

# **“De soundtrack van je leven”**

*Een onderzoek naar het gebruik van audiomedia, het  
luistergedrag en de luisterervaring van jongvolwassenen.*

Jora Vullings | 3585271 | Maart 2016  
MA Kunstbeleid en –management | Universiteit Utrecht  
Begeleid door: dr. Philomeen Lelieveldt  
Tweede lezer: dr. Kees Vuyk

# Verklaring intellectueel eigendom

De Universiteit Utrecht definieert het verschijnsel “plagiaat” als volgt:

Van plagiaat is sprake bij het in een scriptie of ander werkstuk gegevens of tekstgedeelten van anderen overnemen zonder bronvermelding. Onder plagiaat valt onder meer:

- het knippen en plakken van tekst van digitale bronnen zoals encyclopedieën of digitale tijdschriften zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het knippen en plakken van teksten van het internet zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het overnemen van gedrukt materiaal zoals boeken, tijdschriften of encyclopedieën zonder aanhalingstekens of verwijzing;
- het opnemen van een vertaling van bovengenoemde teksten zonder aanhalingstekens en verwijzing;
- het parafraseren van bovengenoemde teksten zonder verwijzing. Een parafraze mag nooit bestaan uit louter vervangen van enkele woorden door synoniemen;
- het overnemen van beeld-, geluids- of testmateriaal van anderen zonder verwijzing en zodoende laten doorgaan voor eigen werk;
- het overnemen van werk van andere studenten en dit laten doorgaan voor eigen werk. Indien dit gebeurt met toestemming van de andere student is de laatste medeplichtig aan plagiaat;
- ook wanneer in een gezamenlijk werkstuk door een van de auteurs plagiaat wordt gepleegd, zijn de andere auteurs medeplichtig aan plagiaat, indien zij hadden kunnen of moeten weten dat de ander plagiaat pleegde;
- het indienen van werkstukken die verworven zijn van een commerciële instelling (zoals een internetsite met uittreksels of papers) of die tegen betaling door iemand anders zijn geschreven.

Ik heb de bovenstaande definitie van het verschijnsel “plagiaat” zorgvuldig gelezen, en verklaar hierbij dat ik mij in het aangehechte thesis niet schuldig heb gemaakt aan plagiaat.

Naam: Jora Vullings

Studentnummer: 3585271

Plaats: Utrecht

Datum: 30 maart 2016

Handtekening:

## **Dankwoord**

Allereerst wil ik mijn begeleider Philomeen Lelieveldt bedanken voor de uitstekende begeleiding tijdens het schrijven van deze scriptie, haar enthousiaste meedenken en alle feedback.

Daarnaast heel veel dank aan alle respondenten die meegewerkt hebben aan dit onderzoek, bedankt voor jullie inzet en tijd!

Dank aan EKKO voor het beschikbaar stellen van de backstage-/vergaderruimte voor de focusgroepen.

Mijn ouders en vrienden, bedankt voor het meedenken en meelesen tijdens het gehele scriptieproces.

*Utrecht, 30 maart 2016*

## Samenvatting

Dit onderzoek is een verkennend onderzoek naar het gebruik van audiomedia, het luistergedrag en de luisterervaring van jongvolwassenen. Het doel van dit onderzoek is inzicht verkrijgen in wat er speelt onder jongvolwassen Nederlandse luisteraars teneinde een kwalitatieve component toe te voegen aan onderzoeken van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) (*Achter de schermen* (2004), *Alle kanalen staan open* (2010) en *Media: Tijd in beeld* (2015)).

De onderzoeksvraag luidt: Hoe luisteren jongvolwassenen naar muziek? Deze vraag wordt beantwoord door te focussen op het luistergedrag, de luisterervaring en de betekenis van die ervaring. Dit onderzoek richt zich op de doelgroep 20 tot 34 jarigen. Zij maken volgens de onderzoeken van het SCP het meest gebruik van verschillende media en hebben de opkomst van nieuwe audiomedia bewust meegemaakt.

In het kader van dit onderzoek hebben achttien respondenten tijdens drie focusgroepen een beeld geschetst over drie hoofdthema's: het medium, de situatie en de luisteraar en de luisterervaring. Binnen deze hoofdthema's zijn verschillende subthema's aan bod gekomen die samen in kaart brengen hoe de Nederlandse jongvolwassen luisteraar naar muziek luistert. De thema's zijn gebaseerd op onderzoek naar luistergedrag en de luisterervaring van onderzoekers zoals Theodor Adorno, Carin Åberg en Evert Bisschop Boele, respectievelijk naar typen van luisteraars, de functies van luisteren en de manier waarop mensen luisteren. Bij muziek luisteren via audiomedia speelt de situatie waarin de luisteraar zich bevindt een belangrijke rol en bepaalt deze mede hoe geluisterd wordt. Er kunnen primaire, secundaire en volledig secundaire luisterhoudingen worden onderscheiden (Åberg), van aandachtig of minder aandachtig tot een luisterhouding die als niet luisteren kan worden beschouwd, waarbij muziek volledig als geluidsbehang functioneert.

De laptop en mobiele telefoon zijn de populairste audiomedia onder jongvolwassenen. Het zijn met name gebruiksgemak, kwaliteit, de sociale setting en de stemming van de luisteraar die bepalend zijn voor het luistergedrag van jongvolwassenen. Daarnaast is er een aantoonbaar verschil in de luisterhoudingen van jongvolwassen muzikanten en niet-muzikanten. Ook laten de respondenten van dit onderzoek zien dat de luisterervaring verschilt tussen het luisteren naar livemuziek en muziek luisteren via audiomedia.

Uit de gesprekken is gebleken dat de respondenten van dit onderzoek zowel gebruik maken van oude audiomedia (radio, autoradio, platenspeler, band-/cassetterecorder, cd-speler en mp3-

speler/iPod) als van nieuwe audiomedia. (computer/laptop en mobiele telefoon/tablet). De voorkeur van de meeste respondenten gaat uit naar nieuwe audiomedia, waarbij de keuze voornamelijk wordt bepaald door het gebruiksgemak van het apparaat. Aanvullend daarop hebben audiomedia een functie in het verzorgen van achtergrondgeluid en moeten deze onderweg of tijdens een mobiele activiteit bruikbaar zijn. Daarnaast gebruiken de respondenten bepaalde audiomedia vanwege de kwaliteit van het geluid, de extra's die enkele media met zich meebrengen en de omvang van de muziekcollectie die beschikbaar is op het medium. De platenspeler onderscheidt zich van alle andere audiomedia omdat het een fysieke handeling vereist en fysieke producten met zich mee brengt en daardoor ook een andere manier van luisteren.

Dit onderzoek laat een verschil zien in het luistergedrag van muzikanten en niet-muzikanten. De muzikanten beschrijven een analyserende houding ten opzichte van muziek terwijl het luisteren van muziek door niet-muzikanten veelal als entertainment wordt beschouwd. Muzikanten luisteren meer als hoofdactiviteit en focussen bij het luisteren naar muziek voornamelijk op structuur en techniek. Niet-muzikanten daarentegen luisteren met name secundair en volledig secundair en zijn minder specifiek wanneer zij hun focus bij het luisteren naar muziek beschrijven.

De stemming van de luisteraar is de meest benoemde factor die invloed heeft op het luistergedrag. Daarnaast is de muziekkeuze afhankelijk van de activiteit die de luisteraar verricht en speelt ook het gezelschap waarin de luisteraar zich bevindt een rol. De plaats of situatie heeft ook invloed op het audiomedium dat de luisteraar verkiest. De belangrijkste bepalende factor is het gebruiksgemak, gevolgd door het gezelschap en de kwaliteit van het geluid.

