

Hiphop in de Nederlandse media

Een onderzoek naar berichtgeving over hiphop in de
Nederlandse media in de periode 1994-2008.

Naam: M. Bergsma
Studentennummer: 305796mb
Begeleidend docent: Drs. A. van Venrooij

Erasmus Universiteit Rotterdam, 28 augustus 2009

Hiphop in de Nederlandse media

Een onderzoek naar berichtgeving over hiphop in de Nederlandse media in de periode 1994-2008.

ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM

Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen

Master Sociologie van Kunst en Cultuur

Begeleidend docent: Drs. Van Venrooij

Naam: M. Bergsma

Studentennummer: 305796mb

Emailadres: 305796mb@eur.nl

Datum: 28 augustus 2009

Voorwoord

Geachte lezer,

Voor u ligt het onderzoek 'Hiphop in de Nederlandse media'. Dit onderzoek is tot stand gekomen in het kader van mijn Master Thesis, welke geschreven is voor de Erasmus Universiteit Rotterdam. Dit onderzoek is voor mij de afronding van de master Sociologie van Kunst en Cultuur aan de Erasmus Universiteit.

Het onderzoek beoogt antwoord te geven op de vraag: **Hoe verandert mediaberichtgeving over hiphop in Nederland in de periode 1994-2008 en reflecteert deze berichtgeving het genretraject/acceptatieproces van hiphop?** De thesis bevat een inleidend gedeelte, een theoretisch gedeelte en een statistisch gedeelte. In de inleiding wordt de probleemstelling gepresenteerd waarna de ontstaansgeschiedenis van hiphop uiteen wordt gezet. Het tweede gedeelte bevat verschillende theorieën die samen het theoretisch kader omvatten en een leidraad bieden voor bestudering van het onderwerp. Het statistische gedeelte is bedoeld om de praktijk met de theorie te toetsten. In de conclusie zullen deze delen samenvallen en wordt de onderzoeksvraag beantwoord.

Het onderzoek is ontstaan uit mijn fascinatie voor jongerenculturen. Het heeft mij de mogelijkheid gegeven dieper naar dit sociale fenomeen te kijken. Daarbij valt hiphop onder mijn muzikale voorkeur waardoor het niet moeilijk was erover te schrijven. Het onderzoek is bedoeld om een dieper inzicht te verkrijgen in de wereld van subculturen. Verder geeft het aanbevelingen en een opzet voor eventueel verder onderzoek.

Tijdens de totstandkoming van het onderzoek ben ik begeleid door de Heer Dr. A. Van Venrooij. Ik wil hem bedanken voor zijn bijdrage en kritische noten. Hopelijk leest u dit onderzoek met veel interesse.

Rotterdam, 28 augustus 2009

Marieke Bergsma

Inhoud

1. Inleiding

P: 5

2. Legitimatie van cultuurvormen	P: 9
2.1. Legitimatieproces	p: 9
2.2. Veldtheorie	p:12
2.3. Cultuurclassificatie	p:14
3. Hiphop als subcultuur	P:16
3.1. Subcultuur	p:16
3.2. Subcultuur als product	p:19
3.3. Subcultuur in relatie tot media	p:20
4. Genretrajecten	P:25
4.1 . Model Lena en Peterson	p:25
4.2. Genretraject hiphop	p:27
4.3. Hiphop in Nederland	p:29
5. Hypothesen	P:32
6. Onderzoeksopzet	P:36
7. Resultaten	P:41
8. Conclusie	P:58
9. Literatuurlijst	P:61
10. Appendix	P:63

Inleiding

Hiphop is niet alleen een muziekstroming maar voor velen ook een levenswijze. Het is een subcultuur die verschillende disciplines kent. We onderscheiden hier het deejayen, de graffiti, breakdancing en de rap. Hiphop wordt gezien als een cultuur van de straat aangezien het is ontstaan in de getto's van New York. Voor de jongeren was (en is) hiphop een middel om ondanks hun harde bestaan het leven zin te geven. Volgens veel subculturele studies biedt hiphop jongeren de mogelijkheid een eigen identiteit te creëren, evenals een mogelijkheid zich te verzetten tegen de dominante blanke (Amerikaanse) cultuur. De muziekstroming is volgens veel onderzoekers vooral populair bij jongeren uit de lage sociale klassen (Keunen 2003), (Hart 2009), (Goossen 1995), (Toop, 1984).

Begin jaren tachtig is hiphop veranderd van een subcultuur naar een geaccepteerde en populaire muziekstroming in de Verenigde Staten. Mede door de massamedia bereikt hiphop ook andere landen in de wereld (Goossen, 1995). Over de hele wereld kunnen jongeren zich met hiphop identificeren en hiphop lijkt uitgegroeid tot een mainstream cultuur. Het is allang geen jongeren(sub)cultuur meer in de USA alleen. Hiphop heeft ook Nederland bereikt en sinds eind jaren tachtig zijn hier de eerste verschijningsvormen van hiphop te ontdekken. Het zijn in het begin nog vooral Engelstalige hiphopacts en de scene is erg underground. De site van het Popinstituut (2007) meldt dat de eerste bekende Nederlandse hiphopacts 'Extince' en 'Osdorp Posse' zijn. Deze Nederlandstalige hiphop wordt Nederhop genoemd. Vanaf 2002 ontstaat er een nieuwe generatie, meer commerciële hiphoppers, en is het een ware hype in Nederland. Niet alleen in Nederland maar in de hele wereld komen meer commerciële hiphopacts op. Hiphop scoort.

Getto's zoals in de VS kennen we in Nederland niet. Mensen uit de lagere sociale klassen leven hier in betere omstandigheden dan in de Verenigde Staten. Toch bevinden ook in Nederland veel jongeren zich in een uitzichtloze situatie waar schooluitval en criminaliteit een wezenlijk onderdeel van zijn. In onze multiculturele samenleving zijn er genoeg problemen en ook in Nederland komen minderheidsgroepen voor. Daarbij kent ook Nederland een heersende gevestigde orde waar men tegenaan kan schoppen. De hit "Kutmarrokanen" van Raymzter uit 2002 kan hiervoor als voorbeeld dienen. Ook hier komt ontevredenheid uit naar voren over hoe hij behandeld wordt. Hij rapt zelfs over de negatieve invloed van de media op de acceptatie van minderheden. De hoes van de single is gemaakt in de stijl van de Telegraaf. De tekst en de hoes zijn een duidelijke vorm van protest, de beats en de teksten zijn echte hiphop.

'Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

We hebben ze niks gedaan maar alsnog willen ze ons haten

Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

*Tijd dat dit veranderd heb je dat niet in de gaten.*¹

Hoewel de basis van hiphop in de VS ligt betekent dat niet dat de hiphop in alle landen hetzelfde is. Het gevoel dat de muziek jongeren geeft is hetzelfde maar elk land kent zijn eigen stijl, gedragingen en gebruiken. Hiphop is nog steeds zowel in de VS als in Nederland een manier voor jongeren om hun identiteit te bepalen. Het geeft ze een manier om hun eigen cultuur te verkennen, te uiten en ook te behouden binnen de dominante blanke cultuur. Het aangehaalde nummer van Raymzter is hier een goed voorbeeld van. Hiphop wordt echter ook steeds meer geaccepteerd binnen de kunstwereld als een kunstvorm. Graffiti hangt in musea, hiphopmoves worden gebruikt in de danswereld en de muziek is een volwaardig onderdeel van onze popcultuur. Verder is rond hiphop een enorme cultuurindustrie ontstaan waar veel geld in omgaat.

Het lijkt dat hiphop met de mensen uit de getto's weinig meer te maken heeft. Zij zijn veranderd van makers naar gebruikers. De schrijver David Toop haalt dit aan in zijn boek *Rap Attack (1991)*. Hij stelt dat het een vaststaand feit is dat de samenleving de culturele uitingen van subculturen overneemt. Maar het is volgens hem niet goed dat de dominante cultuur continu de culturele uitingen van onderdrukte groepen overneemt, zonder rekening te houden met de gevoelswaarde die de uitingen voor een subcultuur heeft. De dominante cultuur maakt het commercieel. Wat overblijft, is volgens Toop een *Bleached Pepsi Culture (1991)* welke een masker is voor de oorspronkelijke cultuur. Kortom: de aard van hiphop (lijkt) volledig te zijn veranderd. Dit mechanisme is niet alleen bij de hiphop opgetreden maar heeft ook gewerkt bij andere genres in de muziek zoals Blues, Jazz en Rock 'n Roll. Er is al veel onderzoek gedaan naar tegenculturen, subculturen en jongerenculturen. Veel van deze onderzoeken geven een grote rol aan de media in dit proces. Een van deze onderzoekers is de Britse socioloog Dick Hebdige. Volgens Hebdige (1979) zetten leden van een subcultuur zich altijd af tegen de gevestigde orde. Ze horen niet bij de gevestigde orde of willen er niet bijhoren. Juist deze gevestigde orde zorgt dat de subcultuur zich aan de mainstream assimileert door de subcultuur tot koopwaar te maken. De reden hiervoor is de angst die de gevestigde orde voor een subcultuur heeft. Een subcultuur brengt chaos en kan de overheersing van de gevestigde orde in gevaar brengen.

Onderzoeksvraag

Het lijkt er haaks op te staan maar tegenculturen krijgen vaak veel aandacht in de media. Mede door deze media wordt de subcultuur op een gekleurde manier in beeld gebracht. Deze aandacht zorgt echter wel voor belangstelling bij het grote publiek waardoor de muziek onder de aandacht bij de gebruikers (voornamelijk jongeren) komt en de scene groeit. Je zou dit ook een acceptatieproces kunnen noemen: een

¹ Tekst van het lied: 'Kutmarrokanen' van de Nederlandse rapper Raymzter, 2002. De rest van de tekst is te lezen in het appendix.

tegencultuur is onbekend en wordt dan al snel als gevaarlijk gezien en dus niet geaccepteerd, na verloop van tijd gaan mensen het beter begrijpen en wordt het wel geaccepteerd. Gekeken naar het onderwerp en verscheidene theorieën ben ik gekomen tot de volgende onderzoeksvraag:

Hoe verandert mediaberichtgeving over hiphop in Nederland in de periode 1994-2008 en reflecteert deze berichtgeving het genretraject/acceptatieproces van hiphop?

Door theorieën over legitimatie, adoptie en classificatie van kunst kan gekeken worden of dit ook van toepassing is geweest binnen de hiphop in Nederland. Is in Nederland hetzelfde gebeurd? Klopt het dat vanaf het begin van de hiphop in Nederland over hiphop een gekleurd/verkeerd beeld is geschetst of dat er zelfs morele paniek heerste in de berichtgeving in de media? Wordt hiphop nu geaccepteerd? Behoort zij nu tot de mainstream of wordt zij volledig geaccepteerd als kunst? Om antwoord te kunnen geven op deze vragen zal worden gekeken naar berichtgeving over hiphop in Nederlandse media. Deze zogenoemde kwantitatieve inhoudsanalyse biedt de mogelijkheid om een overzicht te geven van de ontwikkeling van de berichtgeving over hiphop. Het biedt daarmee een mogelijkheid gebeurtenissen in de samenleving te bekijken vanuit een sociologisch perspectief. De methodologie is daarom een goed model om antwoord te kunnen geven op de centrale onderzoeksvraag. Deze is er immers op gericht om de rol van de media op het genretraject en acceptatieproces van hiphop bloot te leggen. Om dit te kunnen doen is het belangrijk om patronen en trends in deze berichtgeving te kunnen onderscheiden.

Relevantie

Hoe kan het dat hiphop, cultuur uit de getto's, nu in musea hangt? Dit mechanisme is niet alleen bij de hiphop opgetreden, maar heeft ook gewerkt bij andere muziekgenres en subculturele uitingen. Wanneer men weet hoe dit mechanisme werkt, kan men dit ook gebruiken om te kijken naar andere jongerenculturen, subculturen en tegenculturen. Vanuit sociologisch perspectief, waarbij het plaatsen van trends en ontwikkelingen in samenlevingen het onderzoeksveld beslaat, kan deze informatie van belang zijn. Voornamelijk omdat men zo beter inzicht in subculturen kan krijgen en zo het verloop ervan vooraf kan voorspellen.

Indeling van de thesis

Dit onderzoek is opgebouwd in twee delen: het theoretisch gedeelte en het methodische gedeelte. In de inleiding is de probleemstelling uiteengezet. Er zal worden gekeken naar de rol van de media op het acceptatieproces/genretraject van hiphop in Nederland. Door middel van het theoretisch kader wordt nu gekeken welke theorieën er al over het onderzoeksveld te vinden zijn. Wat zeggen de theorieën over het onderwerp en wat kunnen ze verklaren? De theorieën worden afgesloten met hypothesen welke gebaseerd zijn op de verscheidene theorieën. Het theoretisch

kader is ingedeeld in vier hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk gaat over legitimatie van kunst. Het tweede gaat over subculturen. Het derde hoofdstuk bevat theorie over genretrajecten. De drie hoofdstukken zullen afgesloten worden met de hypothesen.

Het eerste deel van het theoretisch kader geeft het model van legitimatie van Baumann (2007) welke een verklaring kan geven voor het acceptatieproces van culturele uitingen. Elke culturele uiting doorloopt het proces van legitimatie. Hoe is het verloop van dit proces? Het waarom van dit proces kan men vinden in de veldtheorie van socioloog Bourdieu (1993). Al snel zal duidelijk worden dat de media een grote rol speelt in de legitimatie. Dit idee wordt versterkt door theorieën over de rol van journalisten. Hoe en waarom mensen kiezen voor een bepaald cultureel product wordt verklaard aan de hand van theorieën over culturele classificatie van Bourdieu (1993), en Jansen (2005).

Het tweede hoofdstuk gaat dieper in op de culturele uiting die dit proces verloopt, namelijk hiphop. Hiphop wordt door veel sociologen zoals Hebdige benaderd als subcultuur. Er heerst echter geen consistentie over de rol van subculturen in de samenleving en hierover zullen aanvullende theorieën gepresenteerd worden. Het zal blijken dat subculturen helemaal niet zo los van de samenleving staan als men wel denkt. Tot slot wordt de invloed van de media op subculturen nog eens benadrukt, zodat nog duidelijker wordt waarom de media een goed middel is om de hiphop in Nederland te onderzoeken.

Voor het beschrijven en verklaren van het genretraject van hiphop is gebruik gemaakt van een model over genretrajecten bij popmuziek van Lena en Peterson (2008). Ook het genretraject van hiphop zal aan de hand van dit model uiteengezet worden. Als laatste zal de komst van hiphop naar Nederland kort aangehaald worden. Het zal blijken dat te lezen blijkt dat Nederland al snel een eigen hiphop stijl ontwikkeld. Dit wordt verklaard aan de hand van theorie van Heilbron over globalisering en van Alexander over glocalisering. Aan het einde van het theoretisch kader zullen de hypothesen, welke gebaseerd zijn op de theorie, gepresenteerd worden.

Het tweede gedeelte beslaat het onderzoek. Zo zal door middel van het analyseren van kranten op hun berichtgeving een databestand ontwikkeld worden. De totstandkoming hiervan zal duidelijk beschreven worden en ook de variabelen zullen uitgelegd worden. Doel van het onderzoek is om te kijken hoe de media in Nederland berichten over hiphop. Dit kan men aan de hoeveelheid en aard van de berichtgeving zien. Hopelijk is hier dan een breekpunt of een trend te vinden. In ieder geval zal er een verandering van die berichtgeving door de tijd te zien zijn welke geanalyseerd zal worden.

In de conclusie zullen de bevindingen van het theoretische en het methodische gedeelte nog eens bondig uiteengezet worden. Strookt de theorie met de praktijk? Kan men aan de hand van het onderzoek antwoord geven op de onderzoeksvraag? Kloppen de hypothesen of moeten zij worden verworpen? Biedt het onderzoek een model voor verder onderzoek naar andere tegenculturen? Als laatste zal gekeken worden of ook aanbevelingen te doen zijn voor nader onderzoek.

H2 Legitimatie van cultuurvormen

In de inleiding is de hoofdvraag gepresenteerd en in deze vraag worden twee processen genoemd: het acceptatieproces en het genretraject van hiphop. In dit eerste gedeelte van het theoretisch kader wordt dieper ingegaan op het acceptatieproces van een cultureel product. Hiervoor wordt een model gepresenteerd, het zogenoemde legitimatieproces. Culturele producten die zich onder goede omstandigheden het beste kunnen legitimeren hebben de meeste kans om geaccepteerd te raken/of kans van slagen. De media hebben een grote invloed op dit proces. De vraag die hierbij rijst is waarom producten zich willen legitimeren. Om op deze vraag antwoord te geven wordt naar de theorie van Bourdieu gekeken. Het blijkt dat acceptatie zeer nauw samenhangt met classificatie van een product. Janssen heeft hier onderzoek naar gedaan op het gebied van classificatie in Nederland. Haar onderzoek zal nader bekeken worden om meer inzicht te verkrijgen in het onderzoeksveld van de hiphop cultuur in Nederland.

2.1 Legitimatieprocessen

Om het acceptatieproces van hiphop te kunnen beschrijven en verklaren kan men gebruik maken van het model van Baumann. In een van zijn studies heeft de socioloog een model ontwikkeld die de elementen van het legitimatieproces die alle culturele producten doorlopen in hun weg naar acceptatie als kunst toont. Het kan hier hoge of lage kunst betreffen. Niet alle culturele uitingen en/of producten worden uiteindelijk geaccepteerd als kunst maar ze doorlopen wel allemaal het legitimatieproces (Baumann, 2007).

Voordat het model besproken wordt zal het begrip legitimiteit nader verklaard worden. Volgens Suchman is legitimiteit: "een algemene perceptie of aanname dat de acties van een entiteit wenselijk zijn, en goed passend binnen sommige sociaal geconstrueerde systemen van normen, waarden, overtuigingen en definities" (Suchman, 1995). De entiteit die Suchman bedoeld is een cultuurvorm en/of product, in dit onderzoek dus hiphop. Baumann legt het acceptatieproces uit als een proces waarbij het nieuwe en ongeaccepteerde zich heeft bewezen waarna deze geaccepteerd wordt. Dit onderzoek is erop gericht het proces van acceptatie van hiphop bloot te leggen en de rol van de media hierin te laten zien. Het legitimatieproces van kunst is een sociale beweging net zoals normen, waarden, overtuigingen en betekenissen in een samenleving sociaal gevormd worden. In het legitimatieproces spelen volgens Baumann drie factoren mee: 'exogenous factors', 'endogenous factors' en 'discourse ideology and frames' (Baumann, 2007).

Exogene factoren

Deze factor wordt in de literatuur over sociale bewegingen ook wel 'political opportunities' genoemd. Het uitgangspunt is dat we beter kunnen begrijpen hoe culturele uitingen (entiteiten) ontstaan, evolueren en succesvol dan wel geaccepteerd raken als we ze plaatsen in het perspectief van de samenleving waarin ze op dat

moment voorkomen. Er wordt onderscheid gemaakt tussen de structurele exogene variabelen en symbolische exogene variabelen. Structurele variabelen hebben te maken met externe factoren die van invloed zijn op het ontstaan van een cultuurvorm. Symbolische variabelen hebben te maken met de externe variabelen die te maken hebben met het accepteren van een cultuurvorm (Baumann, 2007). Externe variabelen zijn hier processen in de maatschappij die niets te maken hebben met de cultuurvorm). Een voorbeeld wordt gegeven aan de hand van het acceptatieproces van jazz. De muziekvorm is ontstaan onder de onderdrukte zwarte bevolking van de VS. De muziek was er niet alleen omdat het mooi klonk maar ook om de onderdrukten een eigen stem te geven. Dit is de structurele exogene factor die het ontstaan van jazz kan verklaren. De muziekvorm werd pas geaccepteerd als kunstvorm nadat de discriminatie tegen minderheden in de VS was afgenomen. De afname van discriminatie is de symbolische exogene factor die acceptatie kan verklaren.

Het belang van exogene factoren is ook zichtbaar in het onderzoek van Peterson naar het legitimatieproces van jazz. Het genre is veranderd in 'illegitieme' muziek van het onderdrukte volk naar muziek die onder de legitieme, hoge kunsten geschaard wordt. Hij kijkt binnen het onderzoek naar sociologische trends die de verschuiving kunnen verklaren. Volgens hem zijn historische gebeurtenissen zoals oorlog, depressie, technologische veranderingen, muzieksmaak van het publiek, veranderingen binnen de muziekindustrie en het afnemen van discriminatie van invloed op deze verschuiving (Peterson, 1972). Peterson beschrijft het traject van jazz in termen van drie fasen: folk, pop en fine art. Folk muziek ontstaat in kleine gemeenschappen en wordt van generatie op generatie doorgegeven. De hoge kunst kent eenzelfde structuur, er zit alleen verschil in de status van de muziek. Folk muziek kent een lagere waardering dan de hoge kunsten. Popmuziek is het product van de culturele industrie en is gedreven vanuit commercieel oogpunt. Jazz heeft de drie types doorlopen, van Folk naar Pop naar Fine Art (Peterson, 1972). Het is binnen dit kader niet van belang het proces van jazz te beschrijven. Zijn onderzoek is een voorbeeld van een onderzoek naar het legitimatieproces van een muziekvorm. Daarbij zijn jazz en hiphop vanuit dezelfde traditie ontstaan. Daarom is het geen vreemde gedachte dat deze verschuiving ook bij hiphop kan plaatsvinden.

Endogene factoren

De tweede factor die van invloed is op het legitimatieproces zijn de endogene factoren. Het gaat hierbij niet om de sociale omstandigheden die van invloed zijn op de samenleving maar om de andere spelers in het veld (middelen) die van invloed zijn op het succes van een cultuurvorm. Het gaat hierbij om tastbare en niet-tastbare middelen. Tastbare middelen zijn: geld, werk, kennis, ervaring, beschikbare netwerken, en beschikbare instituties. Niet-tastbare middelen zijn: prestige, status, fysieke mogelijkheden, informele tradities, organisatievormen, emotionele energie en goed leiderschap (Baumann, 2007). Verschillende kunstwerelden maken in verschillende mate en vorm gebruik van de middelen. Deze indeling refereert naar het concept dat Howard Becker geeft over de kunstwereld. Volgens hem is

(succesvolle) kunst niet het product van één enkele artiest maar is het een collectieve actie van een groep mensen (Baumann, 2007).

Discours, ideologie en frames

Elke sociale beweging wil zijn stem laten gelden. Bewegingen proberen hun product waardevol, geaccepteerd en aantrekkelijk te maken. Dit betekent dat de bewegingen uitgelegd, gepromoot of op een zulke manier naar buiten gebracht worden dat ze interessant worden voor het publiek. Hiervoor gebruiken zij discoursen, ideologieën en frames. Discours wordt uitgelegd als een middel die de termen en concepten leveren voor communicatie. Wie immers een cultuurvorm wil uitleggen moet woorden en tekens hebben die de mogelijkheid geven erover te praten. De ideologieën zijn hierbij de normatieve voorschriften die een cultuurvorm gebruikt bij het uitleggen van de noodzaak van hun product aan de rest van de wereld. Als voorbeeld wordt gegeven dat proabortus bewegingen de ideologie van de keuzevrijheid van de vrouw gebruiken en dat antiabortus bewegingen de ideologie van het christendom gebruiken om hun mening extra kracht bij te zetten. Framing is hierbij de manier om het publiek een concreet beeld van de entiteit te geven. Discours en ideologie zijn middelen om dat beeld duidelijk en overtuigend naar buiten te brengen. Alle spelers in het veld zullen een ander beeld over de sociale beweging/ het culturele product naar buiten brengen. Belangrijke spelers hierbij zijn de overheid, de massamedia en de culturele industrie. Concluderend gaat het erom dat cultuurvormen die culturele producten voortbrengen deze producten graag willen legitimeren als kunst (zowel hoog als populair). Dit gaat het beste tijdens perioden in een samenleving wanneer er veel kansen zijn voor kunst en wanneer deze bewegingen in staat zijn het juiste discours te houden en gebruik te maken van de juiste ideologieën (Baumann, 2007).

Film: van vermaak naar kunst

Baumann behandelt het legitimatieproces van film in zijn onderzoek: *Intellectualization and Art World Development: film in the United States*. Hij laat hiermee de verandering in de waardering voor film zien. Film werd in het begin gezien als puur entertainment en kan nu ook gezien worden als kunst. Deze verschuiving was mogelijk door de veranderingen in de samenleving, veranderingen in de filmwereld zelf en het meer intellectueel worden van het discours over films die films een meer intellectueel karakter gaf en daarmee de legitimiteit van film als kunst bevorderde (Baumann, 2001). Voor dit onderzoek over hiphop is vooral het laatste gegeven interessant.

Baumann stelt in zijn studie dat een classificatie van een cultureel product als kunst en niet als vermaak laat zien dat de waarde die men aan een product geeft gerechtvaardigd wordt door een set van gedeelde conventies die er over een product ontstaan. Zo heeft het toevoegen van intellectuele waarden aan het product film bijgedragen aan het acceptatieproces van film als kunst in plaats van vermaak. Door het onderzoeken van filmrecensies in drie grote Amerikaanse kranten wil Baumann duidelijk maken hoe, waar en wanneer intellectuele waarden aan het product film werden gegeven. Hij heeft dit gedaan door middel van een inhoudsanalyse van

recensies. Conclusie van zijn analyse is dat de zichtbare verschuiving in de inhoud en het karakter van de recensie niet enkel komt doordat de filmwereld zelf veranderd is. Critici hadden in het proces van legitimatie niet alleen de rol van vertolker van de situatie in de filmwereld maar hebben ook de situatie beïnvloed (Baumann, 2001). Belangrijke conclusie in het onderzoek is het feit dat journalisten van grote invloed zijn geweest op het legitimatieproces.

Rol journalisten

Van Rees benadrukt nog eens in zijn onderzoek naar literaire kritiek de belangrijke functie van journalisten. In de tekst *How a literary work becomes a masterpiece* kan men lezen hoe de waardering van een literair product tot stand komt. Algemeen beschouwd onderscheidt Van Rees drie soorten critici: de journalist, de essayist en de academische criticus (van Rees, 1983). Wanneer een publicatie verschijnt, kan niet elke criticus de tekst becommentariëren, dit gebeurt in verschillende tijdspannen. De journalist kan gezien worden als de eerste criticus, de essayist als de tweede en de academici als de laatste criticus. Als een, in dit geval, literair werk door alle drie de critici positief is beoordeeld maakt deze kans om tot een meesterwerk uitgeroepen te worden en zo tot de literaire canon toe te treden. Conclusie van Van Rees is dat de opvattingen over literatuur een constitutionele maar vooral collectieve zaak is en dat een individu alleen hier geen aandeel in heeft (Van Rees, 1983). Van Rees spitst zijn onderzoek toe op een literair cultureel product maar deze structuur in waardering is ook toepasbaar op andere culturele producten zoals hiphop.

