol van betekenis. Opvallend is dat veel respondenten in eerste instantie niet wisten dat Kane bestond uit veel Indische bandleden en daar pas later achter zijn gekomen.

Dit doet vermoeden dat etnische roots, gedeeld cultureel verleden of andere op culturele afkomst gebaseerde noties geen duidelijke rol spelen binnen fancultuur en fandom. In veel van de studies die over de multiculturele samenleving en globalisering zijn verschenen, ligt de focus op de behoefte aan nationale binding in de zoektocht naar een eenduidige groepsidentiteit (cf. Morley, 2001 ; Grever & Ribbens, 2007 ; Parekh, 2008). Aangenomen wordt dat in tijden waarin grenzen tussen bevolkingsgroepen vervagen die behoefte aan een groepsidentiteit voor bepaalde groepen of naties toeneemt, waardoor nationalistische sentimenten en vormen van vreemdelingenhaat ontstaan (cf. Betz, 1994). Kortom, er wordt een ‘wij’ tegen ‘zij’-denken geïnsinueerd. Misschien bestaat er echter ook een andere kant van de medaille.

Door de komst van de multiculturele samenleving is de ene bevolkingsgroep namelijk niet altijd even gemakkelijk van de ander te onderscheiden. Daarnaast is het maken van een dergelijk onderscheid wellicht in het geheel niet wenselijk meer nu steeds meer mensen een complexe culturele achtergrond kennen die niet altijd even zichtbaar meer is, doordat globalisering ook de verschillen tussen bevolkingsgroepen langzaam doet verdwijnen. Culturele afkomst kan zo in de maatschappij anno 2011 niet zo relevant meer zijn in identiteitsvorming. In het scheppen van een moderne eenduidige identiteit voor bijvoorbeeld “De Nederlanders”, wordt immers niet gekeken naar wat ons als Nederlandse burgers van elkaar doet verschillen, maar naar wat ons bindt. En dat is in veel gevallen geen vergaande etnische achtergrond meer, omdat dat juist iets is waar we als Nederlanders in deze multiculturele samenleving steeds vaker van elkaar verschillen.

Dinand gaf in het interview met de NOS aan dat hij Kane ziet als het beste bewijs dat integratie in Nederland voor honderd procent kan slagen, omdat vrijwel

niemand hen ziet als Indische band, maar als een Nederlandse band (NOS, 15 augustus 2010). Deze stelling onderbouwt ook enigszins het aflatende belang van etniciteit en afkomst in Kane-fandom.

Zo geven Lash en Lury (2007) aan dat globalisering niet de behoefte aan nationale identiteit aanwakkert, maar het ontstaan van post-nationale identiteiten inluidt. Dat houdt in dat identiteit op basis van andere criteria dan voorheen wordt opgebouwd. Volgens Lash en Lury heeft globalisering zeker een effect op identiteitsvorming, maar niet op nationaal niveau maar op cultureel niveau. De identiteit van een persoon is in die zin niet meer gekoppeld aan de ruimte van de natiestaat, maar aan de keuze voor culturele vormen van in het bijzonder entertainment. Ook Zygmunt Bauman (2001) geeft in zijn artikel over identiteit en globalisering aan dat een vaststaand idee van een (nationale) identiteit niet meer aanhaakt bij de huidige tijdsgeest. Hij stelt dat er veel beter gesproken kan worden over *identificatie* dan *identiteit*, omdat het gaat om een proces dat geen afgebakend einde kent.

Wat ik hiermee probeer aan te tonen is dat de geïnterviewde Kane-fans door hun fan-zijn niet te laten baseren op etniciteit of gedeelde afkomst, een mondiale trend van een afnemend belang van etnische binding illustreren. Hun fandom, dat in meer en mindere mate een bijdrage levert aan hun identiteit, is gefundeerd op andere motieven die voortvloeien uit bijvoorbeeld culturele smaakvoorkeuren en andere facetten van culturele consumptie.

3.3.3. Dominante culturele gedragingen

Naast dat Kane-fandom bij de respondenten bestaat op grond van redenen die met culturele consumptie van doen hebben, kwam eerder in dit hoofdstuk aan bod dat veel fans het authentieke karakter van Kane prijzen en het laten meegelden in hun fandom. Hier bleek een zucht naar “echtheid” achter schuil te gaan, die veroorzaakt is door de mediatisering en commercialisering van de maatschappij (Baudrillard, 1993 [1976]). Die hang naar authenticiteit is ook terug te vinden in andere uitkomsten van de interviews. In tegenstelling tot de voorgaande paragraaf over authenticiteit zal ik me nu meer toeleggen op de culturele dimensie van het fandom. Hierbij komt aan bod hoe de Nederlandse identiteit en waarden invloed uitoefenen op het fandom van de geïnterviewde Kane-fans.

Zo blijkt een grote meerderheid van de fans er veel waarde aan te hechten dat de bandleden van Kane “zo normaal gebleven zijn”. De onderstaande citaten van Monique en Jordy illustreren dit.

Monique (37): ... hij [Dinand] is ook echt gewoon, gewoon zeg maar. Het is niet een arrogante bal. Het is gewoon echt een gewone man.

Jordy (31): Ja, ik ken hem niet persoonlijk, maar... ik denk dat hij gewoon, wat ik van televisie dan ook zie, dat hij gewoon zichzelf is, normaal overkomt en niet uit de hoogte doet of zo.

Onder die waardering voor ‘het gewoon blijven’ van het fanobject wordt verstaan dat de artiest in kwestie benaderbaar is en geen arrogant gedrag vertoont, maar een *boy/girl-next-door*- imago heeft. Sociologe Irene Stengs (2010) toonde in haar studie naar fans van André Hazes al aan dat de aantrekkingskracht van de overleden volkszanger voor een groot deel schuilde in zijn ‘authentieke gewoonheid’. Uit een onderzoek van Yiu Fai Chow en Jeroen de Kloet (2008) blijkt dat dit typisch is voor Nederlandse fans.