Onder de respondenten zijn er uiteenlopende motieven voor het luisteren naar muziek. Zo luisteren de respondenten naar muziek omdat zij dit van huis uit hebben meegekregen. Daarnaast geven zij aan dat ze het fijn vinden om geluid om zich heen te hebben, muziek te gebruiken om stilte en personen te ontwijken en dient het als tijdverdrijf tijdens een andere activiteit. Ook wordt muziek gebruikt ter ontspanning en vermaak. De belangrijkste redenen die de respondenten geven voor het luisteren naar muziek zijn hun stemming en emotie. Muziek zorgt voor het versterken van emoties en kan helpen met het verwerken van gebeurtenissen. Verder luisteren de muzikanten in dit onderzoek graag naar muziek om er van te leren en er inspiratie uit te halen, de niet-muzikanten noemen dit niet.

De respondenten benoemen een verschil van de ervaring bij het luisteren naar muziek bij een live-uitvoering en via een audiomedium. De live-ervaring is altijd tijd- en

plaatsgebonden en heeft daarom altijd een verrassend element. Dat er tijdens een concert gelijkgestemden aanwezig zijn, creëert een gevoel van verbondenheid. Tot slot heeft livemuziek ook een visueel aspect, hetgeen de beleving zowel positief als negatief kan beïnvloeden. Het luisteren via audiomedia zorgt er voor dat de luisteraar kan opgaan in de muziek, waardoor het luisteren via audiomedia vaak emotioneler is. Daarenboven wordt muziek vaak aan speciale momenten en herinneringen gelinkt.

Ook het audiomedium zelf kan invloed hebben op de ervaring. Zo noemen respondenten de kwaliteit van de muziekbestanden en het audiomedium van belang voor de ervaring. Daarnaast zorgt de fysieke handeling bij het beluisteren van een LP ook voor een andere ervaring, zoals het gegeven dat een plaat in tegenstelling tot veel overige audiomedia niet oneindig kan doorgaan.

# Inhoudsopgave

Dankwoord .....	3
Samenvatting .....	4
Lijst van tabellen en figuren .....	9
Hoofdstuk 1 – Inleiding: doel- en vraagstelling van het onderzoek.....	11
1.1 Onderzoeken SCP.....	12
1.2 Doelstelling .....	15
1.3 Hoofd- en deelvragen .....	16
1.4 Leeswijzer .....	16
Hoofdstuk 2 – Methodologie van het onderzoek .....	18
2.1 Fenomenologie .....	18
2.2 Focusgroeponderzoek.....	19
2.2.1 Doelgroep .....	20
2.3 Operationalisering .....	21
2.4 Gespreksleidraad .....	22
2.5 Data-analyse .....	23
2.6 Leesbaarheid.....	23
Hoofdstuk 3 – Luisteren naar muziek, theorieën en benaderingen .....	24
3.1 Luistertypen.....	24
3.2 Luisterhoudingen.....	27
3.3 <i>Uses en functions</i> .....	29
3.4 Gespreksleidraad .....	31
Hoofdstuk 4 – Analyse .....	32
4.1 Respondentenoverzicht .....	33
4.2 Het medium .....	33
4.2.1 Gebruik.....	33
4.2.2 Output.....	37
4.2.3 Verantwoording keuzes .....	38
4.3 De situatie.....	42
4.3.1 Plaats van muziekgebruik.....	43
4.3.2 Focus bij muziekconsumptie .....	43
4.3.3 Muzikale luisterhoudingen .....	45
4.3.4 Invloed plek en situatie op de muziekkeuze .....	47
4.4 De luisteraar en de luisterervaring.....	50
4.4.1 Redenen voor muziekgebruik.....	50
4.4.2 Intense muzikale ervaringen.....	52

4.4.3 Het medium en de ervaring .....	56
Hoofdstuk 5 – Conclusie, reflectie en aanbevelingen .....	59
5.1 Conclusie.....	59
5.1.1 Hoofdvraag: het luistergedrag van jongvolwassenen.....	59
5.1.2 Deelvraag 1: het medium.....	60
5.1.3 Deelvraag 2: de situatie .....	61
5.1.4 Deelvraag 3: de luisteraar en de luisterervaring .....	63
5.2 Reflectie op de aanpak van het onderzoek .....	65
5.3 Aanbevelingen voor nader onderzoek.....	66
Literatuur.....	68
Bijlagen .....	71
Gespreksschema .....	72
Respondentenoverzicht .....	76
Kernthema's .....	78
Open codering .....	86
Voorbeeld open codering: focusgroep 3.....	86
Axiale codering .....	91
Voorbeeld axiale codering: focusgroep 1 .....	91
Voorbeeld axiale codering: focusgroep 2.....	96
Lijst van audiomedia en platfora .....	101
Audiomedia .....	101
Platfora .....	101



## Lijst van tabellen en figuren

Figuur 1	Dagelijks gebruik oude en nieuwe audiomedia	34
Figuur 2	Gebruik van verschillende audiomedia	35
Figuur 3	Frequentie gebruik van audiomedia	35
Figuur 4	Gebruik van audiomedia op specifieke plekken	43
Tabel 1	Dagbereik van radio en muziek in oude (toestel) en nieuwe (streaming, mobiel) vorm, naar sekse, leeftijd, opleidingsniveau, arbeidsmarktpositie, welstandsklasse en regio, bevolking van 16-80 jaar	13
Tabel 2	Tijdsbesteding aan luisteren op een doorsneedag, per mediadrager, Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder en deelnemers aan media-activiteiten	14
Tabel 3.1	Audio luisteren (radio en geluidsdragers) als hoofdactiviteit, bevolking 12 jaar en ouder, 1975-2005 en 2006-2011 (in uren per week en in procenten, index 2011, 2006=100)	15
Tabel 3.2	Audio luisteren (radio en geluidsdragers) als nevenactiviteit, bevolking 12 jaar en ouder, 2006-2011 (in uren per week en in procenten)	15
Tabel 4	Dagbereik van radio en muziek in oude (toestel) en nieuwe (streaming, mobiel) vorm, naar leeftijd, bevolking van 16-80 jaar	36
Tabel 5	Tijdsbesteding aan luisteren op een doorsneedag, per mediadrager, Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder en deelnemers aan media-activiteiten	37
Tabel 6	Focus bij het luisteren naar muziek	44-5

*“Dus dan ben ik eigenlijk op m'n computer m'n nummers aan het selecteren die ik dan op m'n telefoon afspeel over de stereo.”*

## Hoofdstuk 1 – Inleiding: doel- en vraagstelling van het onderzoek

De muziekindustrie is “behoorlijk instabiel [...] en aan verandering onderhevig”, aldus Gert Keunen in zijn proefschrift *Alternatieve mainstream: over selectiemechanismen uit het popmuziekcircuit* (2013).<sup>1</sup> Dit is geen nieuw fenomeen. Al in 1982 beweerde socioloog Howard Becker dat de muziekindustrie niet weet wie de muziek zal consumeren, onder welke omstandigheden dit gebeurt en hoe de consument dit ervaart.<sup>2</sup> Deze kenmerken maken investeringen in de industrie onvoorspelbaar en dit resulteert in onzekerheid.<sup>3</sup> Daarnaast maakt “het overaanbod en het feit dat iedereen zich een plekje op het internet kan veroorloven, [...] de muziekbeleving [...] vluchtiger en meer versnipperd.”<sup>4</sup> Overaanbod en het opkomen van alternatieve muziekkkanalen dragen extra bij aan de onzekerheid waardoor de muziekindustrie zich kenmerkt, stelt Keunen.<sup>5</sup>