2.2 Veldtheorie

We hebben nu gelezen hoe het legitimatieproces van een cultuurproduct tot stand komt. Al in de theorie van Baumann blijkt dat cultuurproducten niet op zichzelf staan maar gevormd worden door een samenleving (exogene factor). Cultuurvormen strijden onderling telkens om endogene factoren. Dit doen zij door middel van discours, ideologie en frames. De vraag die nu rijst is waarom culturele producten dit proces doorlopen. Dit kan verklaard worden door de veldtheorie van Bourdieu die ingaat op de continue strijd die plaatsvindt in een samenleving.

Volgens Bourdieus theorie bestaat een samenleving uit verschillende velden. Voorbeelden zijn een politiek veld, een wetenschappelijk veld en een kunstveld. Elk veld kent overeenkomstige conventies en is ingedeeld in sociale klassen. Binnen de velden en binnen de gehele maatschappij vindt een strijd plaats om kapitaal. We spreken hier over cultureel kapitaal, economisch kapitaal, sociaal kapitaal en symbolisch kapitaal (Bourdieu, 1993). De mate van het bezit geeft aan in welke sociale klasse van een veld men zich bevindt. De strijd om het bezit vindt plaats tussen actoren en instituties die Bourdieu de 'spelers van het spel noemt'. Doel van de strijd is behoud of een verbetering van de posities van de actoren en instituties. De spelers ontwikkelen een levensstijl die past binnen hun veld waardoor mensen zich binnen hun veld kunnen handhaven en de strijd aan kunnen gaan om het kapitaal.

Binnen het veld van de culturele productie is cultureel kapitaal het meest

belangrijk (Vries, 2007). Deze vorm van kapitaal heeft voornamelijk een symbolische waarde welke gebaseerd is op een gedeelde overtuiging die de waarde van een kunstwerk bepaalt. De symbolische waarde die aan kunst wordt toegekend is vooral afhankelijk van bemiddelaars op verschillende posities in het veld zoals critici, conservators en professoren (Vries, 2007). De status van de beoordelaar is bepalend voor de mate waarin diegene anderen kan overtuigen van de juistheid van het door hem toegekende oordeel. Hoe meer aanzien een bemiddelaar heeft hoe beter dit gaat. Om aanzien te verwerven binnen het veld moet men zich legitimeren. Men moet hiervoor een zekere reputatie hebben opgebouwd. Dit doet de speler door zoveel mogelijk kapitaal binnen het veld te verwerven.

Binnen het culturele veld ziet Bourdieu een tegenstelling tussen autonome en heteronome kunstvormen. Niet alleen de critici, maar ook de producenten spelen een rol bij het verschil tussen autonome en heteronome kunst. Bij heteronome kunst zouden de producenten voornamelijk uit zijn op economisch gewin. Economisch kapitaal is hierbij belangrijker dan symbolisch kapitaal. Heteronome kunst kent door zijn economische karakter ook een zeer grootschalige productie. Deze wordt zoveel mogelijk aangepast aan de vraag en het aanbod op de markt (Vries, 2007). Mede hierom wordt deze kunstvorm ook wel populaire kunst genoemd. Autonome kunst heeft meestal een kleinschalige productie en is juist niet-commercieel (Bourdieu, 1993).

De verschillen in hiërarchie tussen commerciële en niet-commerciële kunst vormt de basis voor de meeste oordelen over wat kunst is en wat niet. Bourdieu benadert verschil in smaak en oordeel aan de hand van klassenindeling. Er zijn drie smaakvoorkeuren te onderscheiden: De legitieme smaak van de bourgeoisie, de doorsnee smaak van de middenklasse en de populaire smaak van de lagere klasse (Bourdieu, 1993). Publiek voor intellectuele kunst heeft meestal een hogere maatschappelijke status, terwijl lagere klassen vaker de voorkeur geven aan meer toegankelijke cultuuruitingen. Tegenwoordig zien we enige verschuiving en nivellering van smaakvoorkeuren omdat we in onze cultuur een steeds groeiende middenklasse kennen (Bourdieu, 1993).

Deze tweestrijd tussen het verschil in commercieel en niet-commercieel komt volgens Bourdieu in alle culturele velden voor. Binnen het kader van dit onderzoek kijken we naar verschillende kranten, het veld van dagbladen. Binnen dit veld zijn er verschillende kampen: de meer commerciële en de minder commerciële bladen. Mensen laten zich in hun keuze ook leiden door smaakvoorkeuren. Ook dagbladen kennen smaakvoorkeuren: in Nederland bestaan meer intellectuele kranten en meer commerciële kranten. Voor dit onderzoek is gekeken naar twee uitersten van het krantenveld: het NRC Handelsblad en de Telegraaf. Gekoppeld aan smaakvoorkeuren kan het NRC worden gezien als krant van de bourgeoisie. De Telegraaf is een meer tabloidachtige krant van de lagere klassen.

2.3 Cultuurclassificatie

Zoals net gelezen heersen er in samenlevingen bepaalde smaakvoorkeuren die van invloed zijn op het legitimatieproces van kunst. Wanneer de smaak van een

samenleving veranderd heeft deze invloed op het legitimatieproces van kunst. Janssen heeft onderzoek gedaan naar de classificatie van cultuuruitingen in Nederland en andere westerse landen na 1950. Dit onderzoek kan een leidraad vormen voor de verwachtingen naar de classificatie van hiphop in Nederland. Janssen gebruikt hiervoor een model van DiMaggio. Hij onderscheidt een viertal dimensies waarop culturele producten geïnclassificeerd worden: hiërarchie, differentiatie, universaliteit en afgrenzingsterkte (Janssen, 2005).

Samenlevingen verschillen in de mate waarin culturele producten hiërarchisch geordend worden. Hoe hiërarchischer een samenleving, hoe scherper de contrasten in genres en hoe meer prestigeverschillen. Er is ook een verschil in de mate van differentiatie in institutioneel afgegrensde genres. Hoe sterker gedifferentieerd, hoe meer genres en hoe sterker gesegmenteerde kunstwerelden. Ten derde verschillen samenlevingen in de mate waarin classificaties worden herkend en erkend door hun leden. Dit wordt het verschil in universaliteit genoemd en hangt sterk samen met de klassenindeling in samenlevingen. De laatste dimensie is de afgrenzingsdimensie. Dit is de mate waarin grenzen zijn geritualiseerd. In hoeverre markeren genres symbolische afgrenzingen tussen groepen in de samenleving. Genres kunnen hierbij ook gekoppeld worden aan sociale in- en uitsluiting. De afgrenzingsdimensie valt af te lezen uit de intensiteit waarmee de genreverschillen zowel door producten als publiek verdedigd worden (Janssen, 2005).

Janssen heeft met gebruik van de vier dimensies naar de Nederlandse samenleving na 1950 gekeken. Zij concludeert dat in Nederland sinds de jaren vijftig een verschuiving heeft plaatsgevonden. Traditionele hiërarchie en scheidingslijnen zijn vervangen door meer differentiatie en minder hiërarchie binnen de cultuurproductie en consumptie (Janssen, 2005). Het culturele veld in Nederland is steeds meer soorten kunst gaan omvatten welke steeds minder hiërarchisch ingedeeld zijn. Spelers in het culturele veld hebben een verminderde overeenstemming over de classificatie en conventies tussen genres en het veld. Ook de consumenten kijken steeds minder naar het traditionele onderscheid tussen hoge en lage kunst en laten zich in hun keus steeds minder leiden door kenners en critici. Culturele classificaties worden minder dan voorheen gedeeld. Als laatste lijken volgens Janssen de symbolische afgrenzingen door culturele producten tussen sociale groepen afgenomen. Deze verschuiving is ook een oorzaak van het meer geaccepteerd raken van populaire muziek. Gekoppeld aan hiphop kan de verschuiving in deze dimensies de relatief snelle acceptatie van hiphop verklaren.

Conclusie

Er is gekeken naar een model dat het acceptatieproces van een cultureel product en daarmee hiphop kan beschrijven en verklaren. Exogene factoren in de vorm van de samenleving, endogene factoren in de vorm van spelers in het veld en het gebruik van juiste discoursen zijn factoren die de legitimiteit van een cultureel product beïnvloeden. Aan de hand van voorbeelden is naar voren gekomen dat de media een grote rol in dit proces speelt. Verschillende onderzoeken van sociologen als Peterson (1972) en Baumann (2007) naar legitimatieprocessen gebruiken media om

het legitimatieproces bloot te leggen. Deze strijd om legitimatie is een onderdeel van de algehele strijd om status en kapitaal welke gaande is in elke samenleving. Elke samenleving is verdeeld in velden. Onderling is er tussen de velden strijd maar ook binnenin vindt strijd plaats tussen de autonome en heteronome pool van het veld. De 'spelers in het veld' proberen kapitaal te vergaren om hun status te vergroten. Janssen laat in haar onderzoek zien dat de onderlinge verhouding in status en kapitaal van vooral hoge en lage kunst aan verandering onderhevig is en dat vooral populaire cultuurvormen aan status en acceptatie hebben gewonnen. In het volgende hoofdstuk gaan we het cultureel product wat in dit onderzoek onderzocht wordt nader bekijken. Omdat hiphop veelal als subcultuur wordt beschouwd komen theorieën hierover aan bod. Zo wordt de plaats van hiphop in een samenleving nader bekeken.

H3 Hiphop als subcultuur

De culturele uiting of de entiteit, zoals Suchman (1995) het noemt, welke legitimiteit in een samenleving zoekt is in dit onderzoek hiphop. Hiphop is niet alleen een muziekstroming is maar voor velen ook een levensstijl. De hiphopcultuur wordt daarom ook wel gezien als een subcultuur, jongerencultuur en/of tegencultuur. De termen subcultuur, tegencultuur en jongerencultuur hangen allemaal nauw samen en er zijn verscheidene theorieën over te vinden zoals die van Hebdige en Bennett. Gekeken wordt welke theorieën het beste van toepassing zijn op de hiphopcultuur zodat we erachter komen hoe hiphopcultuur het beste benaderd kan worden. Is hiphop wel een tegencultuur? En bestaat er überhaupt nog wel zoiets als een tegencultuur? Zo kan men hiphop in een bredere context plaatsen waardoor de rol van subculturen en daarmee ook hiphop binnen onze maatschappij duidelijker wordt. Hierna wordt een model gepresenteerd die het commercialiseringproces van een subcultuur laat zien. Het model laat zien dat subculturen misschien helemaal niet zo los staan van de maatschappij als de meeste subcultuurtheorieën zeggen.

3.1 Subcultuur

De hiphopcultuur is een specifieke vorm van cultuur binnen onze samenleving. Er is geen enkele samenleving waarin volledige consistentie heerst wat betreft cultuur (Leeuw et al, 2000). Samenleving als de onze zijn complex; zeer veel verschillende groepen leven naast elkaar samen. Elke groep heeft hierbij weer zijn eigen cultuur. Deze deelculturen worden subculturen genoemd. Subculturen kunnen, volgens onderzoekster de Leeuw (2000), geformeerd worden op basis van sociale klasse, regio, etniciteit, religie, sekse of leeftijd. Het is altijd een combinatie van factoren die leden van een subcultuur met elkaar bindt. Doordat leden van een subcultuur een levensstijl hebben die afwijkt van de "norm", onderscheiden zij zich van andere subculturen en van de dominante cultuur: de mainstream (Leeuw et al, 2000). De mainstream is de meest dominante subcultuur in een samenleving.

Het begrip subcultuur heeft betekenis gekregen door de studies van het Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) te Birmingham. Dit instituut heeft vanaf de jaren zeventig cultuurantropologisch onderzoek verricht naar het gedrag onder jongeren. De basis van het CCCS ligt in het gedachtegoed van het Marxisme waarbij de klassenindeling van de maatschappij centraal staat (Bennet & Kahn-Harris, 2004). Ook zij zien cultuur als door een groep gedeeld levenspatroon waarmee een groep of samenleving vorm geeft aan hun sociale en materiële leven. Zij leggen echter vooral de nadruk op het gegeven dat de verschillende groepen niet in gelijke mate over rijkdom, kennis, macht en productiemiddelen beschikken. Er is op deze manier sprake van hegemonie van de dominante cultuur over de ondergeschikte culturen. Deze dominantie is geen vast gegeven, binnen een groep of samenleving vindt continu strijd plaats tussen de verschillende culturen; de strijd om kapitaal bij Bourdieu (1993). Volgens de CCCS heeft binnen onze samenleving de middenklasse de hegemonie over de lagere klassen. Subculturen zijn weer

deelculturen van deze klassen. Zij worden gevormd rondom bepaalde activiteiten, gemeenschappelijke interesses en geografische ruimte (Bennet & Kahn-Harris, 2004).

De jeugd zelf vormt binnen een samenleving ook geen homogene groep. Ook zij zijn verdeeld in subculturen die gevormd worden aan de hand van de volgende factoren: leeftijd, generatie, sociale klasse, etniciteit, geslacht, woonomgeving, opleiding, toekomstperspectief en erfenis (Bennet & Kahn-Harris, 2004). De CCCS zagen de jeugdculturen van toen, zoals de punkers, als een tegengeluid van de werkende klasse tegen de dominante mainstream cultuur. Ze noemden dit een 'counterculture'. De groepen waren zeer georganiseerd, deelden dezelfde normen en waarden vanuit een overeenkomstige idealistische visie (Bennet & Kahn-Harris, 2004). Deze vorm van subculturen stelden de problemen die in een samenleving voorkwamen aan het licht en bekritiseerden zo de maatschappij. Voor een groot deel van de bevolking uit de dominante cultuur vormt deze tegencultuur een bedreiging. Vandaar dat een tegencultuur veel weerstand oproept en voor controverses zorgt.

Ook volgens de Leeuw is de jongerencultuur geen eenduidige cultuur maar maken ze wel deel uit van een bepaalde subcultuur. Een jongerencultuur kan gebaseerd zijn op een bepaalde muziekstijl en/of op een bepaalde levensstijl (Leeuw et al, 2000). Bij hiphop zijn beide factoren aan de orde. Een jongerencultuur is (naast muziek- of levensstijl) altijd gebaseerd op leeftijd (Leeuw et al, 2000). Ook binnen de jongerenculturen is er een verschil tussen de grote massa, door de Leeuw getypeerd als mainstream, en de extremere culturen van kleine groepen jongeren. De mainstream is veelal commercieel en consumptiegericht. De extremere jongerenculturen zetten zich hier juist tegen af en creëren hun eigen stijl en consumptiegoederen en/of geven er een andere betekenis aan (Leeuw, et al 2000). Een vergelijking met de autonomen en de heteronomen vanuit de theorie van Bourdieu (1993) is hier op zijn plaats. Het proces van afzetten van een kleine groep tegen de gevestigde orde is hiermee hetzelfde als bij de subculturen. Het is daarmee ook niet vreemd dat de Leeuw de kleinere, extreme jongerenculturen typeert als jongerensubculturen.

Lifestyle

Er zijn meerdere (moderne) theorieën over subculturen en tegenculturen die het bestaan ervan in twijfel trekken. Één daarvan is de socioloog Andy Bennett die een nieuw denkkader biedt rondom de begrippen jongeren, stijl en muzieksmaak. Bennett is van mening dat de zogenoemde jongerensubculturen van onze laatmoderne, op consumptie gebaseerde samenleving niet meer zijn dan onstabiele en snel veranderende groepen mensen die enkel aansluiting met elkaar zoeken (Bennett, 1999). Volgens Bennett is de groep jongeren met eenzelfde muzieksmaak beter te definiëren met de term *tribus* of *tribe*, geïntroduceerd door de wetenschapper Maffesoli. Maffesoli typeert de 'tribe' als een groep zonder regels en een duidelijke organisatie waarbinnen de sociale interactie meer gebaseerd is op een gedeeld gevoel: 'a state of mind'. Dit gevoel wordt door Maffesoli gekoppeld aan de manier van leven waarbij het vooral om uiterlijk vertoon gaat (Bennett, 1999). Een 'neo-tribe',

zoals Bennet het noemt, staat lijnrecht tegenover het klassieke beeld dat er over jongerensubculturen bestaat als zogenaamde tegenculturen zoals de punkers uit de jaren zestig. Hedendaagse groepen jeugd worden juist getypeerd door hun veranderlijkheid, ze zijn constant in beweging. Terwijl ze vroeger voor lange tijd een vaste groep vormden met gedeelde waarden en normen zijn de contacten nu los en vluchtig (Bennett, 1999).

Het horen bij een groep wordt in deze theorie dus niet meer gevormd door de klasse waarin men zich bevindt maar meer door de lifestyle die men kiest. Bennet omschrijft lifestyle als de keuzes die een individu maakt wat betreft consumptiegoederen om zijn persoonlijkheid te uiten (Bennet, 1999). Aan de hand van zijn theoretisch kader betreffende de tribes van Maffesoli en een onderzoek naar de urban dance-music scene heeft Bennet zo een nieuw denkkader ontwikkeld voor de relatie tussen muzieksmaak en stijlkeuzes van jongeren. Alle bestaande muzieksoorten bieden hun eigen stemming en manier van ervaren waarin personen vrij kunnen kiezen voor de muziek waar zij op dat moment de meeste zin in hebben (Bennet, 1999).

Wermuth, schrijfster van het boek *No sell out, popularisering van een subcultuur* heeft weer een andere benadering voor lifestyle. Haar opvatting van het begrip lifestyle is als volgt: 'een set van praktijken en symbolen die bij elkaar de sociale status van iemand belichamen' (Wermuth, 2002 p.19). In tegenstelling tot Bennett zegt zij dat het kiezen van een lifestyle geen persoonlijke expressie is maar alleen van belang is in relatie tot anderen. Volgens haar is er daarom ook geen sprake van een vrije keuze net zoals bij de vorming van subculturen (Wermuth, 2002). Dit gegeven zien we ook bij Bourdieu (1993) waarbij smaakvoorkeuren status bepalen wat de strijd om het kapitaal genoemd wordt.

Stijl

Waar alle theorieën het wel over eens zijn is dat stijl een belangrijk middel is om de groepsidentiteit van een subcultuur te uiten. De stijl is naast de muziek het meest zichtbare element van de cultuur en trekt daarom de meeste aandacht (Goossen, 1995). Volgens het CCCS is de stijl van groot belang voor het opbouwen en behouden van de groepsidentiteit. Een stijl wordt voornamelijk gevormd door consumptiegoederen waar door een subcultuur eigen codes en betekenissen gegeven worden (Wermuth, 2002). Het kunnen hier zaken betreffen als kleding, houding en handelingen en de manier van praten. Deze symbolen en codes zijn voortdurend onderhevig aan verandering. Daar het een vorm van verzet is tegen een dominante cultuur zullen de leden van een subcultuur hun geheime tekens en codes gelijk weer wijzigen wanneer ze overgenomen zijn door de dominante cultuur (Goossen, 1995).

Wetenschapper van de CCCS Dick Hebdige schrijft over dit mechanisme in het boek *Subculture, The meaning of style*. Leden van een subcultuur zetten zich altijd af tegen de gevestigde orde. Ze horen niet bij de gevestigde orde of willen er niet bijhoren. Juist deze gevestigde orde zorgt dat de subcultuur zich aan de mainstream assimileert door de subcultuur tot koopwaar te maken. Dit gebeurt

doordat de symbolen en codes van een subcultuur worden gedefinieerd, overgenomen en gebruiksklaar worden gemaakt voor de commercie. De reden hiervoor is volgens Hebdige (1979) de angst die de gevestigde orde voor een subcultuur heeft. Een subcultuur vormt een tegengeluid tegen de gevestigde orde. Zij brengen chaos en kunnen de overheersing van de gevestigde orde in gevaar brengen. Hij gebruikt de term homologie als verklaring voor de symbolen en codes en hiermee de structuur van subculturen: de structuur van een subcultuur wordt gekarakteriseerd door extreme ordening en elk onderdeel is gerelateerd aan een ander en juist door deze samenhang heeft het lid van de cultuur betekenis. De levensstijl van de subcultuur geven zo de idealen en gedachten van de leden van een subcultuur weer (Hebdige, 1979).

3.2 Subcultuur en Cultuurindustrie

Bovenstaand beschreven proces van het overnemen van de symbolen en tekens van een subcultuur door de commercie heeft ook bij hiphop plaatsgevonden. Volgens Blair in *That's the Joint!* (2004) is het populair worden van een muziekvorm te typeren als de verschuiving van het actief maken van de muziek naar het passief consumeren van popmuziek (Forman et al, 2004). Hij verklaart dit aan de hand van theorie van Karl Marx welke popmuziek benadert in de term van 'alienation'; wanneer het menselijke van een product wordt gehaald en aan ons terug wordt gegeven in de vorm van een commercieel product (Forman et al, 2004). Blair laat in zijn artikel zien dat subculturen en massacultuur wel onderling strijd hebben maar ook met elkaar zijn verbonden. Hij gebruikt hiervoor het model van Gottdiener.

Het model van Gottdiener is gebaseerd op de theorie van Marx maar is hiermee ook een kritiek op Marx. Volgens hem is het geen eenrichtingsverkeer in de zin dat de massacultuur tekens en onderdelen van een subcultuur tot de massacultuur maakt. Het laat juist zien dat alle groepen in een maatschappij van invloed zijn op de massacultuur. Om een massacultuur te creëren moet er immers eerst cultuur zijn, en van deze cultuur zijn de subculturen weer subonderdelen van. De Leeuw (2000) benadert het samenspel tussen deze twee op een dezelfde manier. Gottdiener laat zien dat de productie en controle van de ideologische betekenissen in drie fasen opereren:

Fase 1: producenten maken producten voor hun gebruikswaarde. De link van producenten naar consumenten ontstaat wanneer de producenten een beeld rondom hun product creëren aan de hand van reclame. Zo wordt een gevoelswaarde aan een product meegegeven die niets meer met de gebruikswaarde te maken heeft (Forman et al, 2004). Denk aan sportmerken als Nike waarvan de sportschoenen niet alleen dagelijks schoeisel maar ook style items zijn geworden.

Fase 2: Gebruikers veranderen de aard van producten vanuit de massa consumptie door ze te gebruiken als culturele symbolen of ze te gebruiken bij uitingen van subculturen. De gebruikswaarde en de gevoelswaarde die aan de producten zijn gegeven wordt zo veranderd. Subculturen transformeren zo alledaagse gebruiksproducten om te laten zien dat ze anders zijn en niet bij de mainstream horen. Dit is ook precies de reden dat de producenten nooit helemaal

zeggenschap hebben over hun product en de mogelijkheid hebben de mensen te manipuleren. Gottdiener noemt dit transfunctionaliteit van producten (Forman et al, 2004).

Fase 3: In de laatste fase besluiten de producenten om de trends gecreëerd door de subculturen over te nemen. De 'transfunctionalized' producten geproduceerd door de subculturen worden zo ruw materiaal voor de culturele productie-industrie. Tijdens dit proces worden de betekenissen die door de subculturen aan de producten gegeven worden veranderd door de producenten. Dit om ze minder radicaal te maken waardoor ze verkoopbaar worden voor de massa (Forman et al, 2004).

Marxisten zouden nu zeggen dat dit precies de hegemonie van de massacultuur op subculturen is. Gottdiener brengt hier echter tegenin dat het inderdaad zo is dat de massa het consumptiegedrag manipuleren mede door producten uit de subculturen tot koopwaar te maken. Wat de massa echter niet kan doen is de betekenis die een individu aan het product geeft veranderen. Gottdiener staft dit door het argument dat er immers geen twee gelijke personen te vinden zijn die op een exact dezelfde wijze waarde geven bij het luisteren naar muziek of het gebruiken van een product. De benadering over tribes en lifestyle zegt hierover hetzelfde: mensen kiezen zelf wat ze doen en welk gevoel ze erbij hebben. Er zullen altijd groepen zijn die zich afzetten tegen de massacultuur door de waarden en betekenissen van producten veranderen die gemaakt zijn door de massaproductie. Op deze manier zijn de twee bronnen van culturele productie (massa producten en subculturen) dus afhankelijk van elkaar.

Bij hiphop is naast de stijl de muziek erg belangrijk. Deze theorie toegepast op hiphop laat zien dat de muziek een continu samenspel is tussen de oorspronkelijke artiesten, de muziekindustrie en de luisteraars. Iedereen geeft een eigen mening aan zijn muziek welke aan verandering onderhevig is. De muziekindustrie is heel sterk in het ombuigen van muziek met inhoud naar commerciële muziek zonder inhoud. Volgens Croteau en Hoynes (2003) hoeft dit niet erg te zijn: het houdt de industrie levendig daar muzikanten telkens weer zoeken naar nieuwe, originele vormen van muziek. De luisteraars geven weer hun eigen betekenis aan de muziek en zijn in dat opzicht geen makke schapen die zomaar van alles kopen. Dit maakt de muziekwereld onvoorspelbaar (Croteau en Hoynes, 2003).

3.3 Subculturen in relatie tot de media

Subculturen staan dus niet los van de maatschappij maar zijn er een onderdeel van. We kunnen daarom ook niet spreken van tegenculturen. Ook de verschillende aangehaalde sociologen als Becker (2003) en Bourdieu (1993) merken op dat het niet een kunstenaar alleen is die een kunstproduct maakt. Ook het legitimatieproces laat zien dat een cultureel product niet los van de maatschappij. Tot slot heerst consistentie over het gegeven dat journalisten een groot aandeel in de legitimatie van het cultureel product hebben, in dit onderzoek de subcultuur hiphop. In dit gedeelte wordt nog eens het belang van de rol van de media betreffende beeldvorming van subculturen benadrukt. Volgens Wermuth (2002) hebben verschillende soorten media verschillende functies bij het promoten van hiphop. Alle

media gezamenlijk creëren in hun promotiefunctie nieuwe interessante cultuurvormen. Dit gebeurt wanneer de subculturen als kunst worden neergezet. Verder probeert de media de subculturen ook te begrijpen als sociaal fenomeen. De subcultuur wordt hierbij benaderd als een sociale beweging (Wermuth, 2002).