In hun vergelijkende onderzoek tussen de Nederlandse ster Marco Borsato en de Hong Kongse ster Leon Lai, besteden Chow en De Kloet (2008) aandacht aan de fancultuur die er in Nederland bestaat rond Marco Borsato. Hierbij stellen zij dat in Nederland de fancultuur is gecentreerd rond het *boy-next-door*- imago (Chow & De Kloet, 2008). Marco Borsato krijgt veel waardering van het Nederlandse publiek, omdat hij zich inzet voor goede doelen en dus menselijke, emotionele trekjes heeft. Daarnaast bestaat er volgens Chow en De Kloet (2008) veel waardering voor het gegeven dat hij “zo normaal is gebleven”.

In Hong Kong, daarentegen, is de fancultuur rond Leon Lai juist gefocust op het extraordinaire, bijzondere en speciale aspect van zijn persoonlijkheid. Leon Lai wordt gezien als een persoonlijkheid die ver boven het “gewone volk” verheven is en dat vergroot de aantrekkingskracht van zijn persoon voor de Hong Kongse burger. De fancultuur is hier juist gecentreerd rond de bijzonderheid (het ‘abnormale’) van de ster (Chow & Kloet, 2008).

Zo blijkt dus dat lokale fanculturen zich manifesteren aan de hand van de heersende opvattingen (hegemonie) die er bestaan met betrekking tot de waardering van artiesten. Een fancultuur kan zo de dominante denkbeelden van een land, natie of groep weerspiegelen. Hiermee draagt het bij aan de ontwikkeling van een thuisgevoel (*Heimat*) en dus aan het proces van collectieve identiteitsvorming.

In Nederland, en zo ook onder de geïnterviewde Kane-fans, worden sterallures bij een artiest niet gewaardeerd.

Romy (36): Ik houd daar niet van dat je naast je schoenen gaat lopen. Daar ben ik niet zo van gediend.

‘Gewoon blijven’ blijkt daarentegen een impuls voor fandom te zijn. De dominante visie binnen fancultuur die naar voren komt in het artikel van Chow en Kloet (2008)

wordt dus onderstreept door deze Kane-fans. Dat houdt in dat deze uitkomst de Nederlandse fancultuur in het algemeen typeert. Het *boy-next-door* – imago kan gezien worden als een gezamenlijke factor in de Nederlandse fancultuur en dus in de Nederlandse manier van kijken naar een populaire artiest. Het typeert hiermee een Nederlandse culturele houding van ‘doe maar gewoon’.

In het onderzoek van Chow en Kloet (2008) wordt onder meer aangegeven dat een aspect van die typische Hollandse fancultuur het waarderen van de emotionele, menselijke trekjes van een artiest is. Hier schemert ook die hang naar “echtheid” in door. Emoties worden immers gezien als de meeste intieme uitingen van de mens die de werkelijke persoonlijkheid van iemand aan het licht brengen. Eerder in dit hoofdstuk kwam al naar voren dat een aantal Kane-fans emotionele betrokkenheid met Dinand ervaart doordat ze hetzelfde leed als de zanger hebben meegemaakt. Bewondering voor het persoonlijke leven van de voorman van Kane blijkt dan ook zwaar mee te wegen in het fandom van de ondervraagden. De vele tegenslagen in het leven van Dinand, waaronder het overlijden van zijn vrouw Guusje Nederhorst, en de manier waarop hij daarmee omgaat, zorgen bij de respondenten voor een gezamenlijke sympathie voor de leadzanger. De volgende uitspraken van Maureen en Desiree zijn hier voorbeelden van.

Maureen (34): En vooral toen hij... hoe je dat dan merkt, hoe hij dat allemaal heeft meegemaakt met Guusje Nederhorst en noem maar op en hoe hij daar is bovenop gekomen, ja, dat vind ik toch wel heel knap, hoor! En dat ie toch met Kane is doorgegaan en dat het allemaal zo goed gaat en zo. Een goed voorbeeld! Ja, dat moet ik wel zeggen.

Desiree (25): Hij is natuurlijk heel erg in the picture daarmee geweest, omdat hij natuurlijk ook een bekende vrouw had en soms vraag je je ook weleens af dat er ook best veel nummers zijn over haar dan. Dan denk ik wel, ja, ik denk wel dat dat hem ook heeft... dat mensen veel sympathie voor hem hebben. Ik denk wel dat mensen hem sympathiek vinden daardoor. Hoe hij dat dan heeft aangepakt. Ja, ik denk het wel. Ik heb dat ook wel.

Ook deze blijk van sympathie voor een persoon en diens levensloop en levenshouding, is een uiting van bepaald dominant cultureel gedrag. Historicus Henri Beunders (2002) zou het een uiting van de hedendaagse emotiecultuur noemen, waarbij publieke tranen en het openlijk beleven van je verdriet bijdragen aan een collectieve sympathie voor iemand. Emoties worden niet langer gezien als een teken van zwakte, maar als een teken van menselijkheid. Daarbij wordt een emotie als verdriet niet meer zozeer verwerkt in een individueel isolement, maar in de openbaarheid (Beunders, 2002). Het verdriet van Dinand is in die zin gemeengoed geworden van de buitenwereld, in het bijzonder van zijn fans. De emotionele betrokkenheid die de Kane-fans met Dinand ervaren komt dus mede voort uit de

emotionalisering van de maatschappij en is daar een uiting van. Hiermee is dit onderdeel van het fandom een afspiegeling van de huidige tijdsgeest en draagt het dus elementen in zich van de hedendaagse, collectieve identiteit van de Nederlandse burger.

In de theorie van Bourdieu (1984) zagen we al dat fandom geen volledige individuele keuze is, omdat je smaakvoorkeuren voortkomen uit een bredere sociale context en daardoor niet onafhankelijk zijn. Uit de hierboven gepresenteerde resultaten blijkt dat fandom daarnaast drijft op dominante culturele gedragingen, zoals de calvinistische aard van de Nederlandse burger ('doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg') en toenemende focus op emotie in de hedendaagse Nederlandse samenleving. Dit geeft aan dat fandom niet zozeer een uiting is van een vrijgevochten consument, maar gebaseerd is op bredere sociale en culturele processen. Die processen zijn niet van de één op andere dag ontstaan, maar kennen een aanleiding in een ver verleden. Uitingen van fandom zijn dus indirect de afspiegeling van een cultureel geheugen.