De muziekindustrie heeft de afgelopen twee decennia een digitaliseringsgolf doorgemaakt. Deze heeft aan de ene kant gezorgd voor overaanbod en anderzijds voor de opkomst van nieuwe werkwijzen binnen de industrie.<sup>6</sup> Dit geldt zowel voor het livecircuit en de platenindustrie als de traditionele media, stelt Keunen. Overaanbod is er binnen de muziekindustrie altijd geweest maar processen van digitalisering van zowel de productie als consumptie van muziek hebben dit versterkt. Het is door technologische ontwikkelingen makkelijker geworden om als muzikant een kwalitatief goede geluidsopname te produceren en te verspreiden. Hierdoor verliest bijvoorbeeld de platenindustrie controle op het aanbod en de consumptie van muziek. Ook de radio heeft te maken met het overaanbod doordat zij niet alles kunnen draaien, waardoor het voor artiesten lastiger wordt om *airplay* te krijgen.<sup>7</sup> Daarnaast heeft de digitalisering ook gezorgd voor het ontstaan van alternatieve kanalen voor het verspreiden van muziek, waardoor de consument via het internet eenvoudiger (en bovendien vaak gratis, J.V.) aan zijn of haar muziek komt.<sup>8</sup> Uit cijfers van de Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers (NVPI) blijkt

---

<sup>1</sup> Gert Keunen, *Alternatieve mainstream: over selectiemechanismen in het popmuziekcircuit* (Tielt: Lannoo Campus, 2013), 101.

<sup>2</sup> Howard S. Becker, *Art Worlds* (Berkeley: University of California Press, 1982), 122-23.

<sup>3</sup> Keunen, *Alternatieve mainstream*, 101-2.

<sup>4</sup> *Ibid.*, 92.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 102.

<sup>6</sup> *Ibid.*, 89.

<sup>7</sup> *Ibid.*, 90-1.

<sup>8</sup> *Ibid.*, 93.

bijvoorbeeld dat de verkoop van fysieke audioproducten (cd's), daalt door de opkomst van digitale distributiekanaal, waarbinnen streamingdiensten steeds belangrijker worden.<sup>9</sup>

Hoewel het lastig is om onderzoek te doen naar een dynamisch veld zoals de muziekindustrie, zijn er verschillende instanties die zich hiermee bezig houden. De NVPI houdt de gegevens bij over de platen en cd industrie. Het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) registreert al decennia hoe cultuur en media worden gebruikt door de Nederlander.

## 1.1 Onderzoeken SCP

Het SCP voert vanaf 1975 vijfjaarlijks een Tijd Besteding Onderzoek (TBO) onder Nederlanders vanaf 13 jaar uit, waarin onder andere het luistergedrag naar radio en geluidsdragers onder de loep wordt genomen.<sup>10</sup> Daarnaast doet het SCP specifiek onderzoek naar het gebruik van media (*Alle kanalen staan open* (2010), *Media: Tijd in beeld* (2015)). De cijfers die deze kwantitatieve onderzoeken voortbrengen, bieden inzicht in de ontwikkeling van het gebruik van (audio)media door Nederlanders. De audiomedia die in de onderzoeken van het SCP aan bod komen zijn radio en geluidsdragers. Onder de categorie geluidsdragers onderscheidt het SCP zowel 'oude' ((draagbare) muziekspelers) als 'nieuwe' media (computer/laptop, mobiele telefoon/tablet).<sup>11</sup>

Ook het SCP constateert dat de digitalisering de muziekindustrie veranderd heeft. Er zijn nieuwe geluidsdragers bijgekomen ten koste van meer traditionele geluidsdragers en andere audiomedia (radio) hebben zich deels aangepast aan de veranderingen.<sup>12</sup>

In *Alle kanalen staan open* (2010) schrijven de onderzoekers dat met de komst van het internet het karakter van het luisteren veranderd is.<sup>13</sup> Tabel 1 laat het gebruik van oude (toestel) en nieuwe (streaming) audiomedia per dag zien.

---

<sup>9</sup> NVPI, "Digitaal blijft groeien", NVPI, gepubliceerd op 14 april 2015, <http://www.nvpi.nl/nieuws/digitaal-blijft-groeien> (geraadpleegd op 15 december 2015).

<sup>10</sup> Sociaal Cultureel Planbureau, "Tijdbestedingsonderzoek," SCP, 26 augustus 2008, [http://www.scp.nl/Onderzoek/Bronnen/Beknopte\\_onderzoeksbeschrijvingen/Tijdbestedingsonderzoek\\_TBO](http://www.scp.nl/Onderzoek/Bronnen/Beknopte_onderzoeksbeschrijvingen/Tijdbestedingsonderzoek_TBO) (geraadpleegd op 14 maart 2016); sinds 2011 voert het SCP het TBO samen met het Centraal Bureau Statistiek (CBS) uit.

<sup>11</sup> Frank Huysmans en Jos de Haan, *Alle kanalen staan open: de digitalisering van mediagebruik* (Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2010), 71-3; Nathalie Sonck en Jos de Haan, *Media: Tijd in beeld: dagelijkse tijdsbesteding aan media en communicatie* (Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2015), 50.

<sup>12</sup> Huysmans en de Haan, *Alle kanalen staan open*, 71.

<sup>13</sup> Ibid.;; Kate Lacey schrijft in haar boek *Listening Publics* (2013), dat het karakter van het luisteren al eerder veranderd is. Met de opkomst van de fonograaf, eind negentiende eeuw, was het mogelijk om muziek in private sfeer te beluisteren, terwijl dit daarvoor altijd in *public space* gebeurde. Het luisteren is hierdoor geprivatiseerd, stelt Lacey. De luisterervaring maakte het voor de luisteraar mogelijk om zich zowel "terug te trekken in een eigen wereld" als "in verbinding staan met publieke wereld". Deze privatisering van het geluidslandschap kan volgens Lacey vergeleken worden met de opkomst van de Walkman, eind twintigste

**Tabel 1** Dagbereik van radio en muziek in oude (toestel) en nieuwe (streaming, mobiel) vorm, naar sekse, leeftijd, opleidingsniveau, arbeidsmarktpositie, welstandsklasse en regio, bevolking van 16-80 jaar, 2008 (in procenten)

	oud	nieuw	totaal
allen	69	6	70
man	72	6	73
vrouw	66	5	68
16-24 jaar	61	7	62
25-34 jaar	74	8	76
35-44 jaar	66	7	69
45-54 jaar	66	5	67
55-64 jaar	75	4	76
65-80 jaar	72	2	73
lo, vmbo	64	4	65
havo, vwo, mbo	70	7	71
hbo, wo	74	7	75
werkzaam	69	8	71
niet (meer) werkzaam	69	3	70
A (hoog)	77	6	77
Bb	71	7	72
Bo	74	7	75
C	60	3	60
D (laag)	36	0	36
drie grote steden	63	6	64
rest west	71	5	72
noord	67	7	68
oost	71	6	72
zuid	70	6	71

Vetgedrukte verschillen zijn significant (chikwadraattoets,  $p < .05$ ).

Bron: SCP (*Alle kanalen staan open*, 2010), 72.

De uitkomst van het onderzoek laat volgens het SCP zien dat ‘oude’ en ‘nieuwe’ media niet concurreren maar elkaar juist aanvullen. Luisteraars kiezen zowel voor het gebruik van oude als nieuwe audiomedia in hun dagelijks gebruik.<sup>14</sup> Hierdoor rijst de vraag welke audiomedia Nederlanders daadwerkelijk gebruiken. Tabel 2, afkomstig uit het onderzoek *Media: tijd in beeld* (2015) laat wel zien welke audiomedia Nederlanders gebruiken. Nederlanders luisteren

eeuw, en de iPod aan het begin van de eenentwintigste eeuw: Kate Lacey, *Listening publics: the politics and experience of listening in the media age* (Cambridge: Polity Press, 2013) 113, 117-8.