Theorie Hebdige

Niet alle sociologen hebben een even positief beeld van de media. Door Hebdige (1979) wordt subcultuur, als lid van de CCCS, gezien als een cultuur die zich afzet tegen de bestaande orde, hij typeert dit als ruis. De subcultuur wordt uiteindelijk geassimileerd aan de heersende cultuur door er orde in aan te brengen, Hebdige geeft de media een grote rol in dit 'assimilatieproces' zoals hij het noemt.

Doordat de gevestigde orde een fascinatie kent voor angst en gevaar krijgen subculturen veel aandacht in de media (Hebdige, 1979). De subcultuur kan op twee verschillende manieren benaderd worden: ofwel de subcultuur wordt gelijk gesteld aan de eigen cultuur ofwel zij wordt neergezet als iets exotisch, als clown of als object zodat het ver van de mainstream verwijderd blijft. Mede door deze media wordt de subcultuur op een gekleurde manier in beeld gebracht. Er kan zelfs angst gezaaid worden door de media waardoor er bijna een morele paniek rondom de tegencultuur ontstaat. Naarmate men meer vertrouwd raakt met het fenomeen zal de paniek of negatieve berichtgeving overgaan in ofwel acceptatie ofwel totale verwerping van de tegencultuur. Dit laatste zal te merken zijn wanneer de media er helemaal geen aandacht meer aan besteden (Hebdige, 1979).

Deze aandacht zorgt echter wel voor belangstelling bij het grote publiek waardoor de muziek door de media onder de aandacht bij de gebruikers (voornamelijk jongeren) komt en de scene groeit. Mensen raken steeds meer vertrouwd met het fenomeen en uiteindelijk wordt een subcultuur geassimileerd aan de heersende orde en behoort deze tot de mainstream (Hebdige, 1979). Je zou dit ook als het legitimatieproces kunnen zien. Een tegencultuur is onbekend en wordt dan al snel als gevaarlijk gezien en dus niet geaccepteerd. Na verloop van tijd gaan mensen het beter begrijpen en wordt het wel geaccepteerd als kunstvorm.

Social framing

Het kijken naar media-aandacht blijkt dus een manier om een het legitimatieproces van een subcultuur te onderzoeken. Binder (1993) heeft dit ook gedaan naar de media-aandacht rondom rap en heavy metal. In het onderzoek beschrijft ze het constructie- en selectieproces van de aandacht rondom de twee muzieksoorten. De manier hoe de media een subcultuur benaderen bepaald voor een groot deel het beeld wat mensen van de muziek hebben. Binder noemt dit *social framing*. Ze heeft dit onderzocht door een content analyse van verschillende Amerikaanse kranten. Volgens haar zijn er genoeg onderzoekers zoals Thompson, Cantor, Tuchman en Gans die laten zien dat media een zeer groot aandeel hebben in de beeldvorming van mensen rondom producten en gebeurtenissen in een maatschappij. Door de manier hoe en wat de media zeggen bepalen zij voor een groot deel het beeld dat mensen van rap en heavy metal krijgen. De frames waaraan de media-inhoud

gekoppeld is zijn vaak onderdeel van normen en waarden in een maatschappij. Door het gebruiken van frames willen journalisten hun standpunt extra kracht bijzetten (Binder, 1993).

Binder heeft naar de berichtgeving rondom de twee muzieksoorten gekeken in vijf verschillende Amerikaanse kranten die elk hun eigen doelgroep kent. Binder heeft gekeken naar the *New York Times* en *Time magazine* welke de meest rijke en hoogst opgeleiden lezers kent. *Newsweek* en *U.S. News and World Report* vertegenwoordigen de middenklasse lezer. De laatste publicatie was de *Reader's Digest* welke een publiek kent met een lage opleiding en laag inkomen. Er zijn ook nog politieke verschillen rondom de kranten: The *New York Times* wordt gezien als de meeste liberale krant en de *Reader's Digest* als de meest conservatieve krant. Om te onderzoeken of ook het rassenverschil meespeelde heeft ze ook nog gekeken naar de twee publicaties *Ebony* en *Jet* die een voornamelijk een African-American doelgroep hebben. We zien hier een duidelijk voorbeeld van het veld van dagbladen uit de theorie van Bourdieu (1993).

Door te kijken naar de woorden die genoemd werden in artikelen over de muzieksoorten werd gekeken welke frames de journalisten gebruikten. Tussen 1985 en 1990 heersten er twee morele panieken in de media die probeerde rap en heavy metal in een kwaad daglicht te zetten. Een morele paniek ontstaat wanneer de elite bang is voor verloedering van de samenleving (Alexander, 2003). Binder vond twee frames die uitgesplitst konden worden in counterframes. Het eerste frame was: 'Music is Harmful' en de tweede 'Music is not Harmful'. Er kwam ook nog een op zichzelf staande frame voor: 'The not censorship frame'. Deze ging erover dat vrijheid van mening goed is maar dat kinderen via censuur wel beschermd mochten worden tegen de harde en grove teksten van rap en heavy metal. (Binder, 1993)

In het geval van rap en heavy metal werden deze muzieksoorten door de media gepresenteerd als gevaarlijk door de muzieksoorten te koppelen aan problemen zoals drugs, sex en losbandigheid. Het bleek dat er bij het maken van frames het noemen van het ras zoals de zwarte muzieksoort rap en de blanke muzieksoort heavy metal een wezenlijk onderdeel vormde bij de beeldvorming. Door het gebruik van frames waarbij de muziek werd beschouwd als gevaarlijk werd het idee van een losbandige jeugd door de journalisten gesterkt. Verhalen over de muziek waren dan ook veelal negatief en gingen niet over de muziek zelf maar over problemen die door de muziek in de maatschappij plaatsvonden (Binder, 1993). Er bleek wel een verschil in uitkomst tussen de beide genres. Rap muziek met zijn volgens Binder boze rappers en boos publiek werd als meer authentiek en een meer serieuze vorm van kunst ontvangen dan heavy metal. Daarbij werd rap wel weer gezien als een serieuzere bedreiging voor de samenleving (Alexander, 2003).

Verschillende ideologieën

Uit het onderzoek van Binder (1993) bleek al dat de media verschillende soorten frames kunnen gebruiken om hun mening te staven. Deze frames zijn gebaseerd op bepaalde heersende ideologieën in een samenleving. Binder verwees er al naar en ook de onderzoekers David Croteau en William Hoynes beaamen dit. De media zijn

een vertaling van deze ideologieën. Echter omdat deze niet allemaal gelijk zijn fungeert de media ook als plek waar heersende ideologieën (normen en waarden) worden beschreven, aangevallen, veranderd en uitgedaagd. Volgens Croteau en Hoynes wordt de gevestigde orde via de producten van de massamedia ook uitgedaagd. In hun boek halen zij een onderzoek van Tricia Rose aan. Zij stelt dat rap muziek gezien moet worden als kritiek op de huidige ideologie van Amerika over autoriteit en machtsverdeling. Rap is volgens haar een muziekvorm die kritiek geeft vanaf de onderkant van de samenleving. De muziekvorm geeft kritiek op sociale instituties vanuit het perspectief van mensen in de samenleving met weinig macht. Dit gebeurt niet altijd vanuit ideologisch perspectief. Sommige rapmuziek gaat over discriminatie, andere propageert geweld tegen vrouwen. Beide vormen kennen een onderwerp die tegen de instituties van de mainstream ingaan. De massamedia is meer nog dan de muziek zelf het middel waardoor de mainstream maatschappij deze boodschap te horen krijgt (Croteau en Hoynes, 2003).

De meeste berichtgeving over rap heeft een diepere laag die gaat over de discriminatie tegen zwarte mensen. Een mogelijke verklaring hiervoor is de aandacht van de media voor het gevaar voor versterking van de sociale orde in de samenleving. Hiermee laat men zien dat er geen plek is voor de makers en gebruikers van rap. De muziek is juist echter een manier om een plekje in de maatschappij te veroveren (Croteau en Hoynes, 2003). Toch is rap meer dan een vorm van politieke expressie. Het is namelijk ook een zeer lucratieve muzieksoort voor de muziekindustrie. Het commercieel succes is heel onverwacht te danken aan de blanke stadsjeugd welke de grootste consumenten van rap zijn. Rose (2003) geeft hiervoor het argument dat veel tekens die de ideologie binnen de muziek blootleggen alleen te herkennen zijn voor ingewijden. Hiervoor interpreteren zwarte jongeren de muziek heel anders dan blanke jongeren. Dit laat ook weer zien dat muziek zowel een commercieel product en een subcultureel product kan zijn.

Conclusie

Er is vanuit de sociologie geen eenduidige theorie te vinden over subculturen, jongerenstijlen en tegenculturen. Nog steeds is het onduidelijk waar hiphop te plaatsen. Omdat de term subcultuur het meest bekend is en hiphop niet per se voor tieners is wordt voortaan de term subcultuur voor hiphop gebruikt. Door het commercialiseringproces worden zelfs de groepen die veel kritiek op de samenleving hebben (aangepast) geïncorporeerd in de hegemonie. Dit is volgens de onderzoekers een eeuwig doorgaand spel waarin de media een grote rol speelt. 'The media market has proved to be remarkably resilient and innovative- it seems that virtually any form of expression can be tamed enough to be sold to a mass market' (Croteau en Hoynes, 2003 p184) Het onderzoek van Binder (1993) over rap muziek laat zien dat de mediaberichtgeving tegenstrijdig kan zijn. Aan de ene kant fungeren ze als middel om de heersende ideologieën te verkondigen aan de andere kant worden deze ook weer aangevallen. Het is nu dus duidelijk dat subculturen een wezenlijk onderdeel van een samenleving zijn en dat de media een grote rol speelt. Wat nu nog niet helemaal duidelijk is dat er nog geen theorie is gevonden die een

leidraad biedt om het ontstaan van een stijl en de popularisering ervan te onderzoeken. Studies over popmuziek bieden hiervoor meer mogelijkheden. In het volgende deel van het theoretisch kader wordt hiervoor een model aangeboden.

H 4 Genretrajecten

Er is nu gekeken naar het veranderingsproces van een cultureel product in een breed perspectief. Baumann (2007), van Rees (1983), Bourdieu (1993) en Janssen (2005) hebben voornamelijk gekeken naar de externe factoren die van invloed zijn op het legitimatieproces van een cultureel product waarbij het product wordt benaderd als een sociale beweging. Vooral de smaak van het publiek die beïnvloedt wordt door critici bleek een grote externe factor. Andere studies over muziek benaderen de veranderingsprocessen binnen een genre voornamelijk door te kijken naar de tekens en inhoud van de muziek. Echter uit het onderzoek van Peterson naar Jazz bleek al dat processen in de samenleving ook invloed hebben op het cultureel product zelf. Het is dus niet alleen de smaak van het publiek die verandert maar ook processen binnen het genre zelf bevorderen het legitimatieproces of remmen deze af. In het tweede gedeelte werd hiphop nader bekeken als een sociale beweging. Hierdoor werden de processen in de samenleving en in de subcultuur zelf en in samenspel tussen de twee duidelijk. In dit laatste gedeelte van het theoretisch kader komen het eerste en het tweede gedeelte samen. Peterson heeft dit gegeven in samenwerking met Lena verder onderzocht. In hun onderzoek naar types en trajecten van muziekgenres onderzoeken ze de symbolische classificatie binnen de muziekwereld.

4.1 Model Lena en Peterson

Lena en Peterson definiëren muziekgenres als systemen met een gedeelde oriëntatie, verwachtingen en conventies rondom een muzieksoort welke gedeeld worden door industrie, makers, gebruikers en critici (Lena en Peterson, 2008). Genres strijden onderling voor fans, kapitaal, media-aandacht en legitimiteit. Deze strijd laat zien dat in de termen van Bourdieu (1993) het muziekveld zich niet onderscheidt van elk ander cultureel veld. Door deze strijd vindt er zeer veel verschuiving binnen het muziekveld plaats. Genres komen op, verdwijnen, gaan op in een ander of evolueren in een nieuw genre.

Lena en Peterson hebben onderzoek gedaan naar zestig muziktypes. Hieruit ontwikkelden ze een model van vier fasen en drie verschillende trajecten die de types doormaken. De vier typen of fasen die de onderzoekers gevonden hebben zijn: avant-garde, scene-based, industry-based en traditionalist. Ze verschillen elk van structuur, grootte, manier van ontstaan, conventies, stijl, media-aandacht, muziekinkomsten en ontstaan van de naam (Lena en Peterson, 2008).

Het Avant-garde type ontstaan in creatieve kringen, zijn vaak lokaal gestationeerd, muzikanten werken voornamelijk thuis of in lokale bars. Het doel van de makers is om nieuwe muziek te creëren. Er zijn weinig conventies daar de muziek experimenteel is. Ook met de apparatuur wordt experimenteel omgegaan. Ze zijn erg tegen de gevestigde muziekindustrie en soorten. De makers zijn zeer excentriek gekleed en bedruipen zichzelf, ze verdienen dus niet aan de muziek. Deze groep heeft nagenoeg geen media-aandacht en wordt vaak vernoemd naar henzelf of de plek waar de muziek gemaakt wordt.

Scene-Based is een genretype welke in een lokale scene bestaat. Meestal ontstaan deze scenes in buurten en wijken waar de huren laag zijn, politie nagenoeg niet aanwezig is en inwoners tolerant zijn. De scene blijft vaak lokaal maar kunnen ook via het internet ontstaan in het geval van virtuele scenes. De visie van de makers is om een groep of scene rondom de muziek te creëren. Stijl is erg belangrijk om te laten zien dat men bij de groep hoort. Ook de apparatuur is een stijlproduct. Ze zijn erg tegen andere muziekgenres, en er heerst een soort concurrentiestrijd waardoor een hechte scene ontstaat. De inkomens voor de makers halen ze uit hun eigen lokale scene evenals de media-aandacht die alleen in lokale media voorkomt. De naam van producten binnen het genre ontstaat vaak vanuit leden van de scene of uit media vanuit de scene zelf.

Industry-Based is een genretype welke, zoals de naam zegt, door de culturele industrie bestuurd wordt. Het is het genre van de gevestigde orde welke nationaal of internationaal voorkomt. Doel van het genre is commercieel bepaald. De conventies zijn vrij strikt en worden door de industrie bepaald. De apparatuur is daarom ook standaard zoals het publiek het gewend is. De stijl is op de massa gericht en bijgeschaafd door de industrie. De naam van producten binnen het genre wordt vaak aangedragen door de massamedia of de industrie. Inkomens voor de makers haalt men uit verkoop van culturele producten, merchandise en optredens. Media-aandacht komt voor in de nationale en internationale pers. Het is ook juist de pers die het genre onder de aandacht van het grote publiek brengt. Echter de berichtgeving is volgens Lena en Peterson (2008) inhoudelijk vaak onjuist. Het gaat vaak niet over de muziek zelf maar over de gebruikers ervan. Journalisten gebruiken vaak drie elkaar tegensprekende frames. Of journalisten benaderen de muziek als vrolijk en onschuldig. Of ze zetten de lifestyle betreffende een muzieksoort neer als slecht voorbeeld voor de fans. Als laatste zeggen ze dat de muziek asociaal, regelloos en hedonistisch is. In sommige gevallen zorgt de pers voor een morele paniek over een muziekgenre.

Het laatste genretype is de traditionalist. Dit genre is georganiseerd rondom clubs en associaties welke zowel lokaal, nationaal of zelfs internationaal kunnen voorkomen. Er wordt veelal opgetreden op festivals. Het ideaal van het genre is het conserveren van cultureel erfgoed. Conventies en stijl zijn zeer belangrijk en deze worden scherp in de gaten gehouden. Er wordt neergekeken op al te commerciële praktijken. Muziek moet puur blijven zoals het genre was in de beginperiode. Apparatuur wordt vaak niet (meer) innoverend gebruikt en men gebruikt de instrumenten zoals in de beginfase van het genre. De makers bedruipen zichzelf of via subsidie. Media-aandacht komt overal in voor waarin vaak een pleidooi voor het behoud van de muziek gegeven wordt. De naam van groepen binnen het genre worden meestal gegeven door academici en critici. Het genre is inmiddels ook geaccepteerd door het academische veld (Lena en Peterson, 2008).

Een genre kan zich volgens Lena en Peterson ontwikkelen volgens bepaalde trajecten. De onderzoekers gingen er vanuit dat alle genres begonnen als avant-garde toen Scene-Based werden, vervolgens commercieel en dus industry based

werden waarna uiteindelijk traditionalist te worden. Echter dit was niet altijd aan de orde. Sommige genres ontstonden uit een ander, dit zien we bijvoorbeeld wanneer twee genres gaan mixen waardoor er een compleet nieuw genre ontstaat zoals bij reggaeton welke een mix is van reggae en traditionele Latijns Amerikaanse muziek. Andere genres werden nooit traditionalist en er waren zelfs enkele genres die vanuit de industrie ontstaan waren. Sommige genres werden al in het avant-garde stadium door de culturele industrie ontdekt en sloegen de Scene-Based over (Lena en Peterson, 2008). Kortom het model is dus een ideaaltypische indeling welke in werkelijkheid variaties toelaat. Waarin de onderzoekers echter wel duidelijkheid geven is dat alle genres zijn onder te verdelen in een van deze types. Voor het maken van uitspraken over de ontwikkeling van hiphop kan dit model een leidraad bieden.

4.2 Het genretraject van hiphop

Hieronder is het genretraject van Lena en Peterson ingevuld voor het genre hiphop. De overgang verloopt volgens het meest gebruikelijke overgangsmodel: Avantgarde-Scene-Industry-Traditionalist. Lena en Peterson hebben ook naar hiphop gekeken, echter zij hebben het verdeeld in verschillende typen. Zo hebben zij gekeken naar Old-school rap, East Coast Gangsta Rap en West Coast Gangsta Rap. Het eerste genre heeft alle vier fasen doorlopen en deze zal daarom ook kort behandeld worden. Een uitgebreidere versie van de ontwikkelingen in de hiphopscene zijn te lezen in het appendix.

Hiphop als Avant-garde genre vorm

De diskjockey Clive Campbell wordt gezien als grondlegger van de hiphop (Keunen 2003), (Hart, 2009), (Toop, 1991), (Goossen, 1995). De DJ was een van de vele immigranten die woonde in de wijk de Bronx In New York. Altijd al gefascineerd door muziek kwam hij op het idee om de soundsystems uit zijn vaderland in de VS te introduceren. Vanaf 1973 draaide hij als Kool DJ Herc op buurtfeesten. Hij begon met reggae maar schakelde al snel over op de meer populaire funk. Hij raakte gefascineerd door de stukken in liedjes waar de enkele maten te horen waren, de zogenoemde 'break'. Door twee draaitafels te gebruiken liet hij enkel alleen nog deze tussenstukjes van de funk liedjes horen waardoor een continu ritme ontstond (Keunen, 2003). We zien hier dat de muziek ontstaan is in een creatieve kring, welke zeer lokaal was. Doordat Kool DJ Herc experimenteerde met een platenspeler ontstond er een geheel nieuw geluid. Daar de blanken hun disco muziek hadden om op te dansen wou deze DJ de zwarte bevolking van de buurt een ander soort muziek geven (Toop, 1991). Media-aandacht was in dit stadium zeker nog niet aan de orde, en geld verdiende de DJ er ook niet mee.

Scene-Based

Andere DJ's zoals Afrika Bambaataa en Grandmaster Flash begonnen op dezelfde manier platen te draaien. Het is Afrika Bambaatta die in 1974 tijdens een feestje "hip hop you don't stop" riep waarop hij de term 'hip hop' begon te verspreiden (Keunen,

1995). In deze periode ontstond ook de manier van dansen: electric boogie en breakdancen (Jong, 2000). Het uitdragen van trots en de dance battles die ontstonden tijdens de blockparties laten het competitieve aspect binnen de hiphop goed zien. Tijdens de draaisessies van de soundsystems werden de platen aan elkaar gepraat door de master of ceremonies (Keunen, 2003). Langzaamaan werd de rol van de MC groter en veranderde hij van entertainer naar verhalenverteller. Volgens Keunen groeide rap zo uit 'tot hét uiterlijke kenmerk van hiphop' (Keunen, 2003 p:269) Rap is de meest bekende culturele uiting buiten de hiphopscene. De andere aspecten binnen de hiphop worden in dit onderzoek wel aangehaald maar er wordt niet zo diep op ingegaan als het muzikale aspect van de scene; de rap.

Graffiti is het beeldende aspect binnen de hiphopcultuur. Oorspronkelijk was graffiti een middel van de gangs om territorium af te bakenen, maar in de meer positieve hiphopcultuur een middel om gezien te worden (Toop, 1991). Aangezien in die periode niemand, en dan voornamelijk blanken, geïnteresseerd was in de probleemwijken van New York. Graffiti werd mede daarom gespoten in de rest van de stad: volgens Toop vanuit de houding dat wanneer de rest van de stad niet naar hun toekwamen zij wel naar de stad kwamen. De overheid had weinig oog voor de problemen en de mensen waren voornamelijk op zichzelf aangewezen (Hart, 2009). Het maken van de muziek en het draaien van de platen was volgens Hart (2009) en Keunen (2003) voor jongeren uit de getto's een manier om het harde leven op straat te vergeten en te ontvluchten.

Er ontstaan geleidelijk aan verschillende stromingen binnen de rap. In het begin ging het vooral om het feesten en maken van de sfeer. Al snel werden vooral positieve boodschappen de wereld in gestuurd. Dit soort 'messages' werd als snel overgenomen door de rappers en de eerste echte raps waren dan ook vrij politiek getint, en een middel om in opstand te komen tegen het blanke systeem (Popinstituut, 2009). Subcultuur theorieën zoals beschreven in het vorige hoofdstuk sluiten zich hierbij aan. Vanuit de gedachten van Lena en Peterson is het ook een manier om een gemeenschap te creëren samen met de crews die in de wijk ontstonden. In het begin van de hiphop was er natuurlijk geen internet maar de muziek kreeg via andere wegen ook bekendheid in arme wijken in andere steden. Kleding en stijl waren toen al zeer belangrijk, bijvoorbeeld in de manier van dansen. Ontwikkelingen binnen de scene werden uitgemeten in lokale kranten en radiostations.

Industry-Based

Hiphop verspreidde zich al snel ook buiten de Bronx. Zangeres en producer Sylvia Robinson wordt gezien als de eerste persoon die hiphop ging produceren. Ze zocht wat mensen op in haar buurt die konden rappen en ging drie dagen in de studio zitten. Sugar Hill Gang was geboren en hun liedje 'Rappers Delight' werd een enorme internationale hit (Toop, 1983). Deze productie was een voorbeeld voor andere producers en meer en meer mensen begonnen met het uitbrengen van hiphop platen. In deze periode ontstond een tegenstelling tussen de originals (volgens Toop de hiphoppers van de straat) en de meer commerciële die wel konden

rappen maar die door producers bij elkaar gezet waren. Binnen het veld van de hiphop ontstond dus, om met Bourdieu (1993) te spreken, een verschil tussen de autonome en heteronome pool. Of de kwaliteit nu wel of niet altijd goed was, vanaf 1979 kwam hiphop buiten de grenzen van de getto's en werd langzamerhand populairder in de rest van de Verenigde Staten en de wereld (Toop, 1983 en Keunen, 2003).

Platenfirma's storten zich massaal op deze muziek waardoor deze zich volgens Keunen (1994) steeds meer verwijderde van de originele hiphop stijl uit de beginperiode. De muziek werd al meer gepolijst en de boodschap werd al minder diep. Een deel van de hiphop was dus commercieel geworden. Vanuit de hardcore hiphopscene kwam er al snel een reactie op deze popularisering van hiphop. De underground, of wel het Scene-Based gedeelte, vond de muziek niet langer opstandig genoeg en maakten hun teksten ook harder. De media had nu ook de hiphop ontdekt en begon al snel het geweld en de muziek aan elkaar te koppelen. Als tegenreactie hierop werden de teksten en de muziek alleen maar harder en men begon te provoceren. Door te zingen over geweld, geld en seks en door het dragen van veel goud en dure kleding zorgde de hiphopscene voor vele controverses in de media (Toop, 1983). Dit mechanisme wordt vooral door Hebdige (1979) uiteengezet zoals in het vorige hoofdstuk beschreven.

Traditionalist

Midden jaren negentig zien we een duidelijke tweedeling tussen de originele hiphopen de commerciële varianten. Er bleef een kloof binnen hiphop tussen de underground die zich vasthielden aan het authentieke hiphop gevoel en tussen de gangstarap die de mainstream domineerde. De Old-school rap, die als 'original' gezien wordt, is al in de traditionalistfase doorgedrongen (Lena en Peterson, 2008). Welke stijl ook, hiphop is in de jaren negentig goed voor een wereldwijde miljoenenindustrie. Maar ook bij gerenommeerde muzikanten is twintig jaar na het ontstaan van hiphop de muziekstroming populair. Veel artiesten en stromingen nemen vormelementen van hiphop over (Keunen, 1994). Hiphop komt terug in rock, house, R'n'B en ook reggae. Hiphop geeft muzikanten een mogelijkheid om een modern tintje aan hun muziek te geven en zorgt zelfs voor nieuwe muziekstromingen als breakbeat en ragga (Keunen, 1994). Verder worden hiphop artiesten op alle grote festivals geboekt en kent hiphop al jaren zijn eigen awards. Hiphop wordt ook steeds meer geaccepteerd binnen de kunstwereld als een kunstvorm. Graffiti hangt in musea, dansstijlen uit de hiphop worden gebruikt in de danswereld en de muziek is een volwaardig onderdeel van onze popcultuur.

4.3. Hiphop in Nederland

De doorbraak van hiphop in Europa ligt in Groot-Brittannië. Keunen (1994) wijdt dit aan de gemeenschappelijke taal. Het is in Frankrijk waar de daar ontstane groepen voor het eerst gaan rappen in hun eigen taal. In Nederland ontstonden rond 1986 de eerste hiphopacts als Born Free MC en Extince die allemaal in het Engels rapten. Het is Osdorp Posse die in Nederland als eerste in eigen taal rapten (Keunen, 1994). De

Nederlandstalige hiphop wordt Nederhop genoemd en is ontstaan eind jaren tachtig. Er wordt hoofdzakelijk gerapt in het Nederlands maar er wordt wel gebruik gemaakt van een eigen slang. Veel woorden worden soms letterlijk vertaald uit het Engels. In het begin werden ze geboycot door radio en media, maar de groep werd uiteindelijk erg populair en scoorden in 2000 hun eerste hit. 1997 ontwikkelen er zich meer commerciële hiphopacts, met grote hits zoals 'Klokkenluiders' van de 'Spookrijders'.