Hoofdstuk 4: Conclusies

4.1 De conclusies

De rol van een cultureel geheugen in Kane-fandom

De doelstelling van deze thesis is het exploreren en analyseren van een mogelijke koppeling tussen gedeeld cultureel geheugen en het fandom van Kane-fans. Uit de interviews met elf Kane-fans is gebleken dat hun fandom veelal is gevormd door brede sociale en culturele processen die kenmerkend zijn voor de Nederlandse samenleving. Enkele aspecten van deze processen zijn te verbinden aan cultureel geheugen.

Zo wordt duidelijk dat enkele karakteristieke elementen van de Nederlandse cultuur aan de basis staan van het ontstaan van Kane-fandom. Veel geïnterviewde Kane-fans geven namelijk aan dat het authentieke karakter van de band ten grondslag ligt aan hun fan-zijn. Deze waardering voor authenticiteit uit zich op verschillende manieren en sluit zo aan bij de huidige hang naar ‘echtheid’ in een sterk gecommercialiseerde en gemediatiseerde maatschappij.

Allereerst speelt het voor de respondenten mee in hun motivatie voor hun fandom dat de bandleden van Kane ‘zo gewoon zijn gebleven’. Ook in de onderzoeken van Chow en Kloet (2008) en Stengs (2010) naar de fanculturen van respectievelijk Marco Borsato en André Hazes komt naar voren dat het ‘normaal blijven’ van artiesten van groot belang is. Hiermee lijkt het typisch voor de Nederlandse fancultuur. Dit karakteristieke element van de Nederlandse fancultuur is gefundeerd op de aloude calvinistische aard van de Hollandse burger en is in lijn met het ‘doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg’- gedachtegoed van veel Nederlanders. Dit element van Kane-fandom komt dus voort uit een dominante culturele houding in Nederland.

Een ander authentiek aspect dat door de Kane-fans wordt gewaardeerd is het gegeven dat Kane hun eigen muziek schrijven en live spelen. Dit authentieke karakter van het maken van muziek, in een tijd waar boybands, tieneridolen en winnaars van commerciële talentenjachten een voile van ‘nepheid’ over de muziekcultuur trekken, blijkt voor veel Kane-fans van essentiële waarde te zijn in hun fandom.

Een andere maatschappelijke tendens die doorschemert in het fan-zijn van deze elf Kane-fans is de emotionalisering van de samenleving (Beunders, 2002). Deze trend is ook gerelateerd aan de hang naar meer ‘echtheid’. Emoties worden immers gezien als uiting van menselijkheid en laten daarmee de werkelijke aard van een persoon zien. In de interviews komt naar voren dat de levensloop van zanger

Dinand Woesthoff een groot aandeel heeft in het fandom van de respondenten. Doordat hij veel dierbaren op jonge leeftijd heeft verloren, waaronder zijn vrouw actrice Guusje Nederhorst, heeft hij de sympathie van veel mensen gewonnen. Het leed van Dinand en de manier waarop hij daarmee is omgegaan kunnen dan ook gezien worden als een duidelijke impuls in het fan-zijn. Fandom drijft in die zin dus ook op de emotionele betrokkenheid die er bestaat tussen fanobject en fan. Emotionele betrokkenheid die tot uiting komt in sympathie (mensen vinden het zielig wat Dinand is overkomen en ontwikkelen vanuit medelijden sympathie voor hem) en identificatie (mensen die soortgelijk leed als dat van Dinand hebben meegemaakt in hun leven kunnen zich door die gedeelde levenservaringen identificeren met Dinand), kan fandom stimuleren. Die gedeelde sympathie en emotionele betrokkenheid komen voort uit de hedendaagse emotiecultuur. Dit element van het Kane-fandom stoelt dus ook op cultureel hegemonische gedragingen in de Nederlandse samenleving.

Daarbij moet de kanttekening geplaatst worden dat de resultaten die zijn voortgekomen uit de gehouden interviews alleen gelden voor de geïnterviewde Kane-fans en dus geen betrekking hebben op de gehele fangemeenschap rond Kane of Nederland. Deze conclusies zijn zodoende niet representatief voor een grotere populatie dan deze elf ondervraagde Kane-fans. Ik heb deze methodologische tekortkoming getracht te minimaliseren door verschillende ‘soorten’ en gradaties fans te interviewen. Bij de samenstelling van de groep respondenten heb ik daarnaast de bevindingen van mijn kleinschalige, aanvullende etnografische studie in het oog gehouden, waardoor de groep vrouwen tussen de dertig en veertig dominant is geworden in de groep respondenten. Daarnaast kwamen in veel interviews wel dezelfde thema’s bovendrijven. Dus het is wel aannemelijk dat deze conclusies voor een grotere groep kunnen gelden.

Het fandom van de ondervraagde Kane-fans is dus voor een groot deel gebaseerd op overheersende culturele houdingen. Die waarden en opvattingen die ten grondslag liggen aan deze houdingen zijn niet plotseling ontstaan, maar zijn de uitkomsten van een culturele geschiedenis. Het cultureel geheugen, het gedeelde verleden dat mensen op cultureel gebied met elkaar bindt, speelt naast de hierboven besproken noties van culturele gedragingen ook op het niveau van persoonlijke beleving een rol in Kane-fandom.