<sup>14</sup> Huysmans en de Haan, *Alle kanalen staan open*, 73.

voornamelijk naar muziek via een vaste radiospeler in huis of in de auto. Daarna volgt het luisteren via een mobiel apparaat. Het SCP concludeert daarom dat digitaal en mobiel luisteren langzaam toenemen.<sup>15</sup>

**Tabel 2** Tijdsbesteding aan luisteren op een doorsneedag, per mediadrager, Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder en deelnemers aan media-activiteiten, 2013 (in procenten en in uren:minuten)

	aandeel deelnemers (%)	gemiddelde tijd bevolking	tijd door deelnemers
luisteren via	65	2:48	4:19
vast radiotoestel	37	1:31	4:08
autoradio	23	0:22	1:36
draagbare muziekspeler	9	0:17	3:12
computer, laptop	8	0:16	3:33
tablet, mobiele telefoon	6	0:07	1:57
overige apparaten	7	0:13	3:17

Bron: SCP (*Media: Tijd in beeld*, 2015), 50.

Sinds 1975 doet het SCP vijfjaarlijks onderzoek naar de tijdsbesteding van Nederlanders van 12 jaar en ouder. Uit deze resultaten, weergegeven in de publicaties *Achter de schermen* (2004) en *Met het oog op de tijd* (2013), blijkt dat Nederlanders sinds 1975 iedere vijf jaar minder naar radio en geluidsdragers luisteren.<sup>16</sup> Tabellen 3.1 en 3.2 laten zien dat dit geldt voor luisteren als hoofdactiviteit. Luisteren als nevenactiviteit groeit daarentegen wel.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Sonck en de Haan, *Media: Tijd in beeld*, 49.

<sup>16</sup> Mariëlle Cloïn, Andries van den Broek, Remko van den Dool, Jos de Haan, Joep de Hart, Pepijn van Houwelingen, Annet Tiessen-Raaphorst, Nathalie Sonck en Jan Spit,, *Met het oog op de tijd: een blik op de tijdsbesteding van Nederlanders* (Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2013), 89.

<sup>17</sup> Dat luisteren als nevenactiviteit groeit, bespreekt ook Lacey in haar boek. De radio werd, nadat mensen er ook de privésfeer gebruik van maakten, snel een secundair medium. Lacey stelt dat hierdoor een onderscheid gemaakt kan worden tussen 'luisteren' en 'horen'. Luisteren gebeurt geconcentreerd en wanneer hij/zij 'hoort', is de luisteraar minder of niet bewust bezig met hetgeen hij naar luistert, aldus Lacey; Lacey, *Listening Publics*, 128.

**Tabel 3.1** Audio luisteren (radio en geluidsdragers) als hoofdactiviteit, bevolking 12 jaar en ouder, 1975-2005 en 2006-2011 (in uren per week en in procenten, index 2011, 2006=100)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2006	2011	index
media en ICT: tijdsbesteding (uren per week)										
audio luisteren (radio en geluidsdragers)	2,2	1,8	1,4	1,2	0,8	0,7	0,5	0,3	0,3	100
media en ICT: participanten (%)										
audio luisteren (radio en geluidsdragers)	68	60	52	50	41	36	28	21	22	105

Bron: SPC (*Met het oog op de tijd*, 2013), 89.

**Tabel 3.2** Audio luisteren (radio en geluidsdragers) als nevenactiviteit, bevolking 12 jaar en ouder, 2006-2011 (in uren per week en in procenten)

	2006	2011
participanten (%)		
audio luisteren (radio en geluidsdragers)	38	51
tijdsbesteding (uren per week)		
audio luisteren (radio en geluidsdragers)	1,5	3,4

Bron: SPC (*Met het oog op de tijd*, 2013), 90.

Het SCP verklaart in deze publicaties echter niet waarom Nederlanders er al dan niet voor kiezen tijd te besteden aan het beluisteren van radio en geluidsdragers. Bovendien wordt er ook geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende audiomedia. Ook laten de publicaties in het midden wanneer Nederlanders luisteren naar audiomedia als hoofdactiviteit en wanneer zij luisteren beschouwen als een nevenactiviteit. Verschilt dit per persoon, per medium, of per locatie of zijn er mogelijk nog andere omstandigheden die hier invloed op hebben? Wat deze publicaties ook niet laten zien is hoe of waarom men deze producten gebruikt, waarom luisteraars bepaalde media verkiezen boven andere en hoe ze het gebruik ervan ervaren.

Hoewel de onderzoeken van het SCP dus een interessant beeld geven van zowel de ontwikkeling van het mediagebruik als de tijdsbesteding van Nederlanders, roepen de uitkomsten dus ook de nodige vragen op.

## 1.2 Doelstelling

Het doel van mijn onderzoek is een aanzet te geven tot het beantwoorden van die vragen. Dit onderzoek is een kwalitatieve toevoeging aan de onderzoeken van het SCP. Hierbij ligt de nadruk op het luistergedrag, de luisterervaring en de betekenis van die ervaring. Dit onderzoeksverslag beoogt een meer gedetailleerd beeld te schetsen over het luistergedrag van

Nederlanders aan de hand van theorieën over luisteren, luistertypen, luisterhoudingen en luisterervaringen uit de cultuurwetenschap, ethnomusicologie en communicatiewetenschap. De focus ligt daarbij op het luisteren naar muziek. Uit onderzoek van het SCP blijkt namelijk dat audiomedia overwegend gebruikt worden om naar muziek te luisteren.<sup>18</sup>

Vanwege mijn grote affiniteit met popmuziek en mijn werk in de poppodia- en festivalsector, ben ik vooral benieuwd naar hoe mijn generatiegenoten oude en nieuwe media gebruiken voor het luisteren naar muziek. Daarom heb ik ervoor gekozen de groep jongvolwassenen (jongeren van 20 tot 34 jaar) centraal te stellen.<sup>19</sup>

### **1.3 Hoofd- en deelvragen**

Om bovenstaande tabellen te voorzien van kwalitatieve informatie wordt in dit onderzoek de volgende hoofdvraag beantwoord: Hoe luisteren jongvolwassenen naar muziek?

Deze vraag wordt beantwoord aan de hand van de volgende deelvragen:

- Welke audiomedia gebruiken jongvolwassenen en waarom gebruiken zij juist deze audiomedia?
- Welke luisterhoudingen nemen de jongvolwassenen aan en welke invloed heeft de situatie op het luistergedrag?
- Hoe ervaren jongvolwassenen muziek en hoe verschilt die ervaring tussen audiomedia en livemuziek?

### **1.4 Leeswijzer**

Dit onderzoekverslag bestaat uit vijf hoofdstukken. In het tweede hoofdstuk wordt de gebruikte methode van dit onderzoek uitgewerkt en de werkwijze beschreven. Het derde hoofdstuk bevat een bespreking van de relevante theorieën en uitgangspunten voor dit onderzoek, die hebben geleid tot de ontwikkeling van de gespreksleidraad (topiclijsten) van dit onderzoek. Hoofdstuk 4 betreft de verslaglegging van de drie focusgroepen die hebben plaatsgevonden in het kader van dit onderzoek. Tot slot volgen in hoofdstuk 5 de conclusie, een kritische reflectie op het onderzoek en aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

In de bijlagen zijn het gespreksschema, de kernthema's, voorbeelden van de transcripten met open en axiale codering en een lijst van audiomedia en platformen (genoemd

---

<sup>18</sup> Cloïn et al., *Met het oog op de tijd*, 88; Andere gebruiksvormen zijn bijvoorbeeld het luisteren naar podcasts of audioboeken.