Vanaf 2002 ontstaat er een nieuwe generatie hiphoppers en is het een ware hype in Nederland. Meer commerciële hiphopacts komen op met rappers als Ali B en Lange Frans en Baas B (Popinstituut 2009). Sommige Amerikaanse rappers zijn van mening dat alleen mensen in de getto's in Amerika hiphop echt kunnen begrijpen en daarom ook kunnen maken. Echter niet-Amerikanen gaan hier weer tegenin: volgens hen is hiphop een stedelijke cultuur en kan daarom in elke stad ontstaan. Hiphop is zo een middel om de eigen situatie, leefomgeving en problemen te verwoorden. Het is daarom ook geen verrassing dat hiphop vooral bij jongeren in lagere sociale milieus in alle steden van de wereld een zeer populaire muziekvorm is geworden, niet alleen om te luisteren maar ook om te beoefenen (Goossen, 1995). Hoe kan deze muziekstroming mondiaal zo populair zijn geworden?

Mondialisering

Op het gebied van de kunsten is mondialisering te onderzoeken aan de hand van de centrumperiferie theorie van de socioloog Heilbron. Kunsten uit de periferie willen graag naar het centrum en het centrum bepaalt wat er in de periferie gebeurt. Heilbron (1995) laat aan de hand van een voorbeeld zien dat naarmate de culturele productie van een land centraler is, deze minder georiënteerd is op buitenlandse producten en producenten. Landen die zich bevinden in de (semi) periferie brengen hun producten ook op de markt maar dat verloopt altijd via een van de grote centra. Als men daar bekendheid krijgt, kan men ook bekendheid krijgen in de rest van de wereld. Doordat de wereldcentra onderling met elkaar verbonden zijn kunnen producten uit bijvoorbeeld Nederland, die zich voor verschillende cultuurvelden in de semiperiferie bevindt, wel hun weg vinden naar het internationale circuit maar dat zal altijd via de centra moeten verlopen. Dit geldt niet alleen voor economische producten maar net zo goed voor culturele producten. Kleine landen lukt het vaak niet om internationale erkenning te krijgen voor hun culturele producten. Internationaal verkeer is daarom volgens Heilbron voor kleine en meer perifere landen in hoge mate eenrichtingsverkeer. Er wordt veel overgenomen van de centrale landen. Heilbron is daarom ook wat huiverachtig in het ontstaan van een eenzelfde mondiale wereldcultuur, zogenoemde globalisering.

Onder globalisering verstaan we toenemende onderlinge verbindingen tussen de naties van de wereld. Dit zien we terug in een groeiende wereldhandel, de verspreiding van culturele producten en het uitwisselen van culturele ideeën. Verder zien we dat de banden tussen de volkeren van de wereld gesmeed door middel van internationale reizen versterkt zijn. Als laatste zien we ook een toename in onderlinge communicatie en media en een opkomst van de transnationale organisaties en multinationale vennootschappen (Alexander, 2003). Alexander bepleit in haar boek

dat zij en met vele onderzoekers met haar niet bang zijn voor het ontstaan van deze zogenoemde globale cultuur. Er is bewezen dat wanneer mensen meer gefocust zijn op het globale zij als tegenreactie tegelijkertijd zich meer focussen op hun lokale cultuur. Mensen interpreteren globale producten vanuit hun eigen lokale perspectief. De manier waarop varieert dus van plek tot plek en zo ontstaan er soms zelfs nieuwe lokale versies van globale cultuur. Socioloog Robertson noemt dit glocalisatie (Alexander, 2003). Het Nederlandse hiphop genre Nederhop is een voorbeeld van een lokale interpretatie van een globaal muziekgenre.

Conclusie

Het model van genretrajecten lijkt een goed model om de overgang van hiphop te kunnen beschrijven en verklaren. Lena en Peterson verklaren zelf al dat vooral oldschool rap al tot de traditionalistfase is doorgedrongen. Door het genretraject zelf in te vullen hebben we nog meer inzicht in de hiphop cultuur verkregen. Het genretraject zoals dat in Amerika bij de hiphop heeft plaatsgevonden komt ook redelijk overheen met het traject dat de Nederlandse hiphop doorlopen heeft. Echter zijn er wel inhoudelijke verschillen op te merken. De hiphopcultuur zoals we die nu in Europa en Nederland kennen verschilt in die zin toch van de Amerikaanse. In Europa is hiphop bijvoorbeeld vooral een multicultureel fenomeen terwijl het in Amerika vooral zwart is (Keunen, 1994). Een overeenkomst is dat zowel in de VS als in Nederland hiphop een manier voor migranten jongeren is om hun identiteit te bepalen. Het geeft ze een manier om hun eigen cultuur te verkennen, te uiten en ook te behouden binnen de dominante blanke cultuur. Het is niet alleen een culturele uiting maar hiphop staat ook garant voor commercieel succes. Toch zien we in alle landen wel een duidelijk onderscheid tussen de underground hiphop en de commerciële hiphop (Goossen, 1995). Hiphop wordt in Nederland vaak als middel gebruikt om jongeren in contact met kunst en cultuur te brengen. Denk hierbij aan een rappende minister Donner en reclames waarin al rappend een VMBO school gepromoot wordt. Ook O.C.Hart, schrijver van het boek Hiphopstad Rotterdam, geeft aan dat de laatste jaren veel vraag is naar workshops op het gebied van hiphop vanuit onderwijs, welzijns- en kunstinstellingen. Zoals al eerder aangehaald, lijkt het er daarmee op dat hiphop in Nederland onderweg is in zijn transitie van Industry Based naar Traditionalist.

H5: Hypothesen

Aan de hand van het theoretisch kader zijn er verscheidene hypothesen opgesteld. Deze hypothesen zijn stellingen afkomstig uit het theoretisch kader, toegepast op het onderzoeksveld: hiphop in de Nederlandse media. In dit hoofdstuk worden de hypothesen gepresenteerd en wordt in het kort de relatie met de theorieën gelegd.

Hypothese 1: In het begin van de hiphop in Nederland is berichtgeving louter negatief.

Nagenoeg alle onderzoekers welke aangehaald zijn in het theoretisch kader onderschrijven het belang van de media in het acceptatieproces van een culturele uiting. Deze media-aandacht kan zowel positief als negatief uitpakken. Vooral in theorieën van Bourdieu (1993), Binder (1993), Hebdige (1979) en Rose in Croteau en Hoynes (2003) komt naar voren dat media erg verschillend kunnen reageren op een subcultuur. Volgens vooral Hebdige (1979) wordt er vaak enkel negatief bericht over subculturen waarbij zelfs sprake kan zijn van een controverse. In de theorie over het legitimatieproces van een culturele uiting, het model van Gottdiener in Forman et al (2004) en het genretraject van Lena en Peterson (2008) komt naar voren dat een subcultuur nooit meteen geaccepteerd wordt. Daarom is de verwachting dat in het begin van de hiphop in Nederland de berichtgeving vooral negatief is.

Hypothese 2: In het begin beslaat de berichtgeving vooral nieuwsberichten en geen achtergrondartikelen.

Hypothese 3: Deze nieuwsberichten over hiphop zullen eerder negatief dan positief zijn.

Dit betekent dat berichtgeving meer zal gaan over de maatschappelijke problemen waar hiphop aan gekoppeld wordt en minder over de muziek zelf. Deze hypothese sluit daarmee aan op bovenstaande. In deze tweede hypothese is de verschillende manieren hoe media bericht over hiphop volgens Binder (1993) en Hebdige (1979) echter duidelijker uitgesplitst. Binder (1993) benoemt twee soorten frames: 'Music is Harmfull' en 'Music is not Harmfull'. Hebdige (1979) benoemt twee benaderingen van subculturen door de media: subcultuur wordt benaderd als gevaar of als exotisch. Dit gegeven wordt praktisch vertaald en geoperationaliseerd als aandacht voor hiphop in de vorm van nieuwsberichten. In nieuwsberichten gaat het niet over de muziek zelf maar over de maatschappelijke problemen die eraan gekoppeld worden. Het gebruik van het tweede frame wordt gekoppeld aan berichtgeving in de vorm van achtergrondartikelen waarbij achtergrondartikelen naar verwachting meer over de muziek zelf gaat.

Hypothese 4: Naarmate de tijd verstrijkt wordt er meer over hiphop bericht.

Deze hypothese kan men extraheren uit verschillende modellen zoals gepresenteerd in het theoretisch kader. Het gaat om het legitimatieproces van Baumann (2007), de strijd om het kapitaal van Bourdieu (1993), het model van Gottdiener in Forman et al. (2004) en als laatste het genretraject van hiphop volgens Lena en Peterson (2008). Allen gaan uit van een opwaartse spiraal in de zin dat een culturele uiting almaar bekender wordt. Verschillende theoretici menen dat de media een goede afspiegeling is om naar deze bekendheid te kijken (Binder 1993, Lena en Peterson 2008, Peterson 1972, Wester 2006, van Rees 1983). Mate van bekendheid en mate van media-aandacht worden hier dus aan elkaar gekoppeld. We leren ook van het legitimatieproces van Baumann (2007) en ook uit het hoofdstuk over subculturen dat een subcultuur niet los staat van de samenleving maar dat deze een onderdeel van elkaar zijn. Dit zegt echter niets over of de aandacht dan wel positief of negatief is.

Hypothese 5: Een meer rechtse krant heeft meer negatieve berichtgeving dan een meer intellectuele krant.

Deze hypothese vloeit voort uit de eerste twee hypothesen waarbij er in dit stadium ook nog wordt gekeken naar het verschil tussen dagbladen. Van Bourdieu (1993) hebben we geleerd dat de maatschappij is in te delen in velden. Ook dagbladen kennen een eigen veld met een meer autonome en een meer heteronome kant ofwel een meer intellectuele en een meer commerciële kant. Hieruit leiden we de tweedeling af in dagbladen zoals genoemd in de hypothese. De reden waarom een meer commerciële krant eerder over hiphop bericht komt voort uit de verwachting dat zij hiphop eerder aan maatschappelijke problemen koppelt. Dit zagen we ook al bij het onderzoek van Binder (1993). De kranten die meer werden gezien als tabloids en kranten voor mensen uit de lagere sociale klassen kenden duidelijk een ander discours. In deze kranten werd hiphop vaker benaderd vanuit het frame: "Music is Harmfull".

Hypothese 6: Een meer intellectuele krant bevat meer achtergrondartikelen over hiphop.

Uit onderzoeken van Rose in Croteau Hoynes (2003) en Hebdige (1979) en te lezen in het genretraject van hiphop (Lena en Peterson, 2008) leren we dat deze subcultuur eerst negatief benaderd werd in de media. Deze bevinding gekoppeld aan bovenstaande hypothese waarbij er vanuit wordt gegaan dat een rechtse krant hiphop eerder benaderd als enkele muzieksoort als een gevaar voor de maatschappij verklaart deze hypothese. Dus omdat een meer tabloidachtige krant zoekt naar sensatie en gevaar, en een subcultuur (vooral in het begin) zo benaderd wordt en wordt gezien, zullen zij er eerder geneigd zijn om er over te schrijven.

Een krant die zich meer bevindt aan de intellectuele kant van het veld zal een subcultuur pas benaderen als zij al in het commercialisatieproces zit, in de overgangsfase van Scene-Based tot industry based. Dit heeft twee redenen: op de eerste plaats zullen de kranten pas berichten als zij de subcultuur zien als een muzieksoort met bestaansrecht, dus in een later stadium van de legitimatie. Waar de

tabloidkrant op zoek is naar gevaar en verstoringen in de mainstream cultuur in de vorm van subculturen (hier dus meer benaderd als tegenculturen) kijkt de meer intellectuele krant meer naar de artistieke aspecten van een muziekgenre.

Hypothese 7: Omdat hiphop een Amerikaans fenomeen is zal de berichtgeving merendeel gaan over Amerikaanse artiesten.

En

Hypothese 8: In het begin van de berichtgeving gaan de artikelen meer over Amerikaanse en Engelse artiesten dan over Nederlandse artiesten.

Hiphop is rond 1983 naar Nederland gekomen (Toop, 1991). Vanuit de theorie van Heilbron (1995) en Alexander (2003) leren we over mondialisering van cultuur en globalisatie. Omdat Nederland erg gericht is op de Verenigde Staten is het niet vreemd dat de van oorsprong Amerikaanse muziekstroming zoveel voeten aan de grond heeft gekregen in Nederland. Door de ontwikkeling van Nederpop is te zien dat Nederland toch ook wel zijn eigen draai aan de muzieksoort heeft gegeven. Daar toch de eerste kennismaking van Nederland met hiphop uit Amerika is ga ik er vanuit dat het merendeel van de berichtgeving over Amerikaanse artiesten gaat. Daarbij ga ik er vanuit dat naarmate de tijd verstrijkt er meer en meer over Nederlandse in plaats van over Amerikaanse en Engelse artiesten geschreven wordt.

Hypothese 9: In een korte periode zal hiphop worden geaccepteerd als muzieksoort bij beide kranten.

Vanuit de theorie over legitimatie, het model van Gottdiener (Forman et al. 2004) en het genretraject van Lena en Peterson (2008) gaan we er vanuit dat hiphop als culturele uiting een traject doorloopt welke in alle gevallen een opwaartse trend in de mate van berichtgeving laat zien. Echter, de mate van aandacht op zich zegt nog niets over de acceptatie. Hoe zal hiphop in Nederland ontvangen worden? De theorie van Janssen (2005) over cultuurclassificatie kan hierover inzicht verschaffen. Deze theorie gaat er vanuit dat wanneer de smaak van een samenleving veranderd deze van invloed is op een cultureel product. Door meer differentiatie, minder hiërarchie, verminderd onderscheid tussen hoge en lage kunst en verminderde symbolische afgrenzingen is de verwachting daarom dat de Nederlandse dagbladen hiphop niet alleen gewaarworden maar ook accepteren. De periode die Nederland hiervoor nodig heeft is kort aangezien hiphop al in het stadium van een Industry-based genre bekendheid krijgt in Nederland. Het genre maakt hierbij wel een nieuw traject door maar slaat de Avant-Garde fase over om via Industry-Based al snel naar de Traditionalist fase te gaan mede door de verschuiving in cultuurclassificatie beschreven door Janssen (2005).

Conclusie

Met deze hypothesen wordt het theoretisch kader afgesloten. Nu er een duidelijk beeld is geschetst over het onderwerp komen we aan bij het methodische gedeelte van dit onderzoek. In dit tweede deel van het onderzoek worden aan de hand van

statistische gegevens de hypothesen getoetst. Er zal uiteengezet worden hoe de probleemstelling en de hypothesen vertaald kunnen worden naar meetbare cijfers, ook variabelen genoemd. Vervolgens worden aan de hand van berekeningen in hoofdstuk vijf de hypothesen getoetst waarna hieraan conclusies verbonden kunnen worden.

H6: Methode

Het kwantitatieve gedeelte van dit onderzoek is een inhoudsanalyse van twee Nederlandse kranten. Hierbij is gekeken naar alle berichtgeving over hiphop. De operationalisering en methodologie van deze inhoudsanalyse zal in dit hoofdstuk verduidelijkt worden. Er zal uitgelegd worden op welke manier de steekproef is getrokken en de begrippen uit de probleemstelling en hypothesen zullen meetbaar gemaakt worden. Verder zal in dit verslag de codering zoals gebruikt in het SPSS databestand uitgelegd worden. Hieraan gekoppeld wordt een databestand gepresenteerd waar de resultaten van de analyse ingevoerd kunnen worden.

Methodologie

De methode die voor dit kwantitatieve onderzoek is gebruikt is een inhoudsanalyse. Hierbij is gekeken naar wat voor soort berichtgeving in de media over hiphop is te vinden en wat de inhoud van deze berichtgeving is. Volgens Fred Wester is inhoudsanalyse: 'een systematische vorm van lezen om waarnemingen te doen' (Wester, 2006: 16) Inhoudsanalyse is een onderzoeksmethode uit de communicatiewetenschap. Volgens Fred Wester komt het maatschappelijke belang van de media op vele manieren naar voren, dit blijkt uit de economische, politieke en ook culturele relevantie van media. Krantenberichten zijn producten van de samenleving die daarom iets kunnen zeggen over een sociaal-culturele situatie in een samenleving. Mediaberichtgeving zegt niet alleen letterlijk iets over een gebeurtenis in de wereld. Het soort berichten zegt ook iets over de journalisten zelf en wat ze publiceren. Wester noemt dit de handelingscontext waarin berichten gemaakt worden. De manier waarop en wat ze publiceren geeft aan wat ze belangrijk vinden. Figuurlijk bekeken zegt niet alleen de inhoud van het bericht iets over de maatschappij maar ook de aanwezigheid zelf, de verschijningsvorm, de frequentie en de toon. Inhoudsanalyse is daarom geschikt om het verloop van een maatschappelijke ontwikkeling te reconstrueren en analyseren.

Het basiskenmerk van inhoudsanalyse is 'dat we in het mediamateriaal indicaties zoeken aan de hand van een waarnemingsinstrument, waarin de gezochte kenmerken en de bijbehorende interpretatieruimte in zekere mate zijn vastgelegd' (Wester, 2006: 19). Het onderzoek is een kwantitatief beschrijvende inhoudsanalyse waarbij is gekeken naar wat voor soort berichtgeving in de kranten voorkomt over hiphop. Er kan zo op statistische wijze worden nagegaan of er bepaalde kenmerken in de berichtgeving voorkomen, samenhangen en of er een trend te ontdekken is.

Voor het onderzoek zijn twee Nederlandse kranten gebruikt: *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*. De keus voor deze twee kranten is gebaseerd op de theorie van Hebdige, Bourdieu en Binder. Hebdige beschrijft twee mogelijke standpunten die media innemen ten opzichte van tegenculturen. In het eerste geval zou een krant de berichtgeving meer plaatsen in een positieve maatschappelijke context. In het tweede geval zou de krant de berichten plaatsen in een meer negatieve maatschappelijke context. Aangezien het *NRC* een intellectuele krant is en *De*

Telegraaf de meest tabloidachtige krant is, rechtvaardigt dit de keuze. Binnen de veldtheorie van Bourdieu kan het *NRC Handelsblad* als een meer autonome en *De Telegraaf* als een meer heteronome krant gezien worden. Binder deelt de kranten meer in door te kijken naar klassen. *NRC Handelsblad* kan zo gezien worden als krant voor de rijke en hoog opgeleide klasse en *De Telegraaf* als krant voor de middenklasse tot lage klasse met een laag inkomen en lage opleiding.

Dataverzameling

Om aan de berichten te komen is gezocht in het archief van beide kranten. Zowel *De Telegraaf* als het *NRC Handelsblad* heeft een digitale database waarin op trefwoord gezocht kan worden. Om de krantenartikelen te analyseren is bij het onderzoek gebruik gemaakt van een waarnemingsinstrument in de vorm van een codeboek. Hierin worden alle variabelen vastgelegd en alle onderzoeksobjecten ingekaderd. Verderop in dit hoofdstuk zal hier dieper op worden ingegaan. De dataverzameling heeft plaatsgevonden via het zoeken op trefwoorden in de databases van de kranten. *De Telegraaf* heeft een digitale database waarin op trefwoorden te zoeken is. Deze begint echter vanaf 1994. Het *NRC Handelsblad* heeft een database waarin alle bestaande artikelen van de krant staan vanaf 1990. Daarom begint het onderzoek bij 1994. Omdat het in het tijds kader van dit onderzoek niet mogelijk was elk jaar te behandelen is er voor gekozen om de krantenartikelen om de twee jaar te analyseren. Het liefst zou ik dit vanaf 1986 gedaan hebben. Een logische keuze daar dit ongeveer het begin van de hiphop in Nederland is. Het digitale archief voor beide kranten is daarin echter niet toereikend. Het is de bedoeling van de Koninklijke Bibliotheek te Den Haag in de toekomst wel een uitgebreidere database hebben.²

In de databases van *De Telegraaf* en het *NRC Handelsblad* is gezocht op de volgende trefwoorden: Hiphop, hip-hop en hiphopper. De eerste twee zijn twee gebruikte schrijfwijzen voor de hiphop cultuur. Het derde trefwoord is een beoefenaar van de hiphopcultuur. Wanneer een artikel minstens een van deze steekwoorden bevat kan deze gezien worden als een relevant artikel voor het onderzoek. Gaandeweg het onderzoek bedacht ik mij dat hiphopper natuurlijk alleen een mannelijke beoefenaar betreft en gebruik van enkele dit trefwoord een hele groep uitsluit. Ik heb echter niet meer ook gezocht op hiphopster. De reden hiervoor was dat het onderzoek al te ver gevorderd was. Een andere reden is dat hiphopper nauwelijks hits had, bijna altijd stond hiphop er ook bij waardoor het trefwoord hiphopper achteraf niet erg nuttig bleek.

Andere onderdelen die met de hiphopcultuur te maken hebben zoals rap, mc, dj, blockparties b-boys en flygirls, breakdance, turntablism of graffiti zijn subonderdelen van de hiphop cultuur en kunnen niet zonder het woord hiphop bij de

² De KB is van plan om alle Nederlandse kranten vanaf het begin van de eerste uitgave een digitaal archief aan te leggen waarin gezocht kan worden op trefwoord. Dit biedt wel mogelijkheden om in de toekomst dit onderzoek uit te breiden, zowel van voor de huidige onderzoeksperiode als erna.

hiphopcultuur geplaatst worden. De term rap wordt ook veel gebruikt voor de hiphop cultuur. Echter dit woord kan ook gezien andere betekenissen hebben zoals 'te snel'. Daar dit woord meerdere betekenissen kent raakte de verzameling berichten te vervuild. Omdat het in het kader van dit onderzoek teveel werk zou zijn is er toe besloten het op één trefwoord te houden. Een andere reden hiervoor is afbakening van het onderwerp. Ook bij muziekstromingen die vallen onder hiphop zoals reggeaton en bubling moest hiphop genoemd worden omdat deze stijlen een mix van verschillende genres zijn waardoor het dus niet per direct over hiphop hoeft te gaan.

Een andere benaming die tegenwoordig vaak met de hiphopcultuur geassocieerd wordt is Urban. Urban is hierbij ook een moeilijk begrip omdat deze verschillende definities kent. Urban wordt vaak gedefinieerd als straatcultuur of stadscultuur en hoeft niet per direct met hiphop te maken te hebben. Daarom is dit begrip niet meegenomen als trefwoord. Bij het zoeken op urban in de database op het woord urban kreeg ik zoveel irrelevante hits dat het de keus om deze niet mee te nemen rechtvaardigde.

Onderzoeksitems

De onderzoeksitems zijn berichten in de kranten die als zodanig onderscheiden kunnen worden. Het bericht moet dus los staan van andere teksten in de krant om een eigen bericht te zijn. Het kon gaan om nieuwsartikelen, interviews, previews, aankondigingen, achtergrondverhalen, opinies (inclusief commentaar), editorials en columns. Illustratie en foto's zijn ook meegenomen mits begeleid door tekst. Reclames worden niet gezien als een bericht in de krant en zijn niet meegenomen. Brieven van lezers konden niet meegenomen worden daar de database van beide kranten dit niet toeliet. Dit is jammer omdat het publieke debat over het onderwerp hierdoor niet bekeken kon worden. Lezersbrieven bieden wel mogelijkheid tot nader onderzoek. Wanneer er een duidelijke controverse is kan men aan de hand van de lezersbrieven de publieke opinie duidelijk weer geven.

De definitie van berichten zoals gebruikt in dit onderzoek is ontleend aan de definitie die in het *Codebook Cultural Classification Systems in Transitions* (CCST) staan (Janssen, 2004). Dit codeboek is ontwikkeld voor een onderzoek naar de inhoud van berichtgeving in de kranten over kunst en cultuur. Bij dit onderzoek heeft men zich zeer uitvoerig gericht op de krant, zelfs prijs, dikte van papier en redacteur worden als variabelen opgegeven (Janssen, 2004). Dit codeboek biedt een raakvlak en daarmee gelijk ook een voorbeeld voor dit onderzoek.

Data-analyse

Nadat de data verzameld is wordt deze geanalyseerd. Dit betekent dat alle berichten gelezen zijn. Dit is gebeurd aan de hand van een waarnemingsinstrument in de vorm van een codeboek. In het waarnemingsinstrument staat precies geschreven hoe de data verzameld is en hoe deze geanalyseerd moest worden. Er staat exact beschreven wanneer een artikel meegenomen moet worden en aan welke kenmerken deze moet voldoen om een bepaalde waarde toegekend te krijgen. Tijdens het verzamelen en analyseren is dit codeboek steeds bij de hand gehouden.

Zo is getracht eenduidigheid in het onderzoek te brengen en geprobeerd om alle artikelen op een dezelfde manier te analyseren. Het codeboek is als zodanig opgenomen in het appendix.

Operationalisering

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag moeten de begrippen uit de probleemstelling en de hypothesen geoperationaliseerd worden. Men bedoelt hiermee dat de begrippen meetbaar gemaakt worden. Hiervoor zijn de kenmerken van berichten omgezet in variabelen. Theoretische onderbouwing voor deze variabelen is gehaald uit het Codebook Cultural Classification Systems in Transitions (CCST) en is een voorbeeld voor een waarnemingsinstrument gebruikt uit het boek van Fred Wester.

De variabelen zijn verdeeld in drie groepen: berichtkenmerken, journalistieke kenmerken en inhoudelijke kenmerken.

1. Berichtkenmerken zijn de achtergrondkenmerken van berichten. Het gaat hier om zaken als naam van de krant, datum en pagina van het bericht.
2. Het tweede onderdeel zijn journalistieke kenmerken, deze gaan in op het bericht zelf, niet waar en wanneer deze verschenen is. Het gaat dus om de journalistieke verwerking van berichten. Wat is de titel van het bericht, in welke sectie staat het in de krant, hoe groot is het bericht, wie heeft deze geschreven en wat voor soort bericht is het.
3. Als laatste hebben we de inhoudelijke kenmerken van een bericht: Het betreft hier variabelen die informatie geven over het onderwerp van het bericht. Er wordt hier gekeken waar het bericht over gaat en wat de toon van het bericht is en of deze een foto of beeld bevat. Wanneer het bericht en/of de foto over een product of artiest gaat wordt deze in de specificatiekenmerken uitgebreider beschreven.