Omdat Kane twaalf jaar geleden begon en er zich onder de geïnterviewde fans een aantal fans van het eerste uur bevinden, komt in de interviews naar voren dat de fans betekenisvolle herinneringen met betrekking tot Kane koesteren. Herinneringen van oude liefdes, onvergetelijke concerten of bijzondere levensfasen worden door de respondenten gekoppeld aan Kane. In de uitspraken van de fans wordt impliciet de stelling van Van Dijck (2006) onderstreept dat herinneringen aan

muziek pas echt waardevol voor een persoon zijn wanneer zij zijn opgedaan in sociale praktijken. De Kane-fans associëren de herinneringen aan Kane namelijk met de mensen waar ze destijds mee om gingen of met gedeelde ervaringen, zoals concerten. Ook hier blijkt uit dat fandom geen individuele actie is, maar wordt vormgegeven door sociale praktijken.

Daarnaast geven een aantal fans in de interviews aan dat ze soms de behoefte voelen om die herinneringen aan Kane op te halen. Dit doen zij vervolgens door filmpjes en foto's terug te kijken. Van Dijck (2004) noemt deze *mediated memories* van belang bij identiteitsconstructie. De geheugensteuntjes, die foto's en filmpjes vormen, duiden namelijk de persoonlijke betekenis van de herinnering, maar ook de culturele en sociale setting waarin deze tot stand is gekomen. Zo zeggen deze op media steunende herinneringen iets over zowel persoonlijke als collectieve identiteit.

De aanwezigheid van Indocultuur in de fancultuur rond Kane

Naast die persoonlijke, bijna biologische werking van het geheugen die zijn weerslag heeft op fandom, heb ik gekeken naar het belang van een gedeeld Indonesisch verleden in het fandom rond Kane. Sommige Indische fans zagen in de Indonesische roots van Dennis en Dinand wel een extra reden om zich met hen te kunnen identificeren en zich zo met hen verbonden te voelen. Andere fans hadden ook in zekere mate waardering voor de Indorock en zagen het als extra leuk dat Kane dat erfgoed nu voortzet. Desalniettemin ging het hier louter om aanvullende en bijkomstige motieven voor hun fandom. Dit onderzoek onderstreept dan ook de stelling van Dinand dat Kane aantoont dat integratie in Nederland voor honderd procent kan slagen, omdat vrijwel niemand hun definieert als een Indisch bandje, terwijl veel van de bandleiden een Indo-achtergrond kennen. De motieven van Kane-fans om fan te zijn van Kane manifesteren zich niet rond de Indonesische roots. De Indocultuur is dan ook amper aanwezig in de fancultuur. Deze uitkomst onderschrijft een mondiale trend van de afnemende waarde van etnische verbondenheid door globalisering en de komst van multiculturele samenlevingen.

Opvallend is wel dat Kane bij Hollandse fans de interesse voor Indorock heeft gewekt. Kane geeft zo indirect wel Indisch cultureel erfgoed door, waarmee ze als voortzetting van het Indische culturele geheugen bestempeld kunnen worden. Kane ziet zichzelf overigens ook expliciet als hedendaagse variant op de Indorock. Kane kan niet alleen vanwege de Indonesische roots van enkele bandleiden gezien worden als de hedendaagse Indorock, maar ook vanwege hun Haagse afkomst. De Indorock in Den Haag heeft er namelijk voor gezorgd dat er in Den Haag een soort cultureel kapitaal is ontstaan wat betreft rockmuziek, waar de hedendaagse beginnende bandjes nog op teren. Door de historisch gegroeide status van Den Haag als rockbolwerk hebben namelijk de juiste mensen en de juiste netwerken zich gevestigd

in de Hofstad. Daarnaast zou rock gezien kunnen worden als een Haagse traditie die in stand wordt gehouden door volgende generaties en zo deel uitmaakt van het Haagse erfgoed en de Haagse identiteit. Ik denk dan ook niet dat het helemaal toevallig is dat veel Haagse rockformaties de weg naar de Nederlandse hitlijsten weten te vinden.

Om de validiteit van deze conclusies te garanderen moet er echter nog wel meer onderzoek naar deze koppeling tussen cultureel geheugen en fandom gedaan worden. De resultaten van dit onderzoek zijn immers geen directe weergave van de werkelijkheid, maar mijn interpretaties van die werkelijkheid. De generaliseerbaarheid van het onderzoek is door de beperkte steekproef namelijk te gelimiteerd. Hiermee is de betrouwbaarheid van dit onderzoek niet volledig te waarborgen, mede doordat ik mijn achtergrondkennis en mijn heersende opvattingen niet heb kunnen uitschakelen gedurende de interviews. Deze methodologische tekortkoming heb ik geprobeerd te verkleinen, door de resultaten van dit onderzoek voor te leggen aan de respondenten (*member check*) en aan een aantal medestudenten (*peer debriefing*).

De rol van cultureel geheugen en fandom in identiteitsconstructie

De rol van een gedeeld cultureel geheugen manifesteert zich in het fandom van de elf Kane-fans dus door de prominente aanwezigheid van dominante culturele houdingen die typisch zijn voor Nederland. De calvinistische aard is ontsprongen uit een gedeeld verleden en de waardering voor authenticiteit is kenmerkend voor sociale en culturele processen waar de Nederlandse samenleving momenteel mee te maken heeft. Zo zien we ook dat de komst van de multiculturele samenleving weerslag heeft op fandom. Nu dat etniciteit niet bij voorbaat een onderscheidende en identiteitsbepalende rol speelt, is ook de waarde ervan afgenomen met betrekking tot fandom. Het feit dat de bandleden van Kane een Indonesische achtergrond kennen, speelt mede daardoor geen rol van betekenis in het fandom van de ondervraagde Kane-fans.

Etniciteit is zogezegd in zijn identiteitsbepalende autoriteit ondermijnd door de moderne samenleving. In het hedendaagse vraagstuk rond identiteit staat de vraag centraal op welke noties identiteit dan wel is gebaseerd in de moderne tijd. In lijn met de deelvraag over de rol van Kane-fandom in de identiteit van de fans blijkt uit deze thesis dat fandom een aanvullende rol speelt in de identiteitsconstructie van fans.