<sup>19</sup> Dit loopt parallel aan de leeftijdsindeling van de SCP onderzoeken *Achter de schermen* (2004), *Alle kanalen staan open* (2010) en *Media: Tijd in beeld* (2015)



door de respondenten). Om de omvang van dit onderzoeksverslag te beperken zijn van elk transcript vijf pagina's van de verschillende hoofdthema's toegevoegd. Focusgroep 3 (open codering): het medium; focusgroep 1 (axiale codering): de situatie; focusgroep 2 (axiale codering): de luisteraar en de luisterervaring.

## Hoofdstuk 2 – Methodologie van het onderzoek

Dit onderzoek beoogt in beeld te brengen hoe jongvolwassenen tussen de 20 en 34 jaar luisteren - bij het gebruik van verschillende audiomedia. De nadruk ligt hierbij op de ervaring en de betekenis van die ervaring, waardoor dit onderzoek aanvullend is op de kwantitatieve cijfers van de SCP-onderzoeken en het wetenschappelijke discours rondom dit onderwerp. In het kader van dit onderzoek zijn focusgroepen georganiseerd die een fenomenologische insteek hebben.

### 2.1 Fenomenologie

Het onderzoek dat is uitgevoerd in het kader van deze scriptie is kwalitatief van aard. In grote lijnen bestaan er twee varianten van kwalitatief onderzoek. Binnen de eerste variant wordt er onderzoek gedaan naar kenmerken van taal en communicatieprocessen. De andere variant focust zich op het begrijpen van betekenissen van teksten of gedrag. Deze vorm van kwalitatief onderzoek wordt ook wel de interpretatieve variant genoemd.<sup>20</sup>

Binnen deze interpretatieve variant is het uitgangspunt het specifieke karakter van de sociale werkelijkheid. In plaats van het geloof in een ‘externe’ werkelijkheid, wordt er vanuit gegaan dat mensen betekenis geven aan verschijnselen. Deze betekenissen wisselen zij onderling uit tijdens alledaagse interacties en zo construeren zij gezamenlijk een werkelijkheid.<sup>21</sup> Een invalshoek binnen deze vorm van onderzoek is de fenomenologie. Het onderzoek dat gedaan is voor deze scriptie is beïnvloed door deze methode.

De fenomenologie is van oorsprong een filosofische stroming die aan het eind van de negentiende, begin twintigste eeuw werd ontwikkeld door filosoof Edmund Husserl.<sup>22</sup> Husserl ontwikkelde de (wijsgerige) fenomenologische methode omdat hij vond dat “het mentale [...] niet op dezelfde natuurwetenschappelijke kwantitatieve manier benaderd [moet] worden als de natuur buiten ons.”<sup>23</sup> De fenomenologische methode heeft twee belangrijke kenmerken. Allereerst wordt directe intuïtie gehanteerd als bron en test van alle kennis. Daarnaast is geloof in de filosofische mogelijkheden en noodzakelijkheid van inzicht in essentiële structuren van belang.<sup>24</sup> Wanneer deze twee zaken in acht genomen worden kan het doel van

---

<sup>20</sup> Hennie Boeije, *Analyseren in kwalitatief onderzoek: Denken en doen* (Amsterdam: Boom Onderwijs, 2008), 19-20.

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Rob van Gerwen, *Kennis in Schoonheid: een inleiding in de moderne esthetica*, (Amsterdam: Boom Meppel, 1992), 132.

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Ibid.

de fenomenologische methode nagestreefd worden: het verbreden en verdiepen van de directe ervaring. Een ander belangrijk punt van aandacht is volgens Husserl het terug gaan ‘*zu den Sachen*’, dat wil zeggen dat het belangrijk is dat “[we] alles wat we [menen] te weten, moeten proberen weg te denken en [we moeten] proberen om de dingen waar te nemen alsof we ze voor het eerst zien”. Hierdoor kan een rijke analyse van de ervaring ontstaan. De (eigen) werkelijkheid wordt dan door de onderzoeker (of in dit geval de respondenten) gecreëerd.<sup>25</sup>

Fenomenologisch onderzoek bestaat uit drie verschillende stappen: schouwen, analyse en beschrijving. Het schouwen is het verzamelen van het belevingsmateriaal. De fenomenologische analyse probeert elementen en verbanden van het belevingsmateriaal te achterhalen en zo structuur in de belevingen te ontdekken. Tot slot leiden de schouwing en analyse tot de fenomenologische beschrijving, hetgeen kennis over het belevingsmateriaal oplevert.<sup>26</sup>

## 2.2 Focusgroeponderzoek

Focusgroeponderzoek is een uitstekende manier om verkennend onderzoek te doen. Het biedt in dit geval meer mogelijkheden dan bijvoorbeeld diepte-interviews. Door de groepsdynamiek vindt er veel interactie plaats tussen de respondenten, waardoor zij elkaar aan het denken zetten en er nieuwe invalshoeken ontstaan.<sup>27</sup> Door het horen van reacties van anderen kunnen de respondenten zich hun eigen ervaringen beter herinneren.<sup>28</sup> Natuurlijk zitten er ook nadelen aan het gebruik van deze methode. Zo is het onder andere mogelijk dat de deelnemers elkaar beïnvloeden. Antwoorden zijn daarom afhankelijk van de sfeer en setting en kunnen per focusgroep verschillen. Daarnaast kunnen er ook dominante sprekers in het gezelschap aanwezig zijn waardoor niet iedereen zijn of haar mening durft te geven.<sup>29</sup> Het is daarom van belang dat de gespreksleider hier scherp op toeziet.

In de focusgroepen komen verschillende thema’s aan bod die gebaseerd zijn op literatuur over luistergedrag en -ervaring. Het onderzoek is voor het grootste gedeelte gericht op de betekenissen van de verschillende waarden en ideeën van de respondenten in plaats van metingen. Bovendien biedt focusgroeponderzoek de vrijheid om flexibel om te gaan met de topiclijst waardoor de ervaringen van de respondenten niet slechts oppervlakkig blijven maar

---

<sup>25</sup> Van Gerwen, *Kennis in Schoonheid*, 132.

<sup>26</sup> *Ibid.*, 135.

<sup>27</sup> Paul Ketelaar, Felix Hentenaar en Marloes Kooter, *Groepen in de focus: in vier stappen naar focusgroeponderzoek* (Den Haag: Boom Lemma, 2011), 30-1.

<sup>28</sup> Ben Baarda, Ester Bakker, Tom Fischer, Mark Julsing, Martijn de Goede, Vincent Peters en Therese van der Velden, *Basisboek Kwalitatief Onderzoek, Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek* (Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers, 2013), 64.

<sup>29</sup> *Ibid.*

goed ontrafelt worden.<sup>30</sup> Omdat dit een kwalitatief onderzoek betreft, zullen de resultaten in de conclusie meer diepgang bieden dan een kwantitatief onderzoek. Het keerpunt hiervan is echter dat de resultaten minder makkelijk te generaliseren zijn.