Om de hypothesen te toetsen zal er gekeken worden of we verbanden kunnen leggen tussen de volgende variabelen: hoeveelheid berichten, plaats in de krant van de berichten, soort berichten, inhoud van de berichten, toon van de berichten en naar wanneer de berichten geplaatst zijn.

Bij hoeveelheid berichten zal gekeken worden hoe vaak er in de kranten wordt bericht over hiphop. Bij plaats van de berichten zal gekeken worden in welke sectie van de krant de berichten geplaatst zijn. Soort berichten laten zien wat voor soort berichten er voorkomen. Er wordt ook gekeken naar de inhoud van de berichten. Dit betekent dat er naar de inhoud en het onderwerp gekeken wordt. Er zal ook beoordeeld worden of de toon van de berichten positief, neutraal is of negatief is. De tijd is van invloed op alle aspecten in het onderzoeksmodel, dus op de berichtgeving en op de acceptatie, maar niet op het soort krant.

Conclusie

Aan de hand van het ingevulde databestand ingedeeld naar variabelen kunnen de hypothesen getoetst worden door middel van berekeningen, tabellen en grafieken met behulp van het programma SPSS. Om de hypothesen te toetsen zal er gekeken worden of we verbanden kunnen leggen tussen de genoemde variabelen. Uitwerking van deze berekeningen worden in het volgende hoofdstuk gepresenteerd.

Hoofdstuk 7: Het onderzoek

Uit het vorige hoofdstuk is duidelijk geworden op welke manier we de onderzoeksvraag gaan beantwoorden. Voor de duidelijkheid wordt deze nog een keer herhaald:

Hoe verandert mediaberichtgeving over hiphop in Nederland in de periode 1994-2008 en reflecteert deze berichtgeving het genretraject/acceptatieproces van hiphop?

We gaan er hier vanuit dat tijd en het soort krant van invloed is op de berichtgeving. We analyseren dit aan de hand van de factoren: tijd, toon bericht, inhoud bericht, hoeveelheid berichten, soort bericht en de plaats in de krant. Op deze manier wordt gekeken of de hypothesen zoals gesteld kloppen. Voordat de hypothesen getoetst zullen worden zullen er eerst wat descriptieve analyses gegeven worden. Zo wordt meer inzicht gegeven in de verzamelde data.

7.1 Descriptieve analyse

Om meer inzicht in de data te krijgen worden hier de belangrijkste variabelen getoond. Het gaat hier om de hoeveelheid berichtgeving, de plaats van de berichten, soort berichten en de inhoud van de berichten. Als laatste wordt gekeken naar tijd en berichtgeving. Hoeveel berichten zijn er verschenen per jaar en op welke dagen?

Hoeveelheid: In figuur één is het aantal berichten per jaar per krant zowel in aantal als percentages weergegeven. We zien dat tussen 1994 en 2008 in totaal 922 berichten zijn geschreven die in meer of mindere mate over hiphop gingen. Verder is er een beduidend verschil te zien tussen het *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*. Twee derde van het aantal berichten over hiphop staat in het *NRC* en een derde in *De Telegraaf*.

Aantal berichten per krant

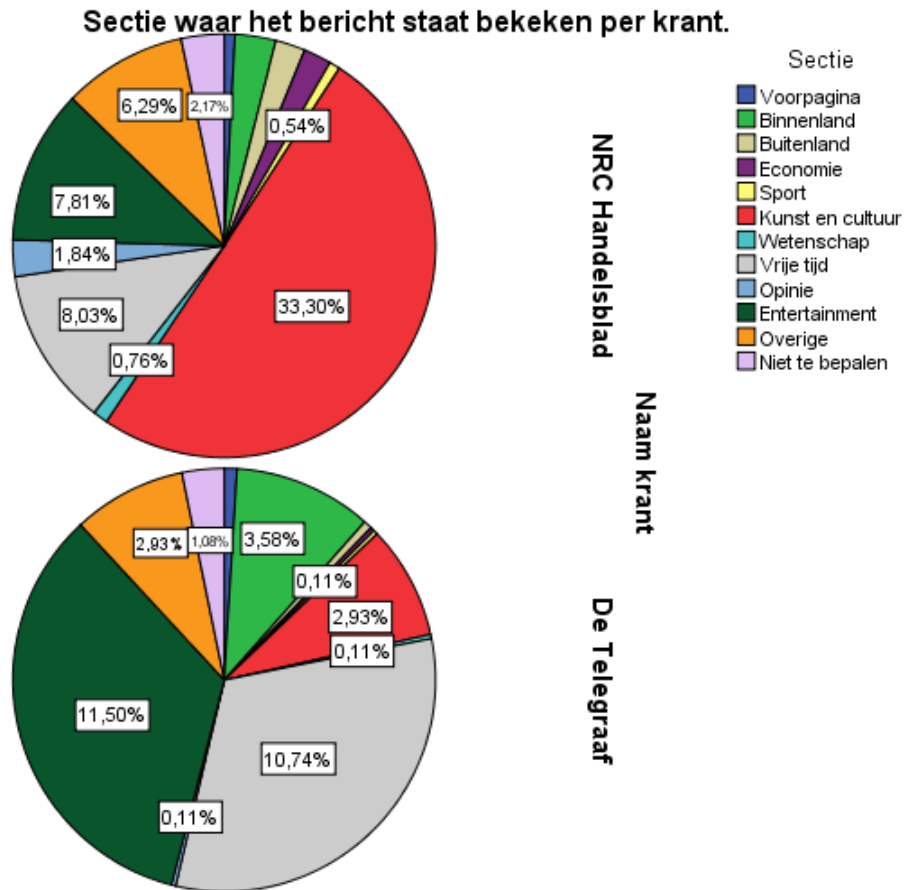
	Frequentie	Percentage
Naam NRC Handelsblad	611	66,3
De Telegraaf	311	33,7
Totaal	922	100,0

Figuur 1: Aantal berichten per krant.

Plaats:

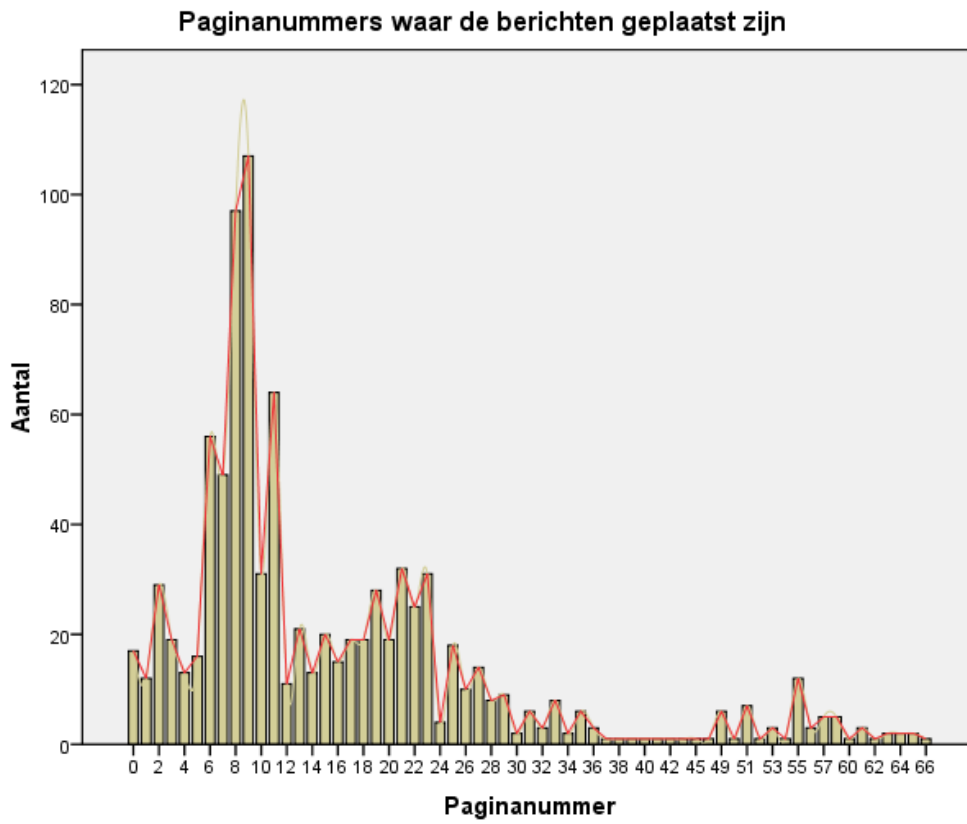
In figuur twee zien we twee cirkeldiagrammen waarin goed te zien is in welke sectie van de krant de berichten staan. We zien dat er een groot verschil is tussen *De Telegraaf* en het *NRC Handelsblad*. Bij het *NRC Handelsblad* staat maar liefst één derde van de berichtgeving over hiphop op de kunst- en cultuur pagina. Bij *De Telegraaf* is dit maar drie procent. Daar staat de meeste berichtgeving over hiphop op de entertainment pagina. Dit betekent in de praktijk dat de berichten vooral over

het privé leven van de hiphop artiesten gaan en niet over de muziek van deze artiesten. Op de tweede plaatst plaatsen beide kranten berichten over hiphop op de vrije tijd pagina. Dit betekent dat zij in deze sectie veelal uitgaanstips rondom hiphop geven, hierbij wordt hiphop dan niet benaderd als kunstproduct.



Figuur 2: Sectie van de krant waar het bericht staat.

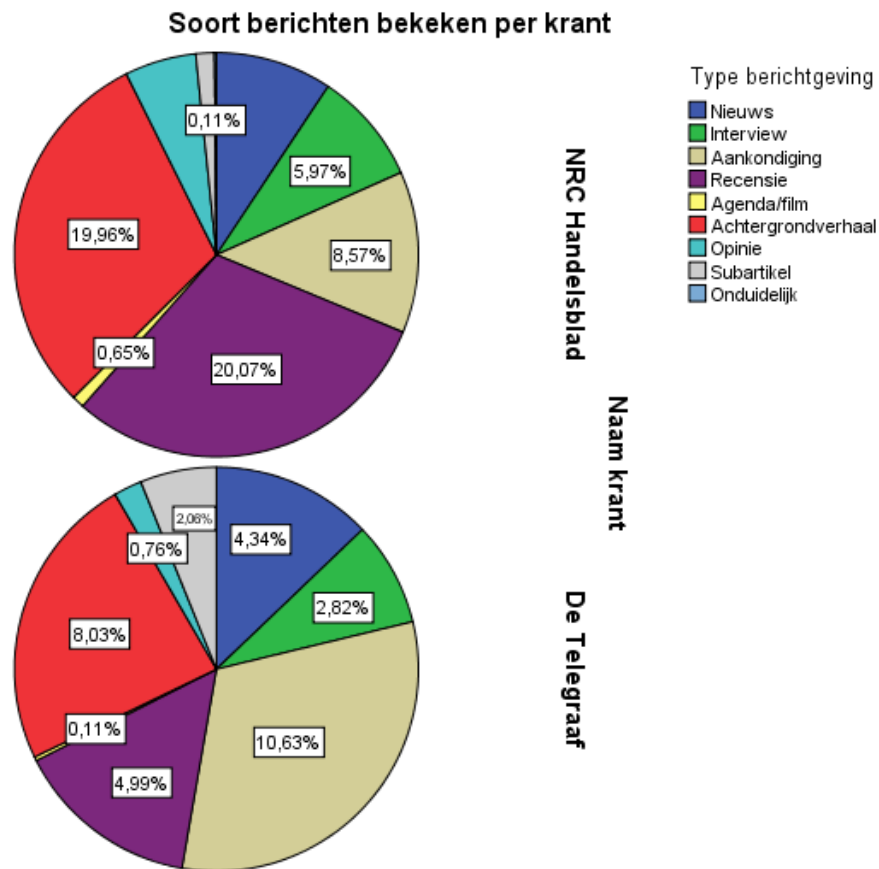
Ook het paginanummer kan iets zeggen over de plaats die hiphop inneemt. In figuur drie is hiernaar gekeken in beide kranten samen. Van de hoofdpagina tot aan pagina 66, op elke pagina is wel eens een bericht over hiphop geplaatst. Gemiddeld staan de berichten over hiphop op pagina 16 in de krant. Met een aantal van 107 staat de meeste berichtgeving op pagina 8 van de kranten.



Figuur 3: Paginanummer van de berichten in aantallen.

Soort berichten:

Er is ook een variabele aangemaakt die kijkt om wat voor soort berichtgeving het gaat. We onderscheiden hier nieuwsberichten, interviews, aankondigingen, recensies, aankondiging in agenda, achtergrondverhaal, opinie, subartikel en niet te bepalen. In figuur vier zien we de soortberichtgeving bekeken in percentages per krant. Ook hier zien we een verschil: het *NRC Handelsblad* schrijft vooral recensies en achtergrondverhalen. *De Telegraaf* voornamelijk aankondigingen en achtergrondverhalen.



Figuur 4: soort artikel bekeken per krant.

Inhoud:

We kijken nu naar de inhoud van de berichten. We zien in figuur vijf dat een overgrote meerderheid van de berichten over producten gaan. Dit betekent dat de berichten vooral een beschrijving zijn van een cultureel product. Dit kan elke discipline binnen de hiphop betreffen. Bijna negen procent gaat over de carrière van hiphop artiesten. Ten derde gaat acht procent van de berichten over institutionele zaken binnen de hiphop.

In figuur zes wordt het onderwerp waarover het bericht staat beschreven. Het kan hier om een product gaan, een artikel over een festival, over een award, een loopbaan, een discipline binnen de kunsten of over hiphop in het algemeen. Soms was deze variabele niet van toepassing of was het niet te bepalen. Ook hier zien we dat de meeste berichten over culturele producten van de hiphop gaan. Ook gaan berichten vaak over festivals waarbij hiphopartiesten optreden en/of genoemd worden. Wanneer de berichten bij zowel figuur vijf en figuur zes een product betreffen is in figuur zeven te zien om welk product het gaat. We zien hier dat maar liefst 30 procent van de berichten over een optreden van een hiphopartiest gaat. 15 procent van de berichten gaan over optredens van hiphop artiesten. Voor de rest zijn de producten redelijk verdeeld.

Inhoud van het bericht

	Frequentie	Percentage
Waarde Product	547	59,3
Zakelijk	14	1,5
Institutioneel	74	8,0
Juridisch	1	,1
Prijs	26	2,8
Mening	41	4,4
Carriere	81	8,8
Human interest	38	4,1
Wetenschappelijk	18	2,0
Controverse	5	,5
Mode/trends	30	3,3
Overige	22	2,4
Niet te bepalen	5	,5
niet van toepassing	20	2,2
Totaal	922	100,0

Figuur 5: Inhoud van het bericht.

Onderwerp van het bericht

		Frequentie	Percentage
waarde	Product	403	43,7
	Festival	171	18,5
	Award	27	2,9
	Loopbaan	113	12,3
	Discipline	51	5,5
	Algemeen	37	4,0
	Niet te bepalen	71	7,7
	niet van toepassing	49	5,3
	Totaal	922	100,0

Figuur 6: Onderwerp van het bericht.

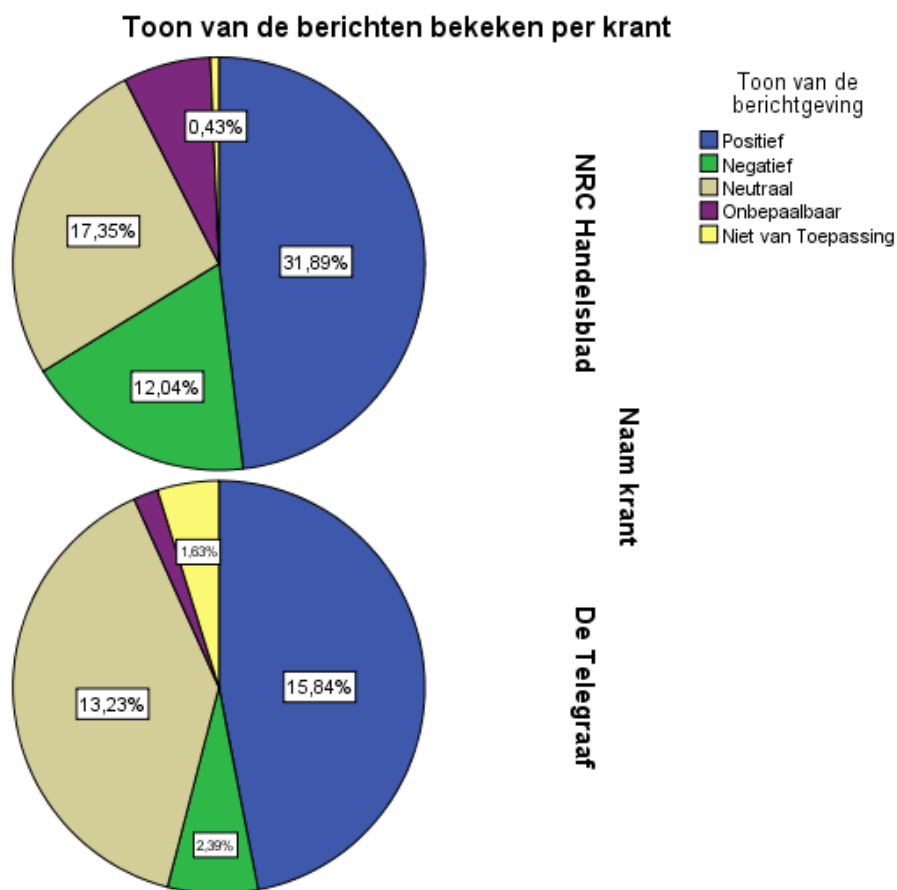
Soort product

		Frequentie	Percentage
Waarde	Performance	274	29,7
	CD	141	15,3
	Film	37	4,0
	Boek	29	3,1
	Theater	18	2,0
	Beeldende kunst	18	2,0
	Dans	27	2,9
	Televisie	42	4,6
	Toegepaste kunst	3	,3
	Niet te bepalen	16	1,7
	Niet van toepassing	311	33,7
	Game	5	,5
	Total	921	99,9
Missing	System	1	,1
Totaal		922	100,0

Figuur 7: Onderwerp product uitgesplitst naar soort.

Toon:

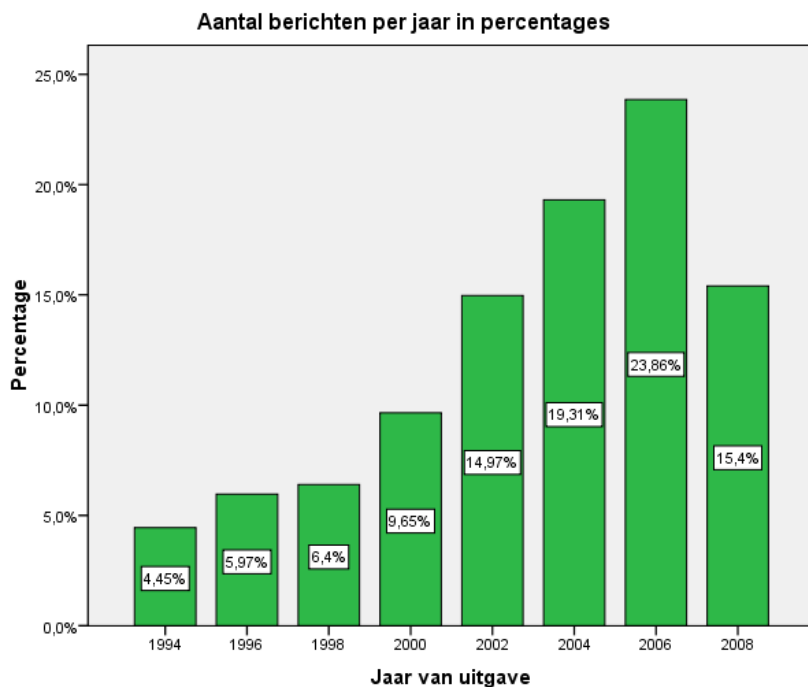
In figuur 8 is gekeken naar de toon van de berichtgeving vergeleken per krant. We zien dat het *NRC Handelsblad* meer verdeeld is over haar mening over hiphop. Met 32 procent positieve berichten zijn zij redelijk positief vooral in vergelijking met de bijna 16 procent positieve berichten van *De Telegraaf*. Echter het *NRC Handelsblad* schrijft ook negatiever over hiphop, 12 procent negatieve berichtgeving toch beduidend meer dan de tweeënhalf procent negatieve berichten van *De Telegraaf*.



Figuur 8: toon van de berichten per krant.

Tijd:

In figuur negen zien we het aantal berichten per jaar, beide kranten zijn hierin samengevoegd. Er is een duidelijke stijgende lijn te zien met een piek in 2006, waarna meteen een daling te zien is. Het gemiddelde van het aantal berichten ligt in het jaar 2003 en de mediaan ligt in 2004. Dit betekent dat er tussen 1994 en 2004 net zoveel berichten zijn verschenen als tussen 2004 en 2008.



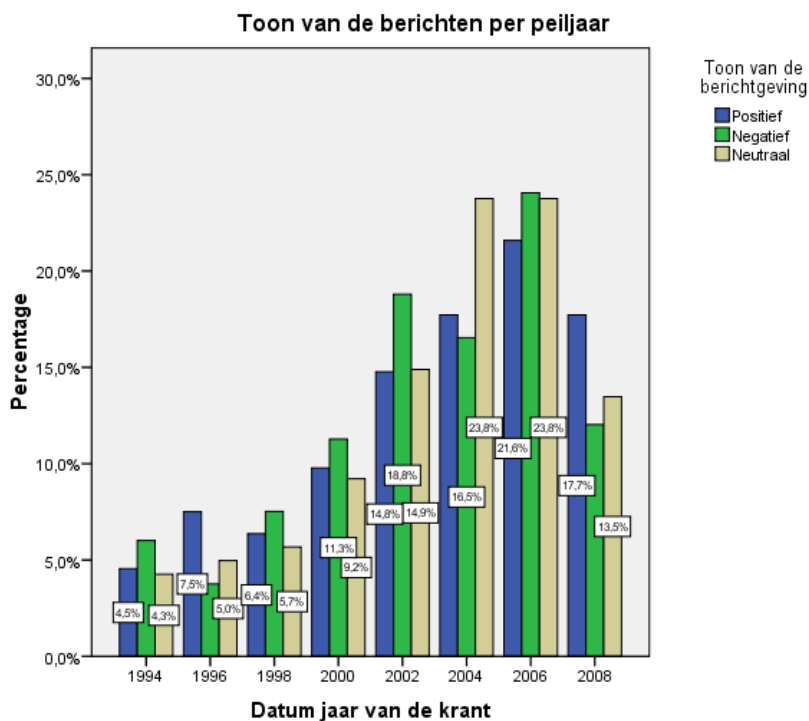
Figuur 9: Aantal berichten per jaar.

7.2 Toetsing hypothesen

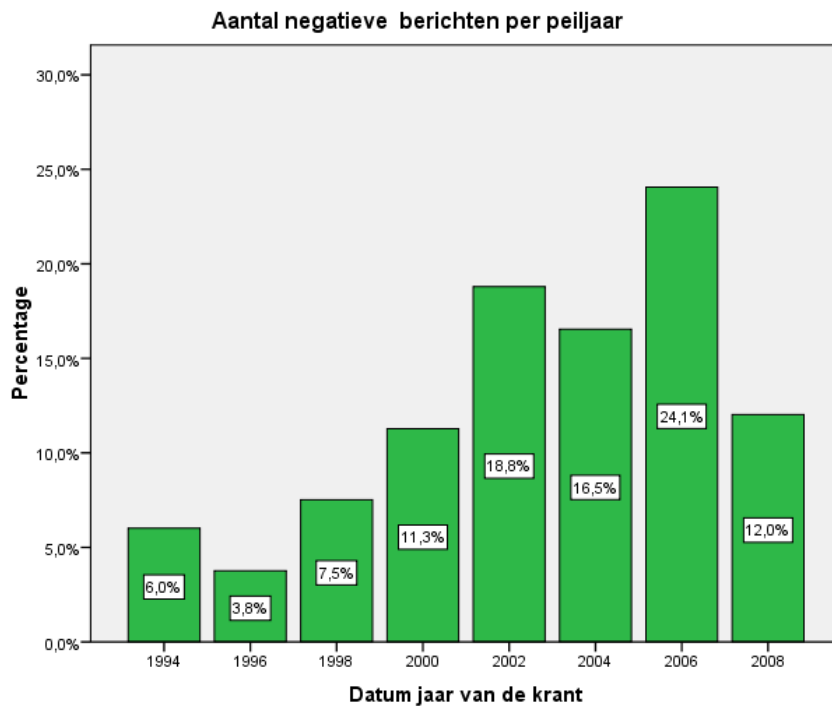
Nu er enig inzicht is gegeven in de gebruikte variabelen komen we aan bij het gedeelte waarin de opgestelde hypothesen getoetst zullen worden.

Hypothese 1: In het begin van de hiphop in Nederland is berichtgeving louter negatief.

Om deze hypothese te beantwoorden wordt er gekeken naar de variabele toon bericht. Deze bestaat uit de categorieën: positief, negatief, neutraal en onbepaalbaar. Ter beantwoording van de hypothese wordt onderstaande staafdiagram getoond in figuur tien. Hierin zien we duidelijk dat de berichtgeving in het begin niet negatiever is dan later in de tijd. Al vanaf de beginperiode wordt er meer positief dan negatief over hiphop bericht. Met de tijd stijgt de berichtgeving maar de toon van het bericht stijgt net zo goed mee. Dit zien we ook duidelijk terug in figuur elf. We zien hier een stijgende lijn in negatieve berichtgeving, echter deze loopt nagenoeg gelijk met de stijging in berichten. Er is dus geen verandering in de tijd wat betreft toon bericht te constateren. Dit betekent dat hiphop in het begin niet per se als beter of slechter werd gezien dan later in de tijd. Met deze analyse kan de hypothese verworpen worden.