Onder de respondenten bevinden zich verschillende gradaties Kane-fans. De mate waarin het fandom zijn weerslag heeft op de identiteit van de fan is daarbij afhankelijk van de intensiviteit van het fandom. Voor de diehardfans (cultfans in de terminologie van Brooker en Brooker) is de rol van Kane in hun identiteit in die zin

veel groter dan bij bewonderaars. Wanneer Kane-fandom een aanzienlijke bijdrage levert aan de identiteit van een fan uit zich dat op verschillende manieren.

Allereerst onderscheidt Kane-fandom hen van anderen. Door hun keuze voor Kane als fanobject sluiten ze bepaalde andere muziekgenres en de daarbij behorende subculturen uit. De keuze voor een muziekstijl is hierdoor een indicatie voor je deelname aan een bepaalde groep. Hierbij moet wel de kanttekening worden geplaatst dat deze muziekvoorkeur misschien wel een individuele keuze lijkt, maar dat in veel gevallen niet is. De Franse socioloog Pierre Bourdieu (1984) geeft in zijn distinctiemodel aan dat smaakvoorkeuren en consumptiegewoontes liggen ingebed in de sociale omgeving waarmee je in aanraking komt. Een aantal Kane-fans geeft aan dezelfde smaakvoorkeuren te hebben als hun ouders wat betreft muziek of het Kane-fandom door te geven aan hun kinderen. Daarnaast is hun fandom veelal tot stand gekomen in de setting van een vriendengroep. Deze uitkomsten onderschrijven de theorie van Bourdieu gedeeltelijk, omdat Bourdieu in *La Distinction* (1984) voornamelijk is toegespitst op klasse-positie en dat niet uit de resultaten valt af te leiden. Desalniettemin geven de resultaten indicaties voor de deelname aan een bepaalde sociale groep of omgeving.

Ten tweede biedt Kane hen handvatten voor gedrag. Doordat Dinand door veel fans als hun idool wordt gezien, geven veel fans ook aan zich als hem te willen kleden en te willen gedragen. Dit correspondeert met de theorie van Cornel Sandvoss (2005) dat een fan zich spiegelt aan zijn of haar fanobject en zo zijn of haar ideale zelfbeeld op het object van fandom projecteert.

Sandvoss positioneert fandom in zijn theorie binnen het consumentisme en de industriële moderniteit. Hij typeert fandom daarbij als afspiegeling van de hedendaagse consumptiemaatschappij. In deze thesis is duidelijk geworden dat deze vorm van culturele consumptie geen onafhankelijke keuze is van een vrijgevochten consument, maar ontstaat aan de hand van de invloed van de sociale omgeving en een cultureel geheugen.

5.2 Discussie en aanbevelingen voor nader onderzoek

Om de geldigheid van de hierboven gepresenteerde conclusies te controleren is er nader onderzoek nodig. Het verband tussen fandom en cultureel geheugen biedt immers nog veel mogelijkheden voor verder onderzoek. Ik denk dat hier interessante uitdagingen voor de toekomst liggen.

Uit dit onderzoek blijkt dat het Kane-fandom van de respondenten niet zozeer voortvloeit uit de onafhankelijkheid van een vrijgevochten consument. Dit idee heeft echter juist haar intrede gedaan in het wetenschappelijk debat over fandom, door onder meer artikelen van Henry Jenkins (2006 ; 2007). Bij de Kane-fans blijkt hun fandom echter grotendeels gestoeld te zijn op maatschappelijke ontwikkelingen op

sociaal en cultureel gebied. Het zou interessant zijn om te analyseren in hoeverre deze ogenschijnlijke uitersten overlappen met elkaar. Waarschijnlijk zal er dan een werkelijkheidsgetrouwer en dus meer valide beeld ontstaan over het fenomeen fandom.

Een andere interessante invalshoek is die van het effect van globalisering op fandom. In deze thesis komt aan de orde dat gedeelde etnische afkomst of een gedeeld verleden dat is gebaseerd op etnische roots geen rol van betekenis speelt in het fandom van de ondervraagde Kane-fans. De onderzoekspopulatie van dit onderzoek is echter te gering om algemeen geldende uitspraken te doen over dit aannemelijk dalende belang van etniciteit in entertainment. Een onderzoeksvraag op dit gebied zou als volgt kunnen luiden: *Hoe beïnvloedt globalisering de motieven voor fandom of andere vormen van cultureel consumptiegedrag?* De vraag is daarbij ook of globalisering inderdaad de verschillen tussen bevolkingsgroepen doet vervagen of juist nationalistische gevoelens stimuleert binnen fanculturen.

De fancultuur rond Kane kent, zo blijkt in deze thesis, wel een aantal kenmerken die voortkomen uit dominante culturele denkbeelden in Nederland. Meerdere onderzoeken, zoals die van Chow en Kloet (2008) en Stengs (2010), hebben al aangetoond dat ‘het gewoon blijven’ (“het Frans Bauer-syndroom”) van artiesten zwaar mee weegt in de motivatie voor fandom. Het is wellicht interessant om dit aspect van de Hollandse fancultuur nader onder te loep te nemen en bijvoorbeeld te kijken naar de ontstaansgeschiedenis van deze culturele houding bij Nederlanders en de ontwikkeling ervan.

José van Dijck (2004 ; 2006) heeft daarnaast al enkele koppelingen tussen muziek en geheugen aan het licht gebracht. Die koppeling tussen geheugen en populaire cultuur biedt ook de nodige interessante perspectieven voor nader onderzoek. Hoe verhouden andere vormen van populaire cultuur, zoals films en sport, zich bijvoorbeeld met het culturele, collectieve geheugen?

Het onderzoeksterrein betreffende fandom, cultureel geheugen en populaire cultuur kent wat dat aan gaat dus nog veel braakliggende velden. Zeker in het licht van de huidige hype rond identiteit is hier zeker nog eer aan te behalen. Nu dat religie, etniciteit, gender en klasse namelijk in hun identiteitsbepalende autoriteit zijn ondermijnt, is het immers relevant om de zoektocht naar moderne indicatoren van identiteitsconstructie op te sporen. Ik denk dat daarbij een grote rol is weggelegd voor noties van populaire cultuur, omdat de aanwezigheid in het publieke leven inmiddels zo overheersend is dat hij onmogelijk niet serieus genomen kan worden.