### 2.2.1 Doelgroep

De doelgroep is gekozen aan de hand van de indeling die het SCP in de kwantitatieve onderzoeken *Met het oog op de Tijd* (2013) en *Media: tijd in Beeld* (2015) heeft gemaakt. Het SCP deelt de groepen als volgt in: 13 – 19 jaar, 20 – 34 jaar, 35 – 49 jaar, 50 – 65 jaar en >65 jaar. Door de korte periode die beschikbaar is voor dit onderzoek focust deze studie zich op de doelgroep 20 – 34 jaar. Deze groep jongvolwassenen heeft de afgelopen 15 jaar de overgang van fysieke producten naar digitale bestanden bewust meegemaakt. Bovendien gebruikt deze doelgroep dagelijks de meeste audiomedialen en lopen zij voorop in het gebruik van nieuwe audiomedialen (laptop, mobiele telefoon et cetera).<sup>31</sup>

Er is gepoogd drie zo divers mogelijke focusgroepen te organiseren, denk hierbij aan verschillen in leeftijd, geslacht, opleiding, levensfase en ook het al dan niet muzikkliefhebber of muzikant zijn.<sup>32</sup> De respondenten zijn via sociale media en eigen kenniskring geworven. Respondenten die elkaar kennen, zijn zo veel mogelijk in verschillende groepen geplaatst. Dit om de kwaliteit van de focusgroepen te waarborgen.<sup>33</sup> Gezien de omvang van dit onderzoek is het helaas niet gelukt om aan alle criteria te voldoen. Zo zijn bijna alle respondenten woonachtig in de randstad. Daarnaast bestaat de tweede focusgroep uit respondenten met een redelijk eenzijdig werkveld.

Twee van de drie focusgroepen bestaan deels uit professionele muzikanten. Professionele muzikanten zijn in dit geval musici die betaald worden voor optredens. Deze keuze is bewust gemaakt omdat de hypothese bestaat dat muzikanten muziek anders benaderen en ervaren dan de niet muzikaal geschoolde respondenten. Deze hypothese is gebaseerd op de theorie van Adorno met betrekking tot verschillende luistertypen.<sup>34</sup> De professionele musici vallen binnen de omschrijving van de ‘expert luisteraar’ of ‘goede verstaander’ en nemen waar wat voor een leek niet hoorbaar is.

---

<sup>30</sup> Ketelaar et al., *Groepen in de focus*, 18.

<sup>31</sup> Huysmans en de Haan, *Alle kanalen staan open*, 72.

<sup>32</sup> De selectiecriteria van dit onderzoek ook gebaseerd op het onderzoek van Bisschop Boele. Evenals in zijn onderzoek is er gezocht naar respondenten met verschillende muzikale voorkeuren, breed of specifiek, en is er geselecteerd op basis van uitvoerende muzikale activiteiten, muzikant of niet-muzikant.

<sup>33</sup> Ketelaar et al., *Groepen in de focus*, 18-9.

<sup>34</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 24-6.

## 2.3 Operationalisering

In het kader van dit onderzoek hebben er drie focusgroepen plaatsgevonden met een totaal van achttien respondenten. Iedere focusgroep bestond uit een groep van 6 respondenten. De richtlijn voor het ideale aantal deelnemers van een focusgroep ligt tussen de zes en acht personen.<sup>35</sup> Deze richtlijn is voor dit onderzoek gehandhaafd en ook behaald.

De focusgroepen vonden plaats in Utrecht, in de backstage-/vergaderruimte van poppodium Ekko. Deze locatie bevindt zich op een centrale plaats in de stad en op loopafstand van het centraal station van Utrecht. Hierdoor is de locatie gemakkelijk te bereiken voor de respondenten. Bovendien biedt de locatie een neutrale en ongedwongen sfeer waardoor er een informele setting ontstaat die een positief effect heeft op de groepsdynamiek. De focusgroepen werden gehouden op respectievelijk: 28 december 2015, 29 december 2015 en 4 januari 2016 van 13:00 uur tot 15:00 uur. Ik heb ervoor gekozen om voorafgaand aan de focusgroepen de respondenten een lunch aan te bieden. Hierdoor veronderstelde ik dat de respondenten zich al voor aanvang van het gesprek op hun gemak konden voelen bij elkaar.

De respondenten werden via sociale media, zoals Facebook en LinkedIn, en de kenniskring van mijzelf geworven. Hierbij werd de beschikbaarheid en een aantal kenmerken (leeftijd, opleiding en/of werkgebied, muzikant of niet, muzieksmaak) genoteerd. Hieruit werden drie focusgroepen met 6 respondenten gecreëerd, waarbij het streven was drie zo divers mogelijke focusgroepen samen te stellen. In verband met de beschikbaarheid van de respondenten bestond de tweede focusgroep uit een groep mensen uit dezelfde beroepssector. Zij zijn allen veelal werkzaam en geïnteresseerd in de culturele sector. Bij de benaderde groep zat slechts een gering aantal respondenten die weinig tot geen interesse hebben in muziek. Helaas waren zij geen van allen beschikbaar op de data dat de focusgroepen plaatsvonden. Hierdoor bestonden de focusgroepen uit respondenten die een brede en/of een specifieke muzieksmaak hebben.

In de zoektocht naar respondenten werd een oproep verspreid met daarin een korte introductie op het thema van het onderzoek. Ook werd in dit bericht vermeld dat deelname anoniem is. Zowel in de transcripten van de focusgroepen als in dit onderzoeksverslag worden de respondenten dan ook aangeduid als R1 tot en met R18. Er is gekozen voor een anoniem onderzoek omdat de antwoorden van de respondenten emotioneel en persoonlijk van aard

---

<sup>35</sup> Ketelaar et al., *Groepen in de focus*, 18-9.

zijn. Door hun anonimiteit te waarborgen kunnen de respondenten vrij spreken en wordt de kwaliteit van het onderzoek gewaarborgd.<sup>36</sup>

## 2.4 Gespreksleidraad

Ter voorbereiding op de focusgroep gesprekken is er een gespreksleidraad ontwikkeld als houvast voor het gesprek. Hoewel deze leidraad in grote lijnen de structuur van het gesprek heeft bepaald, is er ook ruimte geweest om dieper in te gaan op verschillende onderwerpen. Ik nam voor de gesprekken de rol van gespreksleider op me.<sup>37</sup>

Omdat een goede focusgroep valt of staat bij interactie tussen de respondenten werden zij aangemoedigd om op elkaar te reageren. De respondenten werden ontvangen met een lunch om zo al een eerste kennismaking te stimuleren. Hierna werd de bijeenkomst gestart met het voorstellen van mezelf en een korte introductie over het onderwerp. Voorafgaand aan het gesprek werd een aantal afspraken gemaakt zodat de respondenten zich op hun gemak zouden voelen en vrijuit konden spreken. Ook werd hen gevraagd of zij er mee akkoord gingen dat het gesprek werd opgenomen. Een aantal respondenten kende elkaar al persoonlijk maar om een compleet beeld van iedereen te krijgen werd de respondenten gevraagd zich kort te introduceren.

Na het inleidende deel van de bijeenkomst werd in beeld gebracht welke audiomedia de respondenten gebruiken. Hiervoor moesten zij een schema invullen dat was opgesteld aan de hand van onderzoeken van het SCP.<sup>38</sup> De respondenten moesten hierbij invullen hoe vaak zij een medium gebruiken en waar zij voornamelijk gebruik maken van dit medium. Hierbij was ook eigen inbreng mogelijk vanuit de respondenten. Vervolgens werd gezamenlijk besproken waarvoor zij de audiomedia gebruiken, waarnaar zij luisteren en ook waarom zij juist die audiomedia daarvoor gebruiken.

Nadat in kaart was gebracht welke audiomedia de respondenten gebruiken en waarom, werd de focus verlegd van het medium naar de situatie waarin de luisteraar zich bevindt. Allereerst werd de respondenten de vraag gesteld waarop zij focussen wanneer zij naar muziek luisteren. De respondenten moesten deze antwoorden op post-its schrijven en inleveren bij mij. Er vond bij deze opdracht geen overleg plaats omdat ik wilde voorkomen dat de respondenten elkaar zouden beïnvloeden bij het beantwoorden van deze vraag. Vervolgens werd de respondenten gevraagd om op post-its te schrijven tijdens welke activiteiten zij allemaal muziek luisteren. Hierna werden er verschillende topics aangesneden,

---

<sup>36</sup> Baarda et al., *Basisboek Kwalitatief Onderzoek*, 105.