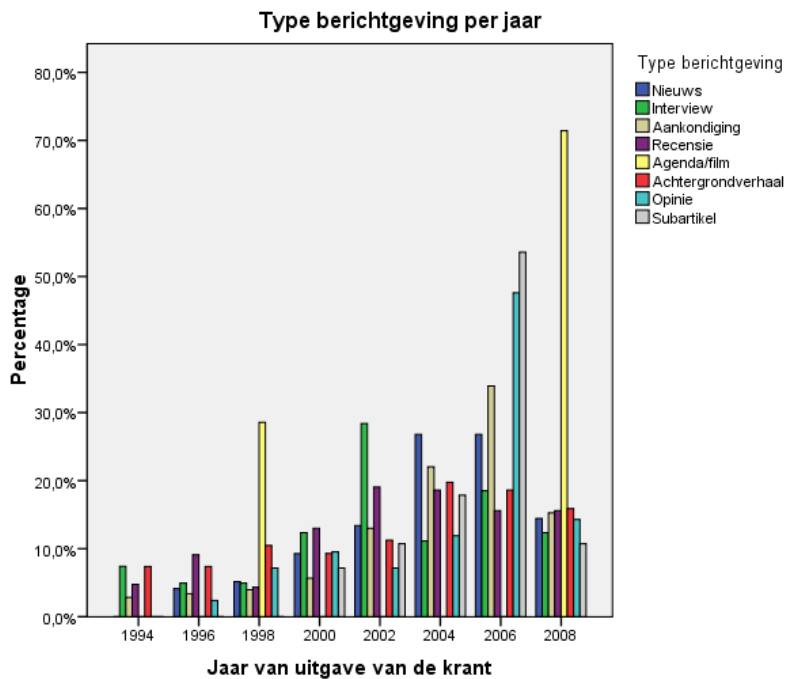


Figuur 10: Toon van de berichten per peiljaar.



Figuur 11: aantal negatieve berichten per jaar in percentages.

Hypothese 2: In het begin beslaat de berichtgeving vooral nieuwsberichten en geen achtergrondartikelen.



Figuur 12: Type berichten per jaar.

De hypothese blijkt niet te kloppen. In bovenstaande figuur twaalf kunnen we zien dat de stijging van nieuwsberichten en achtergrondverhalen nagenoeg gelijk op gaat. Er is geen sprake van dat er in het begin meer nieuwsberichten waren en minder achtergrondverhalen en later andersom. Er kan dus niet geconcludeerd worden dat er een controverse in de media heeft plaatsgevonden, zeker niet in het begin. Wanneer dit wel het geval was geweest waren er waarschijnlijk veel meer nieuwsberichten over hiphop geweest. Dit had namelijk laten zien dat de subcultuur aan maatschappelijke gebeurtenissen gekoppeld werd.

Hypothese 3: Nieuwsberichten over hiphop zullen eerder negatief dan positief zijn.

Type berichtgeving * Toon van de berichtgeving Crosstabulation

Count		Toon van de berichtgeving					Totaal
		Positief	Negatief	Neutraal	Onbepaalbaar	Niet van Toepassing	
Type berichtgeving	Nieuws	14	11	72	0	0	97
	Interview	50	2	27	2	0	81
	Aankondiging	83	6	83	5	0	177
	Recensie	139	66	16	10	0	231
	Agenda/film	1	0	6	0	0	7
	Achtergrondverhaal	143	22	70	23	0	258
	Opinie	9	25	0	7	1	42
	Subartikel	1	1	8	0	18	28
	Onduidelijk	0	0	0	1	0	1
Totaal		440	133	282	48	19	922

Figuur 13: Type bericht en toon bericht.

In figuur dertien kan men zien dat van alle 922 berichten 97 ervan nieuwsberichten beslaat. Op het oog zien we dat 14 berichten daarvan positief zijn, 11 negatieve en 72 berichten zijn neutraal. We kunnen dus concluderen dat nieuwsberichten eerder neutraal zijn dan negatief of positief. Bij recensies zien we logischerwijs een duidelijkere mening naar voren komen. Dit is niet vreemd aangezien een recensie een mening weergeeft over een cultureel product. Dit betekent dat de hypothese verworpen kan worden. Nieuwsberichten over hiphop zijn eerder neutraal dan dat zij positief of negatief zijn

Hypothese 4: Naarmate de tijd verstrijkt wordt er meer over hiphop bericht.

Cijfers hierover worden gehaald uit figuur vijf, gepresenteerd in de vorige paragraaf. Het klopt dat naarmate de tijd verstrijkt er meer over hiphop geschreven wordt. Echter wat ik niet verwacht had is dat de berichtgeving ook al weer aan het afnemen is. We zien in 2006 een echte piek bij het NRC, bij *De Telegraaf* is deze al rond 2004. In 2008 is de berichtgeving over hiphop alweer afgenomen.

Hypothese 5: Een meer rechtse krant heeft meer negatieve berichtgeving dan een meer intellectuele krant.

Om eerst te kijken of er inderdaad een verband is tussen het soort krant en de toon van de berichtgeving is een Chi-kwadraat test uitgevoerd. Deze komt uit op 0 dus dit betekent dat er wel een verband is tussen het soort krant en de soort berichtgeving. Onderstaande tabel toont of het daadwerkelijk ook zo is dat een meer rechtse krant, *De Telegraaf*, meer negatieve berichtgeving heeft. Dit blijkt echter niet het geval, *De Telegraaf* blijkt percentueel gezien zelfs minder negatieve berichtgeving te hebben over hiphop dan het *NRC Handelsblad*.

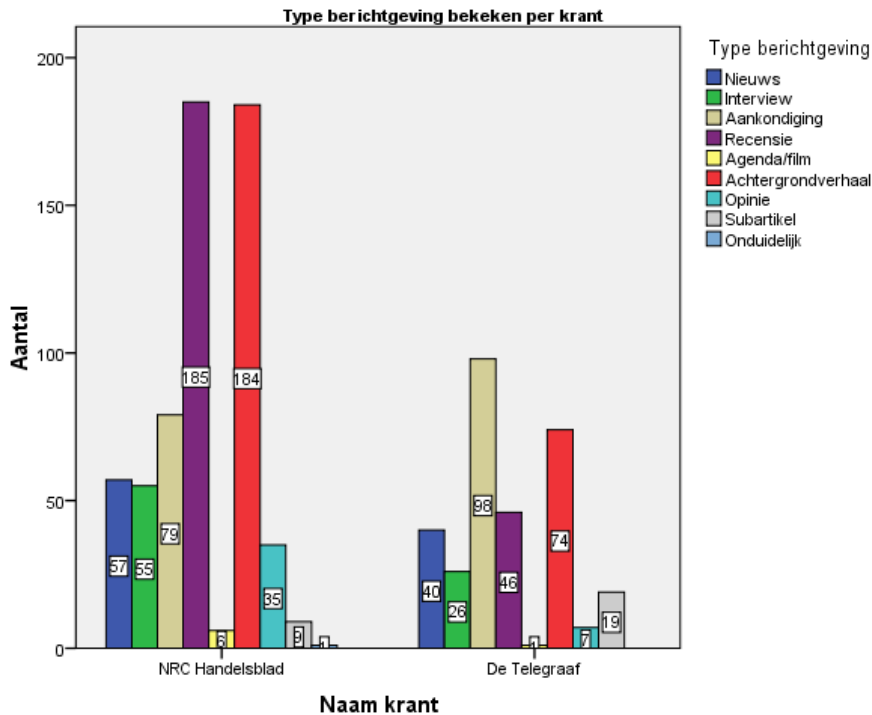
Toon van de berichtgeving bekeken per krant

Count		Naam krant		Total
		NRC Handelsblad	De Telegraaf	
Toon van de berichtgeving	Positief	294	146	440
	Negatief	111	22	133
	Neutraal	160	122	282
	Onbepaalbaar	42	6	48
	Niet van Toepassing	4	15	19
Totaal		611	311	922

Figuur 14: Toon van de berichtgeving bekeken per krant.

Hypothese 6: Een meer intellectuele krant bevat meer achtergrondartikelen over hiphop.

In figuur vijftien zien we dat het *NRC Handelsblad* 184 achtergrondverhalen heeft en *De Telegraaf* 74 achtergrondverhalen. Hieruit zou men kunnen concluderen dat *NRC* hiphop serieuzer neemt dan dat *De Telegraaf* dat doet. Echter dit verschil zou ook kunnen liggen aan het feit dat *De Telegraaf* wellicht minder achtergrondartikelen heeft. We zien ook een zeer groot verschil in aantal recensies, 185 recensies voor de *NRC* en 46 voor *De Telegraaf*.



Figuur 15: Type berichtgeving per krant.

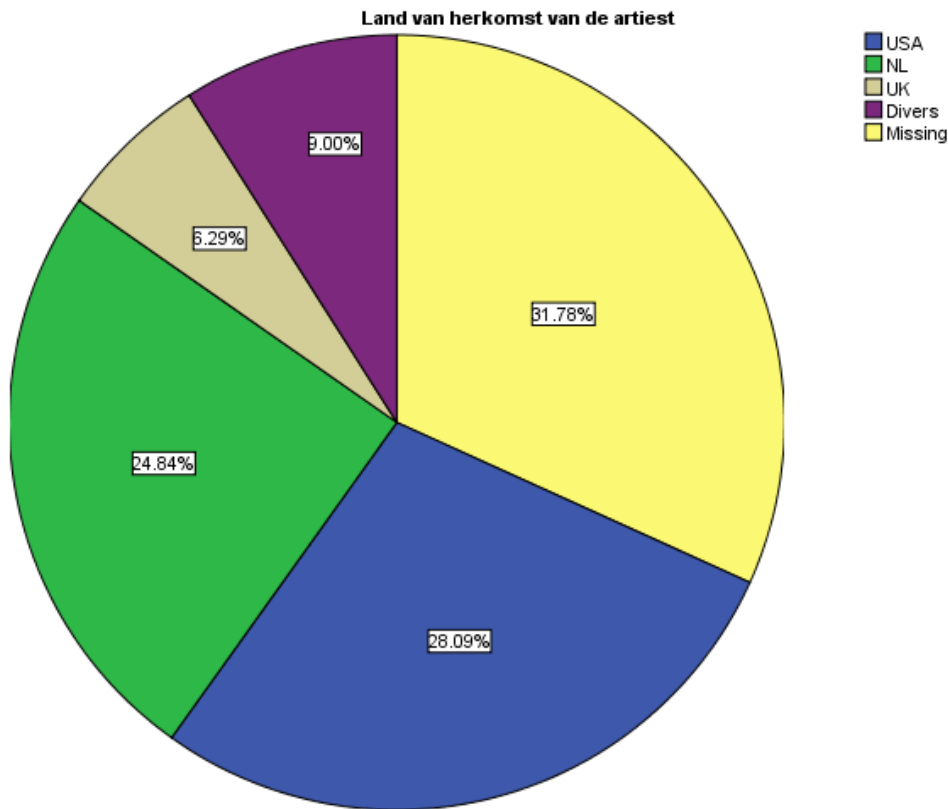
Aantal berichten per krant

		Frequentie	Percentage
Waarde	NRC Handelsblad	611	66.3
	De Telegraaf	311	33.7
	Totaal	922	100.0

Tabel 1: aantal berichten per krant.

Uit bovenstaande tabel blijkt dat van in totaal 922 berichten gevonden in beide kranten 66,3 procent in het *NRC Handelsblad* stond en 33,7 procent in *De Telegraaf*. Na berekening van de percentages waarbij gebruik is gemaakt van de percentages uit figuur vijftien is te berekenen hoeveel procent achtergrondartikelen er zijn geschreven. Dit betekent dat 30 procent van de berichtgeving in het *NRC Handelsblad* achtergrondartikelen betreft. Voor *De Telegraaf* betekent dit dat 24 procent van de berichtgeving achtergrondartikelen zijn. *De Telegraaf* richt zich vooral op aankondigingen en achtergrondverhalen. Het *NRC Handelsblad* vooral op achtergrondverhalen en recensies. De hypothese klopt dus, een meer intellectuele krant bevat meer achtergrondartikelen over hiphop.

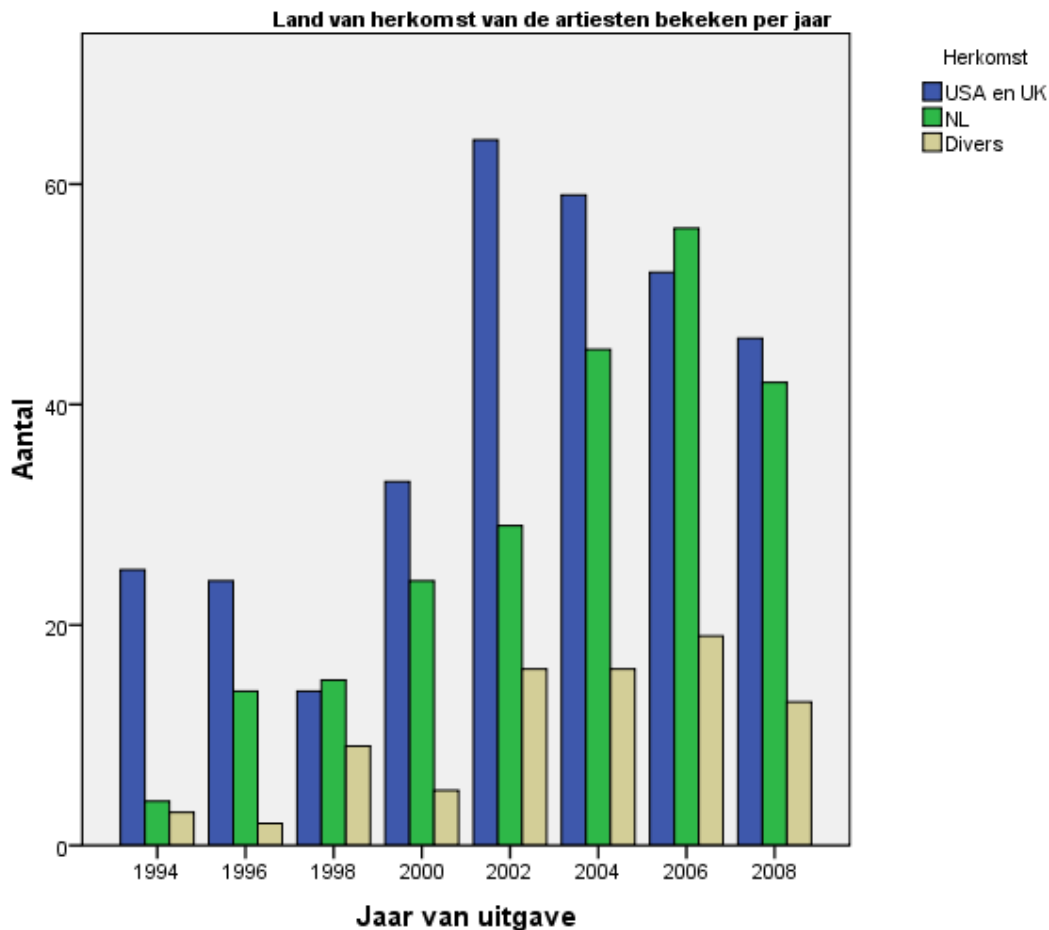
Hypothese 7: Omdat hiphop een Amerikaans fenomeen is zal de berichtgeving merendeel gaan over Amerikaanse artiesten.



Figuur 16: Land van herkomst van de artiest.

In bovenstaand cirkeldiagram zien we dat van alle berichten over hiphop artiesten inderdaad nagenoeg drie procent meer van deze berichten Amerikaanse artiesten in plaats van Nederlandse artiesten als onderwerp heeft. Negen procent van de berichten die over artiesten gaan, gaan over artiesten uit diverse landen als Japan, Zuid-Afrika, Argentinië etc. Een kleine zeven procent betreft artiesten uit de United Kingdom en 33 procent van de berichten heeft of geen artiest als onderwerp of is het land van herkomst niet te bepalen. Hiermee is aangetoond dat de hypothese klopt hetzij met een kleine meerderheid.

Hypothese 8: In het begin van de berichtgeving gaan de artikelen meer over Amerikaanse en Engelse artiesten dan over Nederlandse artiesten.

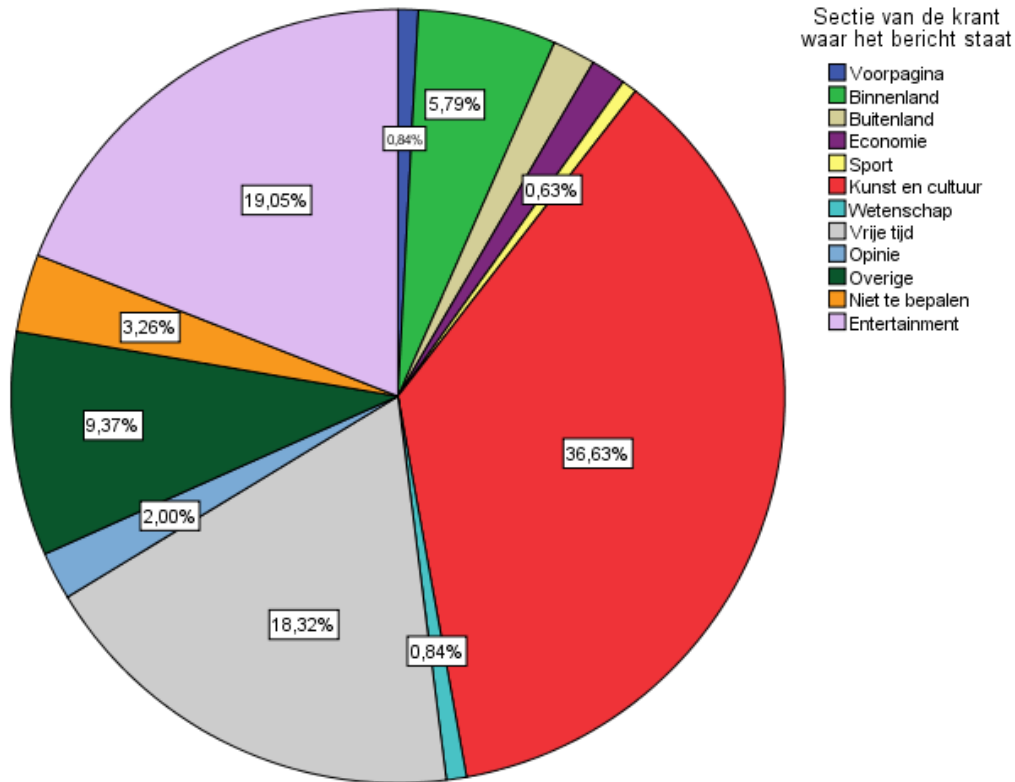


Figuur 17: land van herkomst artiesten, bekeken per jaar

Als we naar figuur zeventien kijken lijkt de hypothese te kloppen. De beginjaren 1994 en 1996 laten inderdaad zien dat berichtgeving over artiesten vooral over Amerikaanse en Engelse artiesten gaat. De eindjaren 2006 en 2008 laten overduidelijk zien dat berichtgeving over artiesten meer Nederlandse artiesten tot onderwerp heeft. Er is wel iets vreemds te zien, de verandering lijkt niet constant te zijn. Al in 1998 is er meer berichtgeving over Nederlandse artiesten dan over Engelse en Amerikaanse artiesten. Dit blijkt eerder uitzondering op de regel want na berekeningen blijkt er wel degelijk een significant verband aangetoond te kunnen worden. Dit betekent dat de tijd en land van herkomst van de artiest welke in het bericht genoemd wordt samenhangen. Zijn er veranderingen in tijd, dan kan er ook een verandering in land van herkomst verwacht worden. De hypothese blijkt hiermee te kloppen. Zowel de tijd is van invloed op de berichtgeving van Nederlandse artiesten maar ook de berichtgeving over Amerika en Engeland is van invloed. Wanneer deze stijgt, stijgt de berichtgeving over Nederland ook.

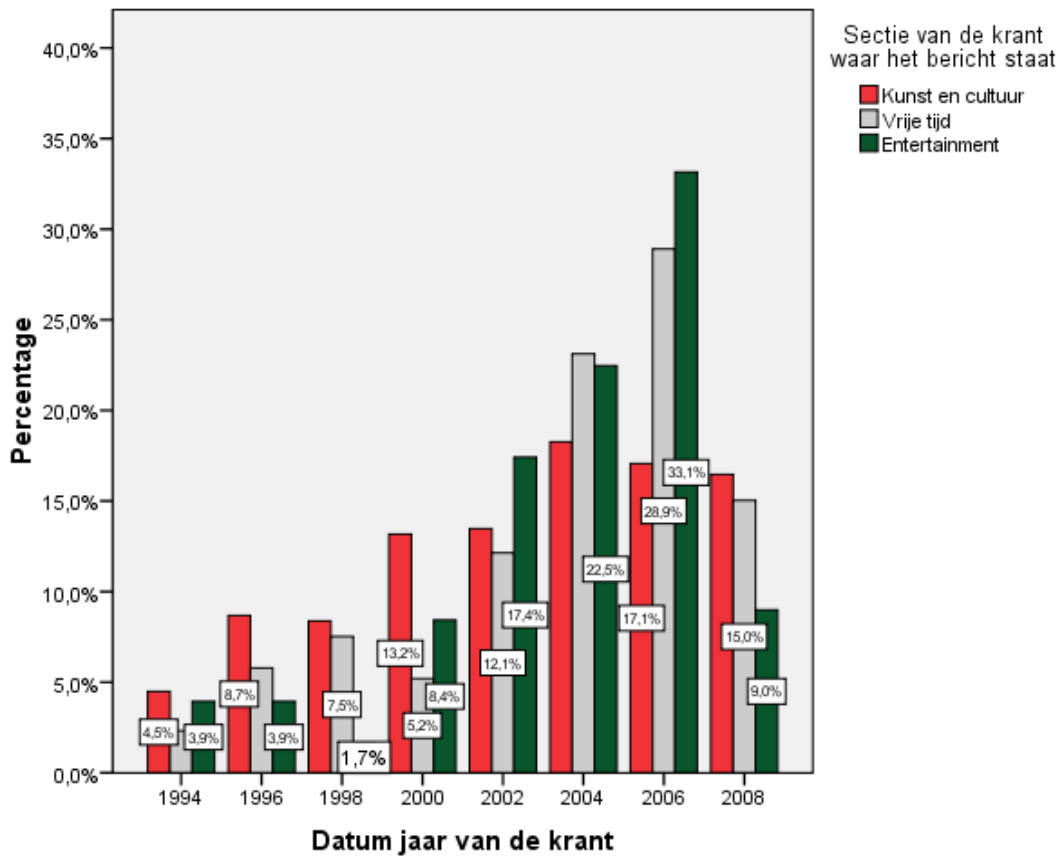
Hypothese 9: In een korte periode zal hiphop worden geaccepteerd als muzieksoort bij beide kranten.

Hiervoor kijken we eerst bij welke sectie in de kranten het bericht staat, hierbij wordt geen onderscheid gemaakt tussen de kranten. We zien in figuur achttien dat de meeste berichtgeving voorkomt op de kunst- en cultuur pagina. Daarna volgt entertainment en daarna vrije tijd. Hiphop wordt dus het meest gezien als kunstproduct, daarna als popmuziek. Uitgaanstips vallen onder vrije tijd. Ook hieruit blijkt dus dat hiphop als cultureel product wordt gezien.



Figuur 18: sectie in de krant waar het artikel staat.

Sectie waar het bericht staat bekeken per peiljaar.



Figuur 19: Sectie van de krant per peiljaar.

In figuur negentien zien we het aantal berichten in percentages per sectie. Om de snelle acceptatie te bekijken is in deze tabel alleen gekeken naar de secties kunst en cultuur, vrije tijd en entertainment. Hierin zien we duidelijk dat in de beginjaren hiphop meteen als kunstproduct werd gezien. Berichten over hiphop kwamen vooral voor op de kunstpagina's. Naarmate de jaren verstrijken wordt hiphop meer en meer in de vrije tijd pagina's beschreven. Dit betekent dat er tot aan 2006 een stijgende lijn is geweest in het aantal culturele activiteiten die rondom hiphop georganiseerd werden. Naarmate hiphop populairder werd, werd ook de vraag naar informatie rondom hiphopartiesten groter. Dit wordt duidelijk uit de stijgende lijn in berichtgeving in de entertainment pagina's van de kranten. Vanaf 2002 zien we zelfs dat berichtgeving vooral op de vrije tijd pagina voorkomt. Vanaf dit jaar is hiphop behoorlijk ingeburgerd aangezien het bezoeken van activiteiten rondom hiphop belangrijker is geworden dan het lezen hierover. Wellicht is ook dit het keerpunt wanneer hiphop commerciëler/meer geaccepteerd is geworden. In een tijdsbestek van acht jaar is hiphop zo uitgegroeid van een subcultureel product naar een commercieel product en kunst product.

Hoofdstuk 8: Conclusie

Hiphop is niet alleen een muziekstroming maar voor velen ook een levensstijl. Een levensstijl die niet altijd door iedereen begrepen wordt/werd. Ontstaan in de getto's van New York nu een wereldwijd bekende muziekstroming. Als levensstijl is hiphop vooral populair bij jongeren die laag op de sociale ladder staan. Als muziekstroming is hiphop populair bij velen, van hoog tot laag. In het begin van de hiphop in de jaren zeventig werd de cultuur door velen als een tegencultuur gezien. Men is onbekend met de cultuur en deze wordt dan al snel als gevaarlijk gezien en dus niet geaccepteerd, na verloop van tijd zijn mensen het beter gaan begrijpen en is hiphop wel geaccepteerd. Hiphop is veranderd van tegencultuur naar populair commercieel product en geaccepteerde kunstvorm. Hoe is deze ontwikkeling verlopen? Is in Nederland hetzelfde gebeurd? Dit onderzoek heeft geprobeerd hierop een antwoord te zoeken door middel van inhoudsanalyse van twee Nederlandse kranten. De probleemstelling zoals gegeven in de inleiding vormde de basis voor dit onderzoek. Kunnen we nu antwoord geven op deze probleemstelling?

Het theoretisch kader heeft vanuit drie perspectieven naar hiphop gekeken. Er is begonnen met het kijken naar hiphop vanuit een breed perspectief. Hierbij werd hiphop benaderd als elke andere culturele uiting welke allemaal een legitimatieproces doorlopen. Het hoe en waarom van dit proces is getoond aan de hand van theorieën van Bourdieu, Dimaggio en Janssen. Het tweede hoofdstuk bekeek hiphop vooral als levensstijl vanuit subcultureel perspectief, hiphop leek hiermee op een tegencultuur waardoor het logisch was dat deze veel weerstand opriep. Een laatste theorie leek hiphop meer als muziekstroming te benaderen echter deze theorie bleek beide aspecten, het legitimatieproces en subcultuurperspectief, in zich te hebben. Alle hoofdstukken lieten zien dat de media een zeer grote rol in het proces van legitimatie heeft. Het is daarmee niet alleen een vertolker van de heersende sociologische processen in de maatschappij maar heeft ook invloed op deze processen. Hoe dit proces in Nederland is verlopen is geprobeerd uit te zoeken in hoofdstuk zeven.