Literatuurlijst / Verwijzingen

- Adorno, T. & Horkheimer, M. 1944. *Dialectic of Enlightenment*. New York: Social Studies Association, Inc..
- Anderson, C. 2006. The Long Tail. In: *Wired Magazine* 12.10. Online beschikbaar: <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html> (Geraadpleegd 15 maart 2011).
- Aupers, S., Houtman, D. & Roeland, J. 2010. Authenticiteit – De culturele obsessie met echt en onecht. In: *Sociologie* (2) 2010, p. 3 – 10.
- Bannister, M. 2007. *Adorno is a punk rocker-negation and 80s alternative rock music*. Research Archive: Waikato Institute of Technology.
- Baudrillard, J. 1993 [1976]. *Symbolic Exchange and Death*. London: Sage Publications.
- Bauman, Z. 1996. From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity. In: Hall, S. & Gay, P. du. 1996. *Questions of Cultural Identity*. London: Sage Publications.
- Bauman, Z. 2001. Identity in the globalizing world. In: *Social Anthropology*, Vol. 9. Issue 2.
- Bennett, A. 2001. *Cultures of Popular Music*. Buckingham, Philadelphia: Open University.
- Bennett, A. 2002. Music, Media and Urban Mythscapes: a study of the ‘Canterbury Sound’. In: *Media Culture Society* 24, 87 – 100.
- Bennett, A. 2006. Punk’s Not Dead: The Continuing Significance of Punk Rock for an Older Generation of Fans. In: *Sociology*, 40 : 219.
- Betz, H.G. 1994. *Radical Right-Wing Populism in Western Europe*. New York: St. Martins Press.

- Beunders, H. 2002. *Publieke Tranen – De drijfveren van de emotiecultuur*. Antwerpen & Amsterdam: Uitgeverij Contact.
- Blumer, H. 1969. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley: University of California Press.
- Boeije, H. 2002. A purposeful approach to the constant comparative method in the analysis of qualitative interviews. *Quality and Quantity* 36: 391-409.
- Bosma, U., Raben, R. & Willems, W. 2006. *De geschiedenis van Indische Nederlanders*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Brooker, P. & Brooker, W. 1996. Pulp modernism: Tarantino's affirmative action. In: D. Cartmell, I. Hunter, H. Kaye & I. Whelehan (Red.). *Pulping fictions: consuming culture across the literature/media divide*. Londen: Pluto Press.
- Brunsdon C. 1993. Identity in feminist television criticism. *Media, Culture & Society*, 15: 309-320.
- Carbaugh, D. 2008. Culture and Communication, Ethnographic Perspectives on. In: *The International Encyclopedia of Communication*. Donsbach, Wolfgang (ed.) Blackwell Publishing. http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g97814051319958_ss173-1 (Geraadpleegd op 29 maart 2011).
- Cavicchi, D. 2007. Loving Music – Listeners, Entertainment, and the Origins of Music Fandom in Nineteenth Century America. In: Gray, Jonathan Alan; Sandvoss, Cornel; Harrington, C. Lee. 2007. *Fandom: identities and communities in a mediated World*. New York University Press.
- Charmaz, K. 2003. Qualitative Interviewing and Grounded Theory Analysis. In: Holstein, J.A. & Gubrium, J.F. (red.). *Inside interviewing: new lenses, new concerns*. Thousand Oaks, Sage.

- Chow, Y.F. & Kloet, J. de. 2008. 'The Production of Locality in Global Pop – A Comparative Study of Pop Fans in The Netherlands and Hong Kong'. In: *Particip@tions*, 5, 2.
- Connerton, P. 1989. *How Societies Remember*. Cambridge University Press.
- Corbin, J. & Strauss, A. 1990. Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. In: *Qualitative Sociology*, 13 (1).
- Cottaar, A. & Willems, W. 1984. *Indische Nederlanders: een onderzoek naar beeldvorming*. Den Haag : Moesson.
- Croteau, D. & Hoynes, W. 2003. *MediaSociety – Industries, Images, and Audiences. Third Edition*. Pine Forge Press: Thousand Oaks, London, New Delhi.
- DeNora, T. 1999. Music as a Technology of the Self. In: *Elsevier Poetics* 27, p. 31 – 56.
- Dijck, J. Van. 2004. Mediated memories: personal cultural memory as object of cultural analysis. In: *Continuum*, 18 (2), p. 261 – 277.
- Dijck, J. Van. 2006. Record and Hold: Popular Music between Personal and Collective Memory. In: *Critical Studies in Media Communication* 23: 5, p. 357 – 374.
- DiMaggio, P., & Mohr., J. 1985. Cultural Capital, Educational Attainment, and Marital Selection. In: *American Journal of Sociology*, 90: 1231- 1261.
- Drew, R. 2008. Popular Communication and Social Class. In: *The International Encyclopedia of Communication*. Donsbach, Wolfgang (ed.) Blackwell Publishing. Reference Online: http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g978140513199521_ss73-1 (Geraadpleegd, 14 juni 2011).
- Eijck, K. van. 2001. Social Differentiation in Musical Taste Patterns. In: *Social Forces*, 79 (3), p. 1163 – 1185.