<sup>37</sup> Het gespreksschema is toegevoegd als bijlage, pagina 72-5.

<sup>38</sup> Bijlagen – Gespreksschema, pagina 73.

waarbij de volgorde van de topics afhing van de antwoorden die de respondenten gaven, om het gesprek zo vloeiend mogelijk te laten verlopen. De topics die in dit deel van het gesprek behandeld werden, hadden betrekking op luisterhoudingen en de luistersituatie, zowel emotioneel als geografisch. Na een korte pauze werd er gestart met het laatste deel van de focusgroep. De luisteraar en luisterervaring waren hierbij de invalshoek. Topics als waarom er naar muziek wordt geluisterd, de invloed van audiomedia op muziek, gaven een beeld van het luistergedrag en de luisterervaring van de respondenten. Ook werd er een vergelijking gemaakt tussen muziek geconsumeerd via audiomedia en live concerten. Aan het eind van het gesprek hadden de respondenten de mogelijkheid tot het stellen van vragen en het geven van opmerkingen.

## **2.5 Data-analyse**

Van de focusgroepen zijn geluidsopnames gemaakt, welke zijn getranscribeerd. Aan de hand van deze documenten zijn de gesprekken geanalyseerd en is er een codering opgesteld om de belangrijkste thema's in kaart te brengen. Hierbij is de focusgroep met de grootste diversiteit aan deelnemers gebruikt voor een open codering, dit was de derde focusgroep. Hierbij is gebruik gemaakt van in vivo, gericht en samenvattend coderen. Deze open codering is vervolgens gebruikt om een axiale codering op te stellen. Bij de analyse van de eerste en tweede focusgroep is gebruik gemaakt van deze axiale codering.<sup>39</sup>

## **2.6 Leesbaarheid**

In de focusgroepen zijn onder andere de audiomedia die het SCP in haar onderzoeken meeneemt, besproken. Dat zijn de volgende audiomedia: vast radiotoestel, autoradio, internetradio, platenspeler, band-/cassetterecorder, cd-speler, mp3-speler/iPod, computer/laptop, mobiele telefoon/tablet. Omwille van de leesbaarheid van dit onderzoeksverslag is er voor gekozen om een aantal van deze omschrijvingen te verkorten. Vast radiotoestel wordt vervangen door radio, band-/cassetterecorder wordt cassetterecorder, mp3-speler/iPod wordt mp3-speler, computer/laptop wordt laptop en tot slot wordt mobiele telefoon/tablet in dit onderzoeksverslag vervangen door mobiele telefoon.

---

<sup>39</sup> Baarda et al., *Basisboek Kwalitatief Onderzoek*, 321-8.

## Hoofdstuk 3 – Luisteren naar muziek, theorieën en benaderingen

In dit hoofdstuk wordt relevante literatuur voor dit onderzoek besproken. Het onderzoek naar luisteraars en muziek luisteren via audiomedia is nogal versnipperd. Er zijn aanzetten tot discussies in wetenschappelijke disciplines zoals de muzieksociologie, muziekpsychologie, communicatie- en mediawetenschappen en muziekethnografie. Tot op heden is het luisteren naar muziek via media hoofdzakelijk bestudeerd vanuit het audiomedium radio en staat het luisteren via nieuwe audioplatforms in het wetenschappelijke circuit nog in de kinderschoenen.<sup>40</sup> De hier besproken auteurs hebben zich het duidelijkst uitgesproken over het luisteren naar muziek en luisterhoudingen en boden interessante aanknopingspunten voor het ontwikkelen van de gespreksleidraad en de analyse van de focusgroepen.

### 3.1 Luistertypen

Een autoriteit op het gebied van muzieksociologie was Theodor W. Adorno op wiens werk tot op de dag van vandaag wordt teruggegrepen door enkele hierna te bespreken auteurs. In *Dissonanzen. Einleitung in die Musiksoziologie* (1973) schetst Adorno een beeld van zeven verschillende ideaaltypen van luisteraars.<sup>41</sup> Deze luistertypen zijn gebaseerd op luisteraars die intrinsiek gemotiveerd zijn om muziek te consumeren. Adorno beschrijft van ieder ideaaltipe hoe deze de muziek ervaart en hoe de muzikale ervaring (al dan niet) tot stand komt. Max Paddison onderscheidt uit Adorno's zeven luistertypen twee vormen van luisteren: adequaat en regressief. De luistertypen van Adorno gaan er van uit dat muziek objectief geconstrueerd is en daardoor betekenis in zichzelf draagt, stelt Paddison.<sup>42</sup>

*Der Experte en die Gute Zuhörer* behoren tot de categorie van adequate luisteraars.

---

<sup>40</sup> In kranten en tijdschriften wordt hier al wel veel over geschreven: Stijn Bronzwaer, "De cd is een verschrikkelijk product", NRC, gepubliceerd op 24 februari 2014, <http://www.nrc.nl/handelsblad/2014/02/24/de-cd-is-een-verschrikkelijk-product-1349566> (geraadpleegd op 16 maart); Thijs van Soest, "Nederlandse jeugd streamt massaal muziek en tv," Volkskrant, gepubliceerd op 26 juni 2014, <http://www.volkskrant.nl/media/nederlandse-jeugd-streamt-massaal-muziek-en-tv~a3679354/> (geraadpleegd op 16 maart); Volkskrant Redactie, "Nederlandse muziekindustrie groeit: digitaal passeert fysiek," Volkskrant, gepubliceerd op 21 januari 2016, <http://www.volkskrant.nl/muziek/nederlandse-muziekindustrie-groeit-digitaal-passeert-fysiek~a4229921/> (geraadpleegd op 16 maart); Op 16 maart 2016 heeft de Gemeente Eindhoven een visiedocument gepubliceerd over de verandering van muziekbeleving door technologische ontwikkelingen: Mary-Ann Schreurs, "Toekomstmuziek: Welkom bij de toekomst van muziek," (Eindhoven: Gemeente Eindhoven, 2016). Deze publicatie laat echter alleen mannen aan het woord, waardoor er wellicht een eenzijdig beeld ontstaat. In de muziekindustrie werken immers ook vrouwen, die wellicht andere zaken belichten dan hun mannelijke collega's.

<sup>41</sup> Theodor W. Adorno, "Typen musikalischen Verhaltens," in *Dissonanzen. Einleitung in die Musiksoziologie* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1973), 178-198. Adorno wijst erop dat de indeling van zijn luistertypen niet gebaseerd is op empirische feiten, vandaar ideaaltypen.

<sup>42</sup> Max Paddison, *Adorno's Aesthetics of Music* (Cambridge: Cambridge University Press, 1993), 209-10.