Met beantwoording van de hypothesen konden we alleen al door te kijken naar aantallen duidelijk het genretraject zien. In het begin was er weinig berichtgeving, deze werd al meer, om vanaf 2006 weer af te nemen. Ook de sectie in de krant waarin het bericht geplaatst werd bleek aan verandering onderhevig. Door de jaren heen verscheen hiphop al meer op de kunstpagina's van de kranten. Ook de ontwikkeling van de Nederlandse hiphop was te zien, in het begin richtte men zich voornamelijk op vooral Amerikaanse artiesten, Nederlandse artiesten kregen naarmate de tijd verstreek meer en meer aandacht. Wat niet gevonden werd waren rellen en controverses. Dit betekent dat er geen 'morele paniek' rondom dit genre is ontstaan. Zoals men zou verwachten vanuit subculturele theorieën. Hieruit kan men concluderen dat hiphop in Nederland niet als een tegencultuur beschouwd kan worden.

Wanneer we kijken naar verschil in kranten bleek *De Telegraaf* al snel roddel en achterklap over de artiesten te rapporten in plaatst van te schrijven over de

achtergrond van de muziek. Het lijkt erop dat een meer intellectuele krant meer moeite doet om hiphop te benaderen als een sociale beweging en daardoor meer geneigd is te kijken naar het hoe en waarom van het negatieve aspect in de cultuur. Een meer commerciële krant brengt dit negatieve aspect meer als sensatie. Zo konden we dus niet alleen het legitimatieproces terug zien maar ook dat de media een zeer groot aandeel in dit proces heeft aangezien verschillende dagbladen er verschillende frames op na houden. Bij de *NRC* werd hiphop als cultuur bij zijn komst in Nederland in achtergrondartikelen uitgelegd en nader verklaard. Bij *De Telegraaf* was hiphop er gewoon ineens en bleek niet de muziek en zijn achtergrond maar de artiesten en hun problemen het meest interessant.

Het maakt in dit kader dus veel uit wie hiphop benaderd en vanuit welke hoek. Dit zien we niet alleen terug in de media maar ook in verschillende theorieën. Studies over subculturen leren ons over de moeilijke relatie tussen subculturen en de mainstream cultuur. Een subcultuur wil zich afzetten tegen de heersende orde. Vooral oudere theorieën over subculturen gaan uit van hegemonie van de mainstream cultuur. Zij zien subculturen als een los onderdeel van de maatschappij welke tegen de gevestigde orde vechten. Hiphop als muziekstroming met zijn harde, grove teksten en controversiële, schokkende videoclips lijken inderdaad op gevechtsattributen tegen de mainstream cultuur. Hiphop lijkt een strijd van de mensen in de getto's om ze een eigen stem te geven. Antwoord waarom dit geluid dan vaak zo negatief is, kan gevonden worden in de oudere subcultuur theorieën welke subculturen meer als tegenculturen benaderen. Hiphop is een afzetten tegen en tegelijkertijd gevecht om een plek in de maatschappij. Dit lijkt erg logisch als dit gevecht vertaald wordt naar de theorie van Bourdieu die schrijft over continue strijd om het kapitaal.

Echter, volgens nieuwe theorieën over subculturen als die van Bennet en Gottdiener kan een subcultuur niet los gezien worden van de heersende cultuur. Zij leren ons dat een subcultuur, positief of negatief, niet los staan van de maatschappij maar er juist middenin staan. Hiermee lijkt de hiphop cultuur al minder op een gevecht. Positief of negatief, hiphop doorloopt net als ieder ander cultureel product het legitimatieproces. Door gebruik van discoursen, ideologieën en frames zal elke culturele uiting een plek proberen te zoeken in de maatschappij. Subculturele studies leren ons dat zij dit vooral doen door het afzetten tegen de maatschappij. Dit is ook te zien in het model van Lena en Peterson wanneer hiphop zich in de fase van 'Scene-Based' bevindt. Ook bij Gottdiener zien we dat subculturen in de eerste fase expres bestaande producten uit de maatschappij anders gebruiken, ze veranderen de gebruikswaarde en geven producten hiermee een gevoelswaarde mee. Dit is erg belangrijk voor de stijl binnen een subcultuur. Het afzetten tegen en provoceren door een subcultuur kan zo gezien worden als een wezenlijk onderdeel van onze maatschappij.

Wanneer we kijken naar het legitimatieproces van hiphop blijkt dat hiphop wel degelijk legitimatie krijgt uit de maatschappij. Hiphop benaderd als muziekvorm zoals in het model van Lena en Peterson kan inderdaad rekenen op legitimatie. Maar staat

legitimatie ook gelijk aan acceptatie? Als we kijken naar het onderzoek van Peterson over jazz kunnen we een link maken naar hiphop. Ook jazz was muziek van het onderdrukte volk en wordt nu geschaard onder de hoge kunsten. De muziek is hiermee niet alleen gelegitimeerd maar ook geaccepteerd. Het muziekgenre jazz heeft het hele genretraject doorlopen, van Avant-Garde, Scene-Based, in mindere mate Industry Based en nu dus duidelijk Traditionalist. Hiphop lijkt meer moeite te hebben met acceptatie, het is waarschijnlijk ook een meer negatieve cultuur dan bijvoorbeeld jazz.

Hiphop in Nederland lijkt beland te zijn in de Traditionalist fase. Graffiti hangt in musea, dansbewegingen uit de hiphop komen voor in balletvoorstellingen en de muzikscene wordt door de overheid zwaar gesubsidieerd. Echter de muziek wordt wel veelal ingezet als tool op jongeren te bereiken, en dan vooral kansarme jongeren. Wordt de muziek dan wel geaccepteerd? Is het dan niet wat Blair in zijn boek stelt en wat Hebdige beweert dat er niets anders over is gebleven van hiphop dan een 'bleached Pepsi culture' waarbij de betekenis van hiphop is afgehaald en eenvoudiger gemaakt ten behoeve van de commercie en hier in Nederland ook de overheid? Rose, Binder en ook Gottdiener laten zien dat echter niet alle tekens door iedereen worden begrepen. Vanuit het onderzoek van Rose blijkt dat blanke Amerikanen hiphop anders interpreteren dan African-Americans. Meer Nederlands; hiphopliefhebbers vanuit lagere sociale milieus zullen de tekens en/of stijl van hiphop anders interpreteren dan hiphopliefhebbers uit de hogere sociale milieus. Voor de eerste is hiphop niet alleen een muziekstijl, voor hen is hiphop ook een levensstijl.

Op de vraag of hiphop nou daadwerkelijk wel of niet geaccepteerd wordt als muziekvorm zal naast een inhoudsanalyse een discoursanalyse gehouden moeten worden. Alleen zo zal duidelijk kunnen worden of de legitimatie gelijk staat aan acceptatie en of hiphop zich daadwerkelijk bevindt in de Traditionalist fase. In het tijdsbestek van dit onderzoek is dat niet meer mogelijk. In dit onderzoek wordt deze discoursanalyse hierbij een suggestie voor vervolgonderzoek. Met dit onderzoek is wel getracht het proces wat hiphop in Nederland doorlopen heeft bloot te leggen. Het heeft inzicht gegeven in deze hiphop cultuur en laten zien dat hiphop net als elke andere culturele uiting benaderd kan worden. Waar hiphop vaak gezien werd als tegencultuur of gevaar voor de samenleving zien we dat dit onderdeel van onze samenleving is. Of hiphop uiteindelijk als hoge kunst beschouwd gaat worden en wel of niet volledig geaccepteerd wordt dat kunnen we niet beantwoorden. Vanuit dit onderzoek is wel gebleken dat de rol van de media op dit proces wel erg groot is. Daarnaast is het duidelijk dat hiphop in Nederland al snel een wezenlijk onderdeel vormt van onze samenleving.

Literatuurlijst

Alexander, V.D. 2003. *Sociology of the Arts, Exploring fine and popular forms*. Malden: Blackwell Publications.

Baumann, S. 2001. Intellectualization and Art World Development: Film in the United States. *American Sociological Review* 66 (3), 404-426.

Baumann, S. 2007. A general theory of artistic legitimation: How art worlds are like social movements. *Poetics* 35, 47-65.

Bennet, A. 1999. Subcultures or Neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology* 33 (3), 599-617.

Bennet, A. & Kahn-Harris, K. 2004. *After Subculture, Critical Study in Contemporary Youth Culture*. New York: Palgrave Macmillan.

Binder, A. 1993. Constructing Racial Rhetoric: Media Depictions of Harm in Heavy Metal and Rap Music. *American Sociological Review* 58 (6), 753-767.

Bourdieu, P. 1993. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press.

Croteau, D. & Hoynes, W. 2003. *Media Society, Industries, Images and Audiences*. Third Edition, California VS: Sage Publications.

Forman, M. et al (red.) 2004. *That's the Joint! The Hip-hop Studies Reader*. New York: Routledge.

Goossen, A. 1995. *Rebels Without a Pause, een onderzoek naar de hiphop-cultuur in de Verenigde Staten en Nederland*. Masterthesis. Erasmus Universiteit Rotterdam.

Hart, O.C. 2009. *Hiphopstad Rotterdam, visie op de scene*. Rotterdam: Uitgeverij Scriptum.

Hebdige, D. 1979. *Subculture, the Meaning of Style*. New York: Routledge.

Heilbron, J. & Wilterdink N. 1995. *Mondialisering. De wording van de wereldsamenleving*. Groningen: Wolters-Noordhoff.

Jansen, S. 2005. Het soortgelijk gewicht van kunst in een open samenleving, De classificatie van cultuuruitingen in Nederland en andere Westerse landen na 1950. *Sociologie* 1, (3), 292-315.

Keunen, G. 2003. *Pop! Een halve eeuw beweging*. Tilburg: Fontys Rockacademie, Lannoo.

Leeuw, K. de et al (red.) 2000. *Jong! Jongerencultuur en stijl in Nederland 1950-2000*. Zwolle: Waanders Uitgevers.

Lena J.C. & Peterson R.A. 2008. Classification as Culture: Types and Trajectories of Music Genres. *American Sociological Review* 73, 697-718.

Jansen, S. 2004. *Codebook Cultural Classification Systems in Transitions*. onbekend

Peterson, R.A. 1972. A Process Model of the Folk, Pop and Fine Art Phases of Jazz, in Nanry, C. *American Music: From Storyville to Woodstock*. New York: Transaction Books.

Rees. Van C.J.1983. How a literary work becomes a masterpiece: on the threefold selection practiced by literary criticism. *Poetics* 12, 397-417.

Suchmann M.C. 1995. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review* 20, 571 - 610.

Toop, D, 1991. *The Rap Attack 2, African Rap to Global Hip-hop, revised edition*. London/New York: Serpent's Tail (3e herz. druk, 1e oorspr. Uitgave 1983).

Vries, de H. 2007. *Literaire en populaire jeugdboeken in de Nederlandse media*. Masterthesis. Erasmus Universiteit Rotterdam

Wermuth, M. 2002. *No Sell Out, de popularisering van een subcultuur*. Amsterdam: Aksant.

Wester, F.(red). 2006. *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk*. Nijmegen: Kluwer

Websites:

Popinstituut, Pop Encyclopedie. 2009. Over genre hiphop. <http://www.popinstituut.nl/Encyclopedia/Genre.aspx?id=97>, Geraadpleegd op 5 april 2009.

Appendix

A: Songtekst van kutmarokkanen

“Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

We hebben ze niks gedaan maar alsnog willen ze ons haten

Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

Tijd dat dit veranderd heb je dat niet in de gaten.

Dit is het enige wat ik heb, stop mijn hart er in. Dus ik meen het als ik rap en dat is dat ding

waardoor ik win als Abdel Krim in 1921, overgave is voor de zwakkeling. Ook al is het jaren geleden de geschiedenis herhaald zich is al een paar keer gebleken. Veel van jullie mensen hier zo waren tevreden totdat je de Raymzter zag feesten met Marokkanen in Ede. Maar je was weer te voorbarig geweest, we vierden feest omdat ik toen pas jarig was geweest. Het is nu tijd om wat aandacht te besteden aan actuele problemen mathematisch beschreven. Over wat er onder Marokkanen hier leeft. Onterecht worden we gehaat en gevreesd. De krant speelt er op in en met name tv maar dat jij er aan mee deed verbaast me nog steeds.

Ik ben aardig op dreef en als ik eenmaal begin ouwe moet niemand me stoppen want ik kan me niet meer inhouden. Dit klinkt misschien eenvoudig maar ze kijken me aan alsof ik vloog in de Twin Towers. We kwamen hier als gastarbeiders On the download wat goede hash verspreiden. Ik weet nog hoe ze me noemden vroeger, ik was wat kleiner: kutmarokkaan, dat is wat ze zeiden

Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

We hebben ze niks gedaan maar alsnog willen ze ons haten

Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

Tijd dat dit veranderd heb je dat niet in de gaten.

Lijkt erop dat we weer verder kunnen, dj Mass laat de track verder drummen. Grondleggers van de wis- en sterrenkunde, wie zegt dat Marokkanen niet werken kunnen. Vooroordelen, je hoort ze velen. Ik wil er wat van zeggen door met woorden te spelen. Raymzter is een poet die behoorlijk kan spreken. Net als Mohammed de profeet, dit behoor je te weten. Je hoorde me zeker, Ik ben door aan het breken. Niet dat ik verwacht dat je weet wie ik ben. Shit ik ben een mens God weet wie ik ben. En ik ben net zo Marokkaans als dat ik Nederlands ben. Ook al eet ik bloemkool je weet we doen zo.

Sellen je wat hash maar het is eigenlijk schoenzool. Doe die dingen totdat ik wat poen zie. Woorden vallen zwaarder dan die van El Moumni. Jullie halen alleen maar de negatieve zinnen eruit bang als ik een keer op wat diepere dingen stuit. Want dan blijkt het beeld van de stereotype niet juist en zie je het liefst dat ik verhuis. En dat is tragisch ook al spreek ik geen Arabisch, het ritme doet het werk voor me shit is magisch. En je hoort het werkt goed zelfs de ster die je bent op dit culturele erfgoed.

Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

We hebben ze niks gedaan maar alsnog willen ze ons haten

Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

Tijd dat dit veranderd heb je dat niet in de gaten.

Shit als dat kan mijn dag bederven als ik langs een vrouw loop en ik zie haar der tas verbergen. Maar mijn vader had het vast nog erger, hij was een Berber, een gast uit de bergen. Maar ik ben hier geboren dat kan je vast aan me horen. Je kijkt me vies aan van achter en eerlijk van voren. Mijn eerlijke woorden doen zeer aan je oren. Met zo'n mentaliteit gaat de wereld verloren. Dus zal ik doorgaan of zal ik kappen ermee. Ik bedoel met elke boot komen er wel een paar ratten mee. Wil je wat kennis neem dat dan maar mee. Best wel dapper van Ray want ik zag echt geen een persoon proberen Marokkanen wat beter te profileren. Liever zie je ze ons arresteren. Dus ik kwam om jullie dames en heren te leren niet iedereen over één kam te scheren.

Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

We hebben ze niks gedaan maar alsnog willen ze ons haten

Ze willen ons wat maken als ze over ons praten.

Tijd dat dit veranderd heb je dat niet in de gaten.

Ha.. jullie hebben het in de gaten

dus hou op met die onzin praten.....”

(Songteksten.nl, 2009)

B: Ontstaansgeschiedenis

Hiphop is geen muziekstroming maar een levenswijze. Het is een straatcultuur waarbij rap de taal van de straat is (Popinstituut, 2009). De subcultuur omvat een hele (jongeren) cultuur die verschillende disciplines kent. We onderscheiden het deejayen, de graffiti, de breakdancing, en de rap. Hiphop is ontstaan rond de jaren zeventig in de getto's van New York. Voor de jongeren was (en is) hiphop een middel om ondanks hun harde bestaan het leven zin te geven. Hiphop wortelt in de traditie van funk, soul, gospel en reggae (Popinstituut, 2009). De muziek wortelt muzikaal en sociaal in traditie van de funk. De manier waarop de muziek gemaakt wordt ligt meer

in de traditie van reggae (Keunen, 2003). Deze genres werden echter op een dusdanige manier samengevoegd en gewijzigd dat er een compleet nieuw genre ontstond: hiphop. Zoals Keunen (2003) het verwoordt: “hiphop veroorzaakte een muzikale revolutie en groeide uit tot een invloedrijk muziekgenre dat zijn stempel drukt op het internationale popgebeuren” (Keunen, 2003 p: 267).

De van oorsprong Jamaicaanse diskjockey Clive Campbell wordt gezien als grondlegger van de hiphop (Keunen, 2003). In Jamaica leerde hij werken met soundsystems. Soundsystems zijn volgens Keunen (2003) mobiele discobars met zware luidsprekers die van de ene plek naar de andere rijden. Platen waren niet voor iedereen te betalen en ook concerten organiseren en bezoeken waren een dure aangelegenheid. Deze soundsystems waren een goedkope manier om toch met zijn allen naar muziek te luisteren. Al snel werden de plekken waar de soundsystems kwamen dé ontmoetingsplaatsen voor jongeren uit de getto's van Kingston. De rivaliteit tussen de soundsystems onderling was zeer groot. Collectieven als Duke Reid's Trojan, Voice of the people en King Edward's The Giant vochten om het publiek. Ten eerste natuurlijk met het draaien van de beste platen maar ook door de beste apparatuur en het hoogste volume (Hart, 2009).

De hiphop cultuur zelf is niet ontstaan in Kingston maar in New York in de wijk de Bronx. De vroege jaren zeventig waren een onrustige tijd in deze achterstandswijken. Er woonden voornamelijk zwarte immigranten uit het zuidelijke staten van de VS en mensen uit Zuid-Amerika. Al sinds de jaren vijftig was er in deze wijken sprake van gangvorming. Geweld en drugs waren de orde van de dag. De overheid had weinig oog voor de problemen en de mensen waren voornamelijk op zichzelf aangewezen (Hart, 2009). Clive Campbell was ook een van de vele immigranten die woonde in de Bronx. Altijd al gefascineerd door muziek kwam hij op het idee om de Soundsystems uit zijn vaderland in de VS te introduceren. Vanaf 1973 draaide hij als Kool DJ Herc op buurtfeesten, zogenoemde blockparties. Hij begon met reggae maar deze muziek was niet zo populair onder de jongeren dus schakelde hij over op de toen populaire funk muziek. Hij raakte gefascineerd door de stukken in liedjes waar de enkele maten te horen waren, de zogenoemde 'break'. Door twee draaitafels te gebruiken liet hij enkel alleen nog deze tussenstukjes van de funk liedjes horen. Hij schakelde telkens over van de ene 'break' naar de andere waardoor er een continu ritme ontstond. De muziek sloeg aan en zijn feesten werden steeds populairder.

Ook andere DJ's zoals Afrika Bambaataa en Grandmaster Flash begonnen op deze manier platen te draaien. Deze simpele manier van mixen werd steeds verfijnder tot uiteindelijk vanuit de bestaande muziekfragmenten nieuwe nummers gecreëerd werden (Leeuw et al, 2000). Deze DJ's begonnen ook te experimenteren met andere muzieksoorten behalve funk. Zo gebruikte Afrika Bambaatta platen van de Europese synthesizers groep Kraftwerk om deze vervolgens te mixen met funk. Volgens Keunen (2003) was het compleet iets nieuws; het mixen van twee werelden: de futuristische wereld van Kraftwerk en die van het echte leven van de straat. Het maken van de muziek en het draaien van de platen was volgens Hart (2009) en

Keunen (2003) voor jongeren uit de getto's een manier om het harde leven op straat te vergeten en te ontvluchten. Afrika Bambaata is een duidelijk voorbeeld van iemand die de hiphop gebruikte niet alleen als middel om problemen te vergeten maar ook door er wat aan te doen. Zelf afkomstig uit een straatbende richtte hij een organisatie op voor de jeugd uit de Bronx, de 'Zulu Nation'. De structuur van de groep kwam overeen met die van een gang alleen het doel was anders. Het was niet bedoeld om drugs en geweld te brengen maar juist om deze tegen te gaan door middel van het bieden van een alternatief. Dit alternatief was de hiphop (Goossen, 1994). De Zulu Nation als alternatief voor de gang werd door de jongeren hun crew genoemd. Deze term is wordt tot op heden in de hiphopscene wereldwijd gebruikt (Toop, 1991).

Het is ook Afrika Bambaata die beweert dat hij de term hiphop heeft gelanceerd. Hij hoorde in 1974 tijdens een feestje de Mc: "hip hop you don't stop" roepen waarop hij de term begon te verspreiden (Keunen, 2003). Een ander verhaal gaat over een feest in een discotheek in de Bronx in 1975 waar dj Hollywood draaide. De MC schalde door de microfoon: "hiphop the hippy hop the body rock". Zo bezorgde de dj de breakbeat muziek de naam hiphop. In deze discotheek ontstond ook de manier van dansen: Electric boogie en breakdance. De mensen die op deze manier dansen werden b-boys en b-girls genoemd. De b staat hier voor de break (Leeuw et al, 2000). De term slaat niet per se op de manier van dansen maar meer op de houding die deze mensen hebben. Het gaat ook om het gedrag en de manier van kleden, vaak bedoelt om trots uit te dragen (Forman et al, 2004). Het uitdragen van trots en de dance battles die ontstonden tijdens de blockparties laten het competitieve aspect binnen de hiphop goed zien. Deze competitie is volgens David Toop (1991) in zijn boek 'The Rap Attack' terug te voeren op de competitie zoals deze bestond tussen de soundsystems uit Jamaica. Volgens Toop (1991) zorgde de wedijver onderling voor afleiding van drugs en geweld. De competitie voedde daarbij ook de kunst om van niets iets te maken. Als voorbeelden geeft hij het in de mode raken van gymschoenen en het gebruiken van een (oude) draaitafel op muziek te maken.

De breakbeatmuziek werd al vanaf het begin begeleidt door een MC. MC is een verkorte versie van master of ceremony. De oorsprong van de master of ceremony komt vanuit de reggae uit Jamaica. Tijdens de draaisessies van de soundsystems werden de platen aan- en afgekondigd door de master of ceremonies (Keunen, 2003). Hij zorgde ook voor het opzweepen en vermaken van het publiek. Daarnaast waren er ook de zogenoemde 'toasters' die bovenop de muziek ritmisch en rijmend spraken. De onderwerpen waren vaak de muziek zelf maar ook sociale wantoestanden al rappend verwoord. In the Bronx deden de MC's hetzelfde al deden ze dit volgens Keunen met meer woorden (Toop, 1991). In het begin waren de DJ's tegelijk MC maar al snel werden ze begeleidt door andere MC's, rappers genoemd. Zij zorgen voor wat show op het podium en zweepten het publiek op. Volgens het popinstituut is deze vorm van verhalen vertellen (het rappen) zelfs terug te voeren tot in de middeleeuwen. Toen trokken Afrikaanse verhalenvertellers 'rappend' van dorp

tot dorp. Ook in slavensongs einde 18e eeuw is een mix te horen van rap, gospel en blues (Popinstituut, 2009).

Rap

Het draaien van de breakbeatmuziek alleen bleef het publiek echter niet de gehele avond boeien en al snel werd de rol van de MC alsmaar groter. De MC was al veranderd van entertainer naar verhalenverteller. Al snel gebeurde dit niet alleen door één persoon maar door meerdere, rapcrews of posses genoemd (Keunen, 2003). Ze begonnen zo steeds meer werk van hun teksten te maken die dus rappend werden voorgedragen. Wanneer een groep optrad werden de zinnen in stukje gesneden en verdeeld wat een vraag en antwoordspel tot gevolg had (Keunen, 2003). In het begin werd rappen vaak begeleidt door 'human beatbox'. Human beatboxing is het creëren van drumgeluiden en ritmes met de mond. Het raakte echter wat op de achtergrond maar beatboxen is nog steeds een onderdeel van de hiphopcultuur (Leeuw et al. 2004). Zo raakte de dj steeds meer op de achtergrond. Volgens Keunen (2003) groeide rap zo uit: "tot hét uiterlijke kenmerk van hiphop". Al zijn ze nauw met elkaar verbonden, hiphopmuziek en rapmuziek zijn twee verschillende dingen. Rap is volgens het boek Jong performance muziek die gemaakt wordt door teksten, ritme en houding van de rapper. Eventueel ondersteund door muziek of door beatboxing. In hiphopmuziek is niet de tekst maar de muziek het belangrijkste element en de DJ of producer de belangrijkste persoon (Leeuw et al. 2004). Rap is echter wel de meest bekende culturele uiting buiten de hiphopscene. De andere aspecten binnen de hiphop worden in dit onderzoek wel aangehaald en zullen nu wel kort besproken worden maar er wordt niet zo diep op ingegaan als het genretraject van de rap.

Turntablism en scratching

Niet alle diskjockeys waren even blij met hun positie die meer en meer op de achtergrond raakte. Door hun DJ-techniek te verbeteren probeerden zij hun van oorsprong dominante positie terug te krijgen. Al eerder verteld begon Kool DJ Herc met het draaien met twee platen waarmee hij geen hele platen achter elkaar maar stukjes platen door elkaar liet horen. Zo ontstond nieuwe muziek. Deze manier van platen draaien werd niet alleen gedaan door hiphop dj's maar werd ook gebruikt in de disco. Wat hiphop DJ's echter anders deden waren nieuwe technieken op het draaien toepassen, vaak toevallig ontdekt (Keunen, 2003). Grand Wizzard Theodore ontdekte zo het scratchen. "Het ritmisch heen en weer bewegen van de plaat onder de naald deed een opvallend en krassen geluid ontstaan" (Keunen, 2003). Een andere 'uitvinding' was een mixer waar men de platen vooraf beluisterd konden worden. Hierdoor konden de platen nog beter in elkaar over worden gedraaid. Uitvinder hiervan was Grandmaster Flash. Hij stond bekend als showbeest en maakte een echte performance van het draaien. Volgens hem vereiste Dj-en veel vaardigheid en talent. Door middel van het draaien en scratchen vertelden de Dj's hun verhaal. Om hun werk te omschrijven ontstond de term turntablism. Er ontstaan battles tussen DJ's, er werden groepen geformeerd zoals the Beatjunkies. Er

ontstaan zelfs internationale wedstrijden zoals de Vestax World Championship welke nog steeds loopt (Keunen, 2003).