- Elavsky, C. M. 2008. Culture Industries. In: *The International Encyclopedia of Communication*. Donsbach, Wolfgang (ed). Blackwell Publishing. Blackwell Reference Online: http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/htocnode?id=g9781405131995_chunk_g97814051319958_ss176-1 (Geraadpleegd, 23 maart 2011).
- Ellemers, J. E., en Vaillant, R. E. F. 1985. *Indische Nederlanders en Gerepatrieerden*. Muiderberg: Coutinho.
- Engelshoven, T. 2009. 10 jaar Kane. *Officiële website Kane*. <http://www.kane.nl/site#band> (Geraadpleegd op 2 maart 2011).
- Facebookpagina van Kane. 2010. *Fotoalbum Bali Band 2010*. <http://www.facebook.com/profile.php?id=819603451#!/album.php?id=7127391916&aid=259733> (Geraadpleegd op 13 april 2011).
- Fiske, J. 1989a. *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.
- Fiske, J. 1989b. *Reading the Popular*. London: Unwin Hyman Ltd.
- Fiske, J. 1992. The Cultural Economy of Fandom. In: Lewis, L.A. ed. 1992. *The Adoring Audience: Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- Förnas, J. 1990. Moving Rock: Youth and pop in late modernity. In: *Popular Music. Vol. IX*, 291 – 306.
- Frith, S. 1996. Music and Identity. In: *Questions of Cultural Identity*, edited by Stuart Hall and Paul du Gay, p. 108 – 127. London: Sage Publications.
- Frow, J. 1995. *Cultural Studies and Cultural Value*. Oxford: Clarendon Press.
- Ganzeboom, H. 1989. *Cultuurdeelname in Nederland*. Assen: Van Gorcum.
- Gerbner, G. & Signorielli, N. 1988. *Violence and Terror in the Mass Media*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Vol no. 102. Paris: Unesco.
- Giles, D. C. 2003. *Media psychology*. Mahwah, N.J., [etc.]: Lawrence Erlbaum.

- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. 1967. *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine Pub. Co.
- Gramsci, A. (cop.) 1980. *Grondbegrippen van de politiek: hegemonie, staat, partij*. Nijmegen: Socialistische Uitgeverij Nijmegen.
- Gray, A. 2003. *Research practice for cultural studies: ethnographic methods and lived cultures*. London: Sage Publications.
- Gray, Jonathan Alan; Sandvoss, Cornel; Harrington, C. Lee. 2007. *Fandom: identities and communities in a mediated World*. New York University Press.
- Grazian, D. 2004. *Opportunities for ethnography in the sociology of music*. University of Pennsylvania.
- Grever, M. & Ribbens, K. 2007. *Nationale identiteit en een meervoudig verleden*. Den Haag: WRR. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Grijp, L.P. 2006. *Een muziekgeschiedenis der Nederlanden Volume 1*. Amsterdam University Press Salomé.
- Grossberg, L. 1992. Is there a Fan in the House? : The Affective Sensibility of Fandom. In: Lewis, L.A. ed. 1992. *The Adoring Audience: Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- Habermas, J. 2001. The public sphere. An encyclopedia article. In: M.G. Durham & D. M. Kellner. *Media and cultural studies. Keywords*. Oxford: Blackwell.
- Hak, T. 2004. Waarnemingsmethoden in kwalitatief onderzoek. In: *Huisarts en Wetenschap*, 47, p. 502 – 508.
- Halbwachs, M. 1992. *On Collective Memory*. ed. trans. L.A. Closer, Chicago: University of Chicago Press. (orig. geschreven in 1925 als *Les Cadres sociaux de la mémoire* en gepubliceerd in 1950 als *La Mémoire collective*, Parijs: Presses Universitaires de France).
- Hall, S. 1973. *Encoding and decoding in the television discourse: Paper for the council of Europe colloquy on "training in the critical reading of televisual language"*. Birmingham: University of Birmingham, Centre for

Contemporary Cultural studies.

Hansen, M. L. 1938. *The problem of the third generation immigrant*. Rock Island: Augustana Historical Society.

Hijmans, E. 2003. Het dynamisch identiteitmodel, een synthese van benaderingen. In: T. Hak & F. Wester (red.) 2003. *Waarneming, analyse en reflectie, KWALITATIEF ONDERZOEK: de praktijk*. (pp. 114-126). KWALON 23, Amsterdam: Siswo.

Hills, M. 2002. *Fan Cultures*. New York: Routledge.

Hobsbawm, E. & Ranger, T. 1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.

Indo-instro-rock, <http://indorock.pmouse.nl/> (Geraadpleegd op 23 februari 2011).

Jenkins, H. 2006. *Fans, Bloggers, and Gamers – exploring participatory culture*. New York: NYU Press.

Jenkins, H. 2007. Afterword – The Future of Fandom. In: Gray, Jonathan Alan; Sandvoss, Cornel; Harrington, C. Lee. 2007. *Fandom: identities and communities in a mediated World*. New York University Press.

Jensen, S. & Wijnberg, R. 2010. *Dus ik ben – Een zoektocht naar identiteit*. Amsterdam: De Bezige Bij.

Jenson, J. 1992. Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In: Lewis, L.A. ed. 1992. *The Adoring Audience: Fan culture and popular media*. London: Routledge.

Kirchberg, V. 1996. Museum Visitors and Non-visitors in Germany: A Representative Survey. In: *Poetics* 24, p. 239 – 258.

Kong, L. 1999. The invention of heritage: popular music in Singapore. In: *Asian Studies Review*, 23, 1: 1- 25.

Kuiper, R.J. & Surie, H.G. 1967. *De Indo en Tong Tong – Een onderzoek naar de*

Indo-Europeaan vroeger en nu. Sociografische Werkgemeenschap van de Universiteit van Amsterdam.

- Lash, S. & Lury, C. 2007. *Global Culture Industry*. Cambridge: Polity Press.
- Lee Harrington, C. & Bielby, D. D. 2010. A life course perspective on fandom. In: *International Journal of Cultural Studies*, 13 (5), p. 429 – 450.
- Lewis, L.A. ed. 1992. *The Adoring Audience: Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- Lewis, L.A. 1992. Introduction. In: *The Adoring Audience: Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- Linden, L. van der & Simons, W. red. 1990. *Indo-Europeanen: van koloniale mengbloed tot zelfbewuste Indo*. Leiden: Coördinaat Minderhedenstudies RUL.
- Longhurst, B., Bagnall, G. & Savage, M. 2007. Place, Elective Belonging, and the Diffused Audience. In: Gray, Jonathan Alan; Sandvoss, Cornel; Harrington, C. Lee. 2007. *Fandom: identities and communities in a mediated World*. New York University Press.
- Lorenz, C. 1998. 'Geschiedenis en identiteit'. In: Lorenz, C. 1998. *De constructie van het verleden. Een inleiding in de theorie van de geschiedenis*. Uitgeverij Boom.
- Mason, A. & Meyers, M. 2001. Living with Martha Stewart media: chosen domesticity in the experience of fans. In: *Journal of Communication*, 51 (4).
- McLuhan, M. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw Hill.
- Meers, P. 2006. Fandom en blockbusters. Aanzet tot een typologie van *Lord of the Rings*-fans. In: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34(1).
- Merskin, Debra. 2008. Popular Culture. In: *The International Encyclopedia of Communication*. Donsbach, Wolfgang (ed). Blackwell Publishing, 2008. Blackwell). Reference Online. (Geraadpleegd op 24 januari 2011).

- Meyer, M. 2010. *Indorock: een onderzoek naar de muzikale jeugdcultuur van de Indisch Nederlandse en Molukse migranten in 1956 – 1965*. Master Thesis. Rijksuniversiteit Groningen/ Cultuurgeschiedenis.
- Moore, R. 2007. Friends Don't Let Friends Listen to Corporate Rock: Punk as a Field of Cultural Production. In: *Journal of Contemporary Ethnography*, 36, 438 – 474.
- Morley, D. 1992. *Television, audiences, and cultural studies*. New York: Routledge.
- Morley, D. 2001. 'Belongings – Place, Space and Identity in a Mediated World'. In: *European Journal of Cultural Studies*, 4 (4), p. 425 – 448.
- Mulder, A. 2004. *Over Mediatheorie – taal, beeld, geluid, gedrag*. Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Mutsaers, L. 1989. *Rockin' Ramona - Documentatie over de Indorock in Nederland in de periode 1956-1965*. 's-Gravenhage: SDU.
- Mutsaers, L. 1990. Indorock: An Early Eurorock Style. In: *Popular Music*, Vol. 9, No. 3., 307 – 320.
- Mutsaers, L. 2006. Van Hawaiian naar Indorock. In: Grijp, L.P. 2006. *Een muziekgeschiedenis der Nederlanden Volume 1*. Amsterdam University: Press Salomé.
- Muziekencyclopedie van Muziek Centrum Nederland. 2011. *Biografie Kane van 1998 – heden*. <http://www.muziekencyclopedie.nl/action/entry/Kane> (Geraadpleegd op 6 april 2011).
- Muziekencyclopedie van Muziek Centrum Nederland. 2011. *Pop/rock geschiedenis*. <http://www.muziekencyclopedie.nl/action/genre/pop%2Frock> (Geraadpleegd op 6 april 2011).
- NOS. *Indië Herdenking*. 15 augustus 2010. <http://player.omroep.nl/?aflID=11270149> (Geraadpleegd op 12 april 2011).

- Oldenbroek, L. 20 juni 2010. Back to Java – 18 juni. [Foto voorblad] Digitale referentie:
http://kaneofficial.hyves.nl/album/52029120/Back_To_Java_18_juni_2010/xoTZjnLt/fotos/996855598/0/EWa_/#show_pulse_reactions_1=3&media=3.996855598.EWa_&state_=3 (Geraadpleegd 17 juni 2011).
- Parekh, B. 2008. *A new politics of identity*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Penninx, R., Münstermann, H. & Entzinger, H. (eds.). 1998. *Etnische Minderheden en de Multiculturele Samenleving*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Pickering, M. 2001. The concept of the Other. In: Pickering, M. 2001. *Stereotyping. The politics of representation*. Houndmills, New York: Palgrave.
- Radway, J. 1991. *Reading the Romance: Women patriarchy, and popular literature*. University of North Carolina Press.
- Sandvoss, C. 2005. *Fans: the mirror of consumption*. Cambridge: Polity Press.
- Staiger, J. 2005. Fans and fan behaviors. In: J. Staiger. 2005. *Media reception studies*. New York: NYUP.
- Stengs, I. 2010. Echt André – Belichaming en beleving van ruige authenticiteit onder André Hazes-fans. In: *Sociologie* (2) 2010, p. 50 – 70.
- Sterken, F. 20 januari 2011. Het fanvirus. *Libelle*:
<http://www.libelle.nl/2011/01/femke-fanvirus-columnisten-gesprekfemke-libelle-magazine-blad/> (Geraadpleegd op 2 maart 2011).
- Story of Indorock, <http://www.xs4all.nl/~indorock/> (Geraadpleegd op 23 februari 2011).
- Tajfel, H. 2004. *The social identity theory of intergroup behavior*. London: Psychology Press.

- Tosh, J. 2006. *The Pursuit of History: Aims, Methods, and New Directions in the Study of Modern History*. Longman, 4th edn.
- Vries, K. de. 2010. Methode. In: Van Dijk, N., Janssen, S. & Halbertsma, M. 2010. *Schrijfwijzer Cultuur & Media*. Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen: Erasmus Universiteit Rotterdam, 2008. Herdruk Augustus 2010.
- Wester, F. 2004. Analyse van kwalitatief onderzoeksmateriaal. In: *Huisarts en Wetenschap*, 47, p. 565 – 570.
- Wester, F. & Peters, V. 2004. Kwaliteitsvragen. In: Wester, F. & Peters, V. 2004. *Kwalitatieve analyse. Uitgangspunten en procedures*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Wikipedia: Indorock, http://nl.wikipedia.org/wiki/Indo_Rock (Geraadpleegd op 23 februari 2011).
- Wikipedia: Kane (de band), [http://nl.wikipedia.org/wiki/Kane_\(band\)](http://nl.wikipedia.org/wiki/Kane_(band)) (Geraadpleegd op 2 maart 2011).
- Willems, W. 1997. *Uit Indië geboren: vier eeuwen familiegeschiedenis*. Zwolle: Waanders Uitgeverij.
- Williams, R. 1985. *Keywords: A vocabulary of culture and society*. USA: Oxford University Press.
- Zijderveld, A. 1987. *De samenleving als schouwspel*. 's-Gravenhage: VUGA.