Graffiti

Graffiti is het beeldende aspect binnen de hiphopcultuur. Oorspronkelijk was graffiti een middel van de gangs om territorium af te bakenen. Maar in de meer positieve hiphopcultuur een middel om gezien te worden (Toop, 1991). Met spuitbussen spuit men hun handtekening, tag genoemd, of een hele schildering (Keunen, 1994). In het begin van de hiphop toen deze cultuur alleen nog leefde in de wijken was graffiti de enige verschijningsvorm van hiphop waarmee de rest van New York in contact kwam. Aangezien toen niemand, en dan voornamelijk blanken, geïnteresseerd was in de probleemwijken van New York kwam men er ook niet. Graffiti werd mede daarom gespoten in de rest van de stad. Een middel om te laten zien dat ze er waren. Volgens Toop (1991) vanuit de houding dat wanneer de rest van de stad niet naar hun toekwamen zij wel naar de stad kwamen.

Popularisering

Hiphop verspreide zich al snel in de Bronx. De feesten werden niet alleen meer als straatfeesten gehouden maar ook in disco's en kroegen waar al dan wel of niet entree gevraagd werd. Echter vanuit commercieel oogpunt werd dit (nog) niet gedaan, het was meer bedoeld om de apparatuur goed te kunnen onderhouden. Al wel in de beginperiode zetten crews hun muziek op tapes: "Just to get the music out" (Toop, 1991 p. 78). De tapes warden uitgedeeld aan vrienden, liefhebbers en ook taxichauffeurs zodat de muziek zich buiten the Bronx verspreidde. Zo bereikte een hiphop tape ook zangeres en producer Sylvia Robinson uit Jersey. Haar kinderen vonden de muziek erg leuk. Robinson bedacht wanneer haar kinderen het leuk vonden anderen dit ook leuk vonden. Ze zocht wat mensen op in haar buurt die konden rappen en ging drie dagen in de studio zitten. Sugar Hill Gang was geboren en hun liedje 'Rappers Delight' werd een enorme internationale hit. Het is deze song uit 1979 die aan te wijzen is als de eerste commerciële hiphop.(Toop, 1991). Deze productie was een voorbeeld voor andere producers en meer en meer begonnen met het uitbrengen van hiphop platen. Deze periode ontstond een tegenstelling tussen de originals (volgens Toop de hiphoppers van de straat) en de commerciële die wel konden rappen maar die door producers bij elkaar gezet waren. Of de kwaliteit nu wel of niet altijd goed was vanaf 1979 kwam hiphop buiten de grenzen van de getto's en werd langzamerhand populairder in de rest van de Verenigde Staten en de wereld (Toop, 1991 en Keunen,2003).

The Message

Er ontstaan geleidelijk aan verschillende stromingen binnen de hiphop. In het begin ging het vooral om het feesten en maken van de sfeer. Al snel werden vooral positieve boodschappen de wereld in gestuurd. Een goed voorbeeld is het in die tijd erg populaire liedje van James Brown: 'Get up, Get into it en get involved' De song zit vol goede boodschappen als blijf op school, gebruik geen drugs en wees trots op je huidskleur. Dit liedje werd op een zulke manier op de draaitafel gedraaid dat de

boodschappen steeds herhaald werden (Toop, 1991). Dit soort 'messages' werd als snel overgenomen door de rappers en de eerste echte raps waren dan ook vrij politiek getint. Een van de eerste groepen die raps maakten over onrecht waren The Last Poets uit de wijk Harlem, New York. Ze gebruikten de raps van de straat en mixten deze met poëzie waardoor de raps meer inhoud kregen. Titels waren bijvoorbeeld: 'Niggers Are Scared of Revolution' en 'White man's Got a God Complex'. Volgens Toop waren de raps van The Last Poets zowel direct als indirect een aanval op de witte samenleving. Ook het popinstituut ziet de politieke raps als een middel om in opstand te komen tegen het blanke systeem. Binnen de hiphopcultuur wordt The Last Poets gezien als de grondleggers van de message rap (politieke rap). Deze zogenoemde 'Black Consciousness' werd ook ondersteund door de hiphop scene. (Delen) uit toespraken van Malcom X en Martin Luther King werden verwerkt in de muziek en Jesse Jackson werd in zijn 'run for president' ondersteund door rapper Melle Mel (Forman et al, 2004). Door de komst van betere drummachines en computers kwam er eind jaren tachtig een ander soort hiphop: Electro rap. De muziek werd al meer gepolijst en de message werd al minder diep. Platenfirma's storten zich massaal op deze muziek waardoor deze zich volgens Keunen zich steeds meer verwijderde van de originele hiphop stijl uit de beginperiode (Keunen, 1994).

Hardcore rap

Vanuit de hardcore hiphopscene kwam er al snel een reactie op deze popularisering van hiphop. Russel Simmons richtte het Def Jam label op die onderdak boden aan, Run DMC, LL Cool J en Beastie Boys (Keunen, 1994). Run DMC was hier de voorloper in en met hun hiphop gemixt met rock invloeden spraken zij ook het blanke publiek aan. Velen volgden hun voorbeeld en hiphop werd alsmaar populairder. Naast rock kwamen er ook punkinvloeden de hiphop binnen. De allereerste groep die dit mixte waren de Beastie boys, de eerste populaire blanke hiphopgroep die commercieel erg succesvol was. De muziek werd ook commerciëler en daarmee ook softer. De onderwerpen verplaatsten zich van politiek naar de liefde en er ontstond een tweedeling binnen de hiphop, de commerciële en de underground (Keunen, 1994).

Door de rock invloeden werd de muziek al harder maar de underground vond het niet opstandig genoeg en maakten de teksten ook harder. Met NWA en hun song 'Fuck tha Police' brak een nieuw tijdperk aan. Na al die jaren was de leefsituatie in de getto's niets verbeterd. Geweld, moord en doodslag waren nog steeds orde van de dag. Het was ook de tijd van de Vietnam oorlog waardoor veel geweld de Amerikaanse gemeenschap binnenkwam. De media had ook de hiphop ontdekt en begon al snel het geweld en de muziek aan elkaar te koppelen. Als tegenreactie hierop werden de teksten en de muziek alleen maar harder en men begon te provoceren. Door te zingen over geweld, geld en seks en door het dragen van veel goud en dure kleding zorgde de hiphopscene voor vele controverses in de media. Door de controverses en de uitgave van een heftige documentaire over hiphop:

“Wildstyle” en de film Flashdance breekt hiphop in 1983 internationaal door (Toop, 1991).

The New Speak

Hiphop werd alsmat groter en aan het einde van de jaren tachtig werd hiphop volledig geaccepteerd door de multinationale muziekindustrie (Toop, 1991). MTV maakte hiphop nog populairder door het zeer populaire programma: ‘Yo! MTV Raps’. Het programma had vooral aandacht voor de meer commerciële rappers en viel niet in de smaak bij de underground. Het was vooral de popversie van hiphop die in de smaak viel. Volgens Keunen de ideale muziek voor de MTV-generatie. Rappers als Vanilla Ice, MC Hammer, Fresh Prince en Salt ‘n Peppa stonden gerant voor miljoenenverkoop. Met de komst van de sitcom ‘The Fresh Prince of Bel-Air’ werd hiphop immens populair bij zowel een blank als zwart publiek (Keunen, 1994). De tweedeling tussen commercieel en underground werd steeds groter. Een tegenhanger kon niet uitblijven en in 1988 kwam de groep De la soul met ‘the new speak’. Het was een veel rustigere vorm van hiphop met veel vocalen en invloeden vanuit andere culturen. The new speak werd gevolgd door een spiritual wave met frontloper KRS One. De teksten warden nog diepzinniger en gingen weer net zoals de politieke rap uit de oldschool over goed gedrag en de juiste waarden en normen. Deze beweging was een echte tegenhanger tegen de gangsta rap echter deze bleef wel gewoon bestaan. Het was Public Enemy waardoor de zwarte bewustwording die altijd al een onderdeel van de oldschool hiphop was weer nieuw leven inblies. Met hun optredens in militaire outfits en raps met heftige en kritische politieke teksten wakkerde de interesse voor ‘Black consciousness rap’ weer aan. Wat Public Enemy volgens Keunen vooral deed was: *“de zwarten opvoeden en bewust maken van het maatschappelijke en politieke bestel dat het onderdrukt”* (Keunen 1994, p285).

Gangsta rap

Waar hiphop in het begin voornamelijk in de Oostkust een levendige scene kende waaide deze ook over naar de westkust. Ook Los Angeles kende eind jaren tachtig een bloeide hiphop scene en daar veranderde hardcore rap in gangsta rap. Kenmerkend hiervan is het tekstuele agressieve en confronterende karakter. In grover bewoording werd het harde leven van de straat ‘bezongen’. Aanvankelijk eindigt de rap met een positieve boodschap en/ of een goed einde. Het competitieve karakter en het machismo binnen de hiphop laten die boodschap uiteindelijk weg. Gangsta rap is geboren (Toop, 1991). De teksten gaan over het leven aan de zelfkant van de maatschappij waar geweld, drugs en criminaliteit onderdeel van zijn. Sommige artiesten welke zelf nog actief zijn in het criminele circuit gaan de gebeurtenissen zelfs overdrijven en verheerlijken (Keunen, 1994). Veel rappers behoren tot een straatbende en teksten worden veelal in gevangenislang geschreven. Waar de teksten van de hardcore rap vaak nog een knipoog bevatte of een gimmick waren. Echter bij groepen die volgden werd knipoog deze weg gelaten en werden en worden nog steeds veel teksten als aanstootgevend en minachtend naar vrouwen ervaren. Waar de teksten zich eerst tegen blanken en de maatschappij

richten beginnen ze zich te richten tegen rivaliserende gangs. Meestal gebeurt dit door het schrijven van teksten over de ander waarbij deze aangevallen wordt in woorden. Hieruit ontstaan ook de zogenoemde battles die (oorspronkelijk) plaatsvinden op het podium. Tijdens deze battles proberen rappers elkaar met raps, veelal geïmproviseerd, af te troeven (Leeuw et al, 2000). In werkelijkheid vallen de rappers elkaar ook aan met kogels wat gebeurt is met Biggie en Tupac die beiden gedood zijn door rivaliserende gangs (Popintituut.nl, 2009). Het is een nare afloop van een vete die er was tussen twee platenlabels. Het Deathrow label van de West coast en het Bad Boy entertainmentlabel van de East coast (Keunen, 1994).

Nieuwe invloeden

Er bleef een kloof ontstaan binnen hiphop tussen de underground die zich vasthielden aan het authentieke hiphop gevoel en tussen de gangstarap die de mainstream domineerde. Het was volgens Keunen daarom ook niet vreemd dat de underground terug ging naar de bron: soul, funk en jazz. Zo haalt Gang Starr zijn invloed uit de jazz, hij gebruikte geen high tech en geen gimmicks en ging werken met live artiesten. Ook omgekeerd haalde jazz invloeden uit hiphop. De native tongue beweging ontstaan uit the new speak haalden hun inspiratie uit alle zwarte muziekstijlen. "Hiphop werd in hun handen een smeltkroes van zwarte muziekstijlen" (Keunen, 1994, p 294). Afrika werd weer een grote inspiratiebron wat ook te zien was in de kleding en de artiesten namen. Queen Latifah, A tribe called Quest en The Jungle Brothers behoorden bij deze stroming. Ook de gangsta rap ging terug naar zijn roots en haalde zijn invloeden uit de funk. Artiesten als Dr. Dre en Snoop Dogg lieten de zogenoemde g-funk uitgroeien tot een zeer succesvolle stroming (Keunen, 1994). Het optreden met live instrumenten werd binnen de hiphop steeds belangrijker. Hiphop groepen als The Roots en The Fugees werden hierbij erg populair.

Doordat er nu ook live opgetreden werd veroverden ze ook een plek binnen de rockscene. Dit bracht veel optredens op rock festivals mee wat de populariteit van hiphop ten goede kwam. Echter ook deze ontwikkeling zorgde weer voor een tweedeling binnen de hiphop. Er kwam weer een beweging op die zich ging afzetten tussen alle mengvormen, ze gingen weer terug naar de basis (Keunen, 2003). Er kwam weer een heropleving van het rauwe en kale hiphopgeluid van voor de komst van de computers en de internationale doorbraak in 1986: de Old school. Welke stijl ook, hiphop is in de jaren negentig goed voor een wereldwijde miljoenenindustrie. De meest populaire groep uit die tijd is de Wu Tang Clan. Ze herstellen het groepsgevoel dat er was zoals in het begin van de hiphop. De negen groepsleden maken niet alleen goede muziek ze bezitten ook een zeer goed commercieel inzicht. Ze hebben niet alleen een eigen platenlabel maar ook een kledinglijn en een videogame (Keunen, 1994). Iets wat momenteel bij de grote hiphopsterren van nu zoals Puff Daddy, 50 cent en Eminem is gemeengoed geworden. De laatste twee sterren gaan zelf een stap verder en speelden allebei al in een film.

Vrouwen in hiphop

Helemaal in het begin van de hiphop waren er net zoveel mannen als vrouwen die in een groep of crew zaten. Echter naarmate de muziek harder werd en bragging en battling een steeds groter aspect werd binnen de hiphop nam de deelname van vrouwen af. Een reden hiervoor door Toop (1991) gegeven is dat het niet als ladylike werd gezien als vrouwen op het podium schelden en uitdaagden. Het duurde ook zes jaar voordat het populaire hiphop label Def Jam een vrouwelijke artiest inlijfde. Rapster Yo Yo probeerde wat tegenwicht te bieden tegen de vrouwonvriendelijke liedjes van gangsterrappers als 2 Live Crew en Ice Cube. Zo stichtte ze ook het Intelligent Black Woman's Coalition om vrouwen hun lage status en zelfvertrouwen te verhogen. Meer en meer hiphopsters volgden waar de meeste vrouwen een tegenwicht boden aan de vrouwonvriendelijkheid namen anderen dit juist op de hak. Rapsters als Lil Kim en Missy Elliot bogen het gewoon om en zij bezongen mannen als lustobject in hun liedjes (Keunen, 1994).

C: Variabelen codebook

De variabelen zoals gebruikt in het onderzoek zijn hieronder beschreven

Berichtkenmerken: nummer één tot en met zes

Code	Nummer	Volgnummer krant	Nummer 1
Volgnummer van krant welke deze aan het artikel gegeven is tijdens het zoeken en opslaan vanuit de database.			

Code	Krant	Soort Krant	Nummer 2
1	NRC Handelsblad		
2	De Telegraaf		

Code	Datum	Datum dag van de uitgave	Nummer 3
De dag van de uitgave in cijfers dus bijvoorbeeld 24 september wordt 24.			

Code	Maand	Maand van de uitgave	Nummer 4
De maand van de Uitgave in cijfers dus bijvoorbeeld september wordt 9.			

Code	Jaar	Jaar van de uitgave	Nummer 5
Het jaar van de uitgave dus bijvoorbeeld 24 september 1985 wordt 1985.			

Code	Dag	Dag waarop de krant uitkomt	Nummer 6
1	Maandag		
2	Dinsdag		
3	Woensdag		
4	Donderdag		

5	Vrijdag	
6	Zaterdag	

Journalistieke kenmerken: nummer zeven tot en met twintig

Code	Titel	Titel van het artikel	Nummer 7
De titel van het artikel, als die er niet is niets invullen. Let op geen punten en komma's want die verdwijnen in SPSS.			

Code	Subtitel	Subtitel van het artikel	Nummer 8
De subtitel van het artikel, als die er niet is niets invullen. Let op geen punten en komma's want die verdwijnen in SPSS.			

Code	SoBe	Soort bericht	Nummer 9
1	Afgerond bericht	Een afgerond bericht.	
2	Doorleesbericht	Een afgebroken bericht dat ergens anders verder gaat.	
3	Vervolgbericht	Een bericht dat het vervolg is van een doorleesbericht.	
4	Niet te bepalen		

Code	Pagina	Pagina nummer van het artikel	Nummer 10
Het pagina nummer waar het artikel staat.			

Code	Sectie	Sectie in de krant waarin het artikel staat	Nummer 11
1	Voorpagina		
2	Binnenland		
3	Buitenland		
4	Economie		
5	Sport		
6	Kunst en cultuur		
7	Wetenschap		
8	Vrije tijd		
9	Opinie		

10	Entertainment	
11	Overige	Alles wat niet 1 tot 10 is maar wel een eigen sectie is.
12	Niet te bepalen	Alles wat niet duidelijk is.

Code	Positie	Positie op de pagina waar het artikel staat	Nummer 12
1	De gehele pagina		
2	De bovenhelft		
3	De onderhelft		
4	Niet te bepalen		

Code	Grootte	Positie op de pagina waar het artikel staat	Nummer 13
1	mini	Artikel is ongeveer 1/16 ^e pagina groot.	
2	Klein	Artikel is ongeveer 1/8 ^e pagina groot.	
3	Midden	Artikel is ongeveer een kwart pagina groot.	
4	Groot	Artikel is ongeveer een halve pagina groot.	
5	Heel groot	Artikel is een hele pagina groot.	
6	Niet te bepalen	Artikel valt overal tussenin.	

Code	Woorden	Aantal woorden in het artikel	Nummer 14
Het aantal woorden dat in het artikel staat (in lexis nexis te vinden).			

Code	Typaut	Type auteur	Nummer 15
1	Onze redactie	Van onze redactie.	
2	Persbureau	Bericht afkomstig van een persbureau.	
3	Auteur krant	Als de verslaggever van de krant is.	
4	Auteur niet krant	Bij brieven en opinie.	
5	Geen naam	Wanneer er geen naam genoemd wordt.	

Code	Naamaut	Naam auteur	Nummer 16
	Naam	Wanneer er een naam van de auteur of het persbureau van het artikel genoemd wordt deze hier zo volledig mogelijk vermelden.	

Code	Geslacht	Geslacht auteur	Nummer 17
1	Man	Wanneer er een naam van de auteur bekend is en deze man is.	
2	Vrouw	Wanneer er een naam van de auteur bekend is en deze vrouw is.	
3	Onbekend	Wanneer er een naam van de auteur bekend is maar het geslacht onbekend is.	

Code	Locatieland	Locatie vanuit waar geschreven	Nummer 18
Naam van de stad van waaruit het artikel geschreven is als dit vermeldt wordt. Zo niet dan open laten.			

Code	Locatieland	Locatie vanuit waar geschreven	Nummer 19
Naam van het land van waaruit het artikel geschreven is als dit vermeldt wordt. Zo niet dan open laten.			

Code	Type	Soort artikel	Nummer 20
1	Nieuws	Wanneer het om nieuwswaarde gaat, anders dan in de andere categorieën.	
2	Interview	Interview met een artiest op alle disciplines binnen hiphop.	
3	Aankondiging	Aankondiging van een tour, optreden of cultureel product (zoals clips, cd's, dvd's, boeken etc.).	
4	Recensie	Bespreking van een tour, optreden of cultureel product (zoals clips, cd's, dvd's, boeken etc.).	
5	Agenda/film	Aankondiging in (film)agenda zonder beschrijvende tekst.	
6	Achtergrondverhaal	Over product, artiest, genre of discipline.	
7	Opinie	Editorials of ingezonden brieven.	
8	Foto of tekening		
9	Subartikel	Tekst over het onderwerp is onderdeel van een ander artikel.	
10	Onduidelijk	Niet te bepalen.	

Inhoudelijke kenmerken: Nummer éénentwintig tot en met dertig

Code	Hiphop		Nummer 21
1	ja	Wanneer het artikel voor het grootste gedeelte over hiphop gaat.	
2	nee	Wanneer hiphop wel in het artikel genoemd wordt maar toch minder dan het grootste gedeelte over hiphop gaat.	

Code	Inhoud	Inhoud van het artikel	Nummer 22
1	Product	Beschrijving van een (nieuw) cultureel product (vanuit elke discipline binnen hiphop mogelijk).	
2	Zakelijk	Artikelen die over het zakelijke gedeelte gaan binnen de hiphopscene.	
3	Institutioneel	Artikelen die institutionele zaken binnen de hiphopscene betreffen.	
4	Juridisch	Wanneer het juridische zaken betreft binnen de hiphopbranche.	
5	Prijs	Wanneer het bericht gaat over een prijs die iemand binnen de hiphopscene gewonnen heeft, elke discipline mogelijk.	
6	Mening	Artikelen die de populariteit van een product of artiest bespreken niet van de auteur zelf maar van een groep (bijvoorbeeld verkoopcijfers van hiphop cd's).	
7	Carrière	Wanneer het bericht over de carrière van een bepaalde hiphopartiest gaat, niet als het om zijn prijs of product gaat.	
8	Human interest	Wanneer het over persoonlijke zaken vanuit het leven van de artiest gaat.	
9	Wetenschappelijk	Wanneer het artikel over hiphop gaat die geschreven is door een wetenschapper of de mening van een wetenschapper over een onderwerp binnen hiphop schrijft.	
10	Publiek	Wanneer het artikel over het publiek schrijft welke gebruikers zijn van artiesten en/of producten van hen binnen de hiphop scene.	
11	Controverse	Wanneer het een publieke discussie betreft over het onderwerp. Het gaat meestal om discussie over religie, ideologische, ethische, esthetische of etniciteit. Let op het moet niet om opinies gaan, geen grap of	

		grol zijn, geen review, en is meestal onderdeel van een grote discussie. Het gaat ook niet over een artiest specifiek maar over de scene zelf.
12	Mode/trends	Wanneer het gaat over mode waarin hiphop genoemd wordt.
13	Anders	Niet behorend bij bovenstaande categorieën.
13	Niet te bepalen	Niet duidelijk te bepalen waar het artikel over gaat.

Code	Onderwerp	Onderwerp van het artikel	Nummer 23
1	Product	Artikel gaat over één of meer culturele producten. Dit kan gaan om cd's, films, optredens ed. gemaakt door 1 artiest of groep.	
2	Festival	Artikelen die over georganiseerde festivals of evenementen gaan waar meerder artiesten dan wel of niet uit dezelfde discipline optreden.	
3	Award	Wanneer het artikel over een winnende award of nominatie.	
4	Loopbaan/oeuvre	Artikelen die over een gehele loopbaan van een artiest gaan. Of over een bepaald platenlabel of organisatie. Het gaat dus niet om één product van de artiest of organisatie maar om het gehele oeuvre.	
5	Discipline	Wanneer het artikel over een bepaald genre of discipline binnen de hiphop gaat bijvoorbeeld breakdance of over een gehele beweging/stroming binnen de scene bijvoorbeeld Westside.	
6	Algemeen	Wanneer het artikel over de kunsten in het algemeen gaat. Dit kunnen recente ontwikkelingen zijn of een geschiedkundig verhaal. De focus ligt niet op hiphop echter deze wordt wel in het verhaal genoemd.	
7	Niet te bepalen	Wanneer één tot en met vijf niet van toepassing zijn.	

Code	Toon	Toonzetting van het bericht	Nummer 24
1	Positief	Berichtgeving is uitermate positief.	
2	Negatief	Berichtgeving is uitermate negatief.	
3	Neutraal	Berichtgeving is neutraal van toon.	
4	Niet te bepalen	De toon is niet duidelijk te bepalen, zowel positief als negatief.	

Code	Beeld	Duiding beeld	Nummer 25
1	Foto van artiest	Portretfoto van artiest, anderen kunnen ook in beeld zijn.	
2	Foto van artiest in actie	Artiest is bezig met optreden, of zijn cultuurproduct maken. Er kunnen mogelijk ook anderen in beeld zijn, bijv. publiek.	
3	Tekening artiest	Tekening of cartoon van de artiest.	
4	Foto artiest met cultuurproduct	Foto van artiest met zijn cultuurproduct, (kan ook beeld en/of geluidsdrager zijn).	
5	Foto of tekening van Cultuurproduct	Artiest en/of andere personen staan niet op de foto of tekening.	
6	Foto van het publiek	Artiest of cultuurproduct is niet in beeld.	
7	Foto van het publiek met cultuurproduct		
8	Foto of tekening van iets anders	Foto of tekening is niet van artiest, kunstwerk of publiek.	
9	Informatie	Landkaarten, statistische figuren als tabellen en grafieken.	
10	Niet te bepalen		

Specificatievariabelen bij foto's en interviews met artiesten:

Code	Geslartiest	Geslacht geïnterviewde artiest	Nummer 26
1	Man	Wanneer het in het artikel over een artiest gaat en deze een man is.	
2	Vrouw	Wanneer het in het artikel over een artiest gaat en deze een vrouw is.	
3	Gemengd	Wanneer het over een gemengde groep gaat.	
4	Onbekend		

Code	Herkomst	Herkomst van de geïnterviewde	Nummer 27
			Land van herkomst van de geïnterviewde persoon wanneer deze vermeldt staat, wanneer niet deze open laten. Het gaat niet om het land waar deze geboren is maar waar deze momenteel leeft.

Specificatie kenmerken bij product:

Code	Soortproduct	Soort product	Nummer 28

1	CD/LP/Casette	Artikel gaat over één of meer culturele producten. Dit kan gaan om cd's, films, optredens ed. gemaakt door 1 artiest of groep.	
2	Film	Dit kan een documentaire, speelfilm of videoclip zijn.	
3	Boek	Dit kan een boek geschreven door artiest maar ook over de artiest of stroming zijn.	
4	Theater	Theater, musical, cabaret.	
5	Beeldende kunst	Wanneer het artikel over de kunsten in het algemeen gaat. Dit kunnen recente ontwikkelingen zijn of een geschiedkundig verhaal. De focus ligt niet op hiphop echter deze wordt wel in het verhaal genoemd.	
6	Dans	Wanneer één tot en met vijf niet van toepassing zijn.	
7	Televisie	Tv-series, drama, tv-films, cartoons.	
8	Toegepaste kunst	/Architectuur, mode, design, reclame, ambacht.	
9	Niet te bepalen	Wanneer één tot en met vijf niet van toepassing zijn.	

Code	NaamPro	Naam van het product	Nummer 29
Wanneer het om een cultureel product gaat typ dan hier de naam van het product.			

Code	Jaaruitgave	Jaar va uitgave van het product	Nummer 30
Wanneer het om een cultureel product gaat geef dan hier het jaar van de uitgave van het product wanneer dit genoemd wordt in het artikel.			