Deze luisteraars kenmerken zich doordat zij kennis hebben van de techniek en structuur van muziek. Hoewel de ‘goede verstaander’ iets minder bewust luistert dan ‘de expert’, “luistert [*die Gute Zuhörer*] doorheen het muzikaal eenvoudige, het detail, en hoort samenhang”. De adequate luistertypen kunnen hierdoor de structuur van een compositie waarderen en bovendien is hun smaak niet gebaseerd op massacultuur of willekeur, maar is deze esthetisch beargumenteerd.<sup>43</sup>

De vijf overige luistertypen die Adorno beschrijft, vallen onder de tweede categorie: de regressieve luisteraars. Daarmee wordt bedoeld dat, in tegenstelling tot adequate luisteraars, regressieve luisteraars niet focussen op de techniek en structuur van een muziekstuk maar op “bepaalde momenten, vermeende mooie melodieën, grandioze ogenblikken.”<sup>44</sup> De regressieve luisteraar wordt voornamelijk getriggerd door wat in termen van de popmuziek een ‘hook’ wordt genoemd: een klein deel van een lied, vaak bestaande uit een paar noten, dat eenvoudig herkenbaar is en vaak herhaald wordt, waardoor het de aandacht van de luisteraar grijpt en vasthoudt.<sup>45</sup>

De eerste regressieve luisteraar die Adorno noemt is de *Bildungskonsument*. Deze luisteraar luistert vaak naar muziek en is daarbij goed geïnformeerd over de muziek die hij luistert. Ook bezoekt hij vaak concerten. Hoewel hij veel over de muziek weet, mist dit type inzicht in structuur en techniek waardoor de kennis volgens Adorno oppervlakkig blijft. Bovendien luistert de *Bildungskonsument* niet structureel naar muziek., maar “luiert” op sommige momenten en is slechts gefocust op de hoogtepunten van een muziekstuk.<sup>46</sup>

De *Emotionale Zuhörer* is het tweede regressieve luistertype dat Adorno beschrijft. De ‘emotionele luisteraar’ associeert gevoelens en belangrijke gebeurtenissen uit het leven met muziek. Doordat deze luisteraar zich laat leiden door meningen en gevoelens houdt hij zich niet bezig met vormanalyse van een muziekstuk en verafschuwt dit zelfs.<sup>47</sup> De tegenhanger van de ‘emotionele luisteraar’ ontspoort zich in de *Ressentimentzuhörer*, die Adorno vervolgens beschrijft. Dit luistertype luistert statisch naar muziek en is vaak gericht op één bepaalde muzikale periode of genre. Bovendien is deze luisteraar non-conformistisch en veracht hij de muziekindustrie. Ook is de *ressentiment*luisteraar conservatief omdat hij terugverlangt naar authenticiteit van voorbije tijden. Adorno noemt de *Jazz-Experte* als equivalent van de

---

<sup>43</sup> Adorno, “Typen musikalischen Verhaltens,” 181-3.

<sup>44</sup> Ibid., 184.

<sup>45</sup> Gary Burns, “A typology of hooks in popular records” in *Popular Music*, Volume 6, nummer 1, januari 1987, 1.

<sup>46</sup> Adorno, “Typen musikalischen Verhaltens,” 184-5.

<sup>47</sup> Ibid., 185-7.

*ressentiment*luisteraar. De ‘jazzexpert’ heeft echter minder drang naar authenticiteit.<sup>48</sup>

Het vierde regressieve luistertype dat Adorno beschrijft is de *Unterhaltungszuhörer*. Dit is volgens Adorno de groep die het meeste voorkomt. Zij luisteren de hele dag naar muziek maar zijn ondertussen bezig met andere dingen. Deze ‘vermaaksluisteraar’ luistert dan ook niet geconcentreerd en muziek is voor hem vooral afleiding.<sup>49</sup>

*Gleichgültichen*, *Unmusikalischen* en *Antimusikalischen* vormen de laatste groep regressieve luisteraars. De gedragskenmerken ‘desinteresse’, ‘onkunde’ en ‘onwil’, zorgen voor het luistergedrag van deze groep. Adorno schrijft dat hij veronderstelt dat deze kenmerken voortkomen uit een slechte jeugd.<sup>50</sup>

Vijftig jaar later uit Henkjan Honing in zijn boek *Iedereen is muzikaal* (2009) kritiek op de beweringen van Adorno en volgelingen, dat muziek objectief gestructureerd is. Volgens Honing is een luisterervaring subjectief en hij is van mening dat het de luisteraar is die betekenis geeft aan de muziek.

Adequate luisteraars, die Honing de ‘professionele luisteraar’ noemt, hebben kennis van muziektechniek en kunnen hierdoor essentiële aspecten van de muziek horen. Bovendien beschikt de professionele luisteraar over de gave om verslag te doen van zijn of haar luisterervaringen. Honing beschrijft dat dit door anderen gezien wordt als “iets wat getuigt van muzikale kennis en kunde”. De redenatie van muziekprofessionals lijkt, volgens Honing, dat een ongeletterde (regressieve) luisteraar een ervaring niet kan verwoorden waaruit blijkt dat hij de muziek niet *echt* hoort.<sup>51</sup> Honing onderzoekt in zijn boek of het klopt dat de ongeletterde luisteraar oppervlakkig luistert, de impact van de muziek mist en de muziek niet echt hoort en ervaart.<sup>52</sup>

Volgens Honing klopt het dat jonge, ongeletterde luisteraars (nog) geen expliciete kennis van muziek hebben. Hij vraagt zich echter af of deze ‘oppervlakkige’ luisteraars “voor het overgrote deel de impact van muziek” missen en hierdoor de muziek ook minder ervaren dan ‘professionele luisteraars’.<sup>53</sup> Dit is volgens Honing niet het geval, hij beargumenteert zelfs dat wanneer een luisteraar nog jong en ongeletterd is, muziek met de grootste impact binnenkomt. “Er zullen weinig musici zijn die niet in hun jeugd een heftige, beslissende muzikale ervaring gehad hebben, een flash, die beslissend was voor de rol die muziek in hun

---

<sup>48</sup> Ibid., 188-92.

<sup>49</sup> Adorno, “Typen musikalischen Verhaltens”, 192-6.

<sup>50</sup> Ibid., 196.

<sup>51</sup> Henkjan Honing, *Iedereen is muzikaal: wat we weten over het luisteren naar muziek* (Amsterdam: Nieuw Amsterdam Uitgevers: 2009), 29-30.

<sup>52</sup> Ibid., 30.

<sup>53</sup> Ibid.

leven speelt: een (oer)ervaring die nog altijd een bron van inspiratie is”, stelt Honing.<sup>54</sup> Toch wil Honing deze pure ervaring niet idealiseren. Er zijn volgens hem verschillende elementen die invloed hebben op de muzikale ervaring. Wanneer een luisteraar bekender raakt met een genre zal hij of zij meer ordening en structuur herkennen waardoor de ervaring beïnvloed en veranderd kan worden.<sup>55</sup> Daarnaast kan vanuit een cognitief oogpunt de ervaring, en dan met name de beschrijving van die ervaring, beïnvloed worden. Hierbij speelt de beschikbaarheid van een begrippenkader een rol. Wanneer de luisteraar slechts één begrip kent om een ervaring te omschrijven wordt deze omschrijving minder uitgebreid dan wanneer er meerdere begrippen gebruikt worden.<sup>56</sup> ‘Weten van muziek’ is een invloed die hieruit voort komt, stelt Honing: “dat wil zeggen het beschikken over meerdere categorieën om muzikale fenomenen in te delen.”<sup>57</sup> Ook door de kennis over muziek kan het luisteren en de muzikale ervaring beïnvloed worden.<sup>58</sup> Honing stelt echter dat “expertise en de rol van expliciete muzikale kennis vaak worden overschat” niet alleen in het verleden, door Adorno en diens generatiegenoten, maar ook door muziekprofessionals van nu.<sup>59</sup> Het verschil tussen muziekexperts en jonge, onervaren luisteraars blijkt “in werkelijkheid niet zo groot te zijn als je zou verwachten.”<sup>60</sup> Een luisteraar hoeft volgens Honing geen specifieke kennis van muziek te hebben om muzikaal te zijn. “Kennis van muziek en luisteren naar muziek hebben betrekkelijk weinig met elkaar van doen”, aldus Honing.<sup>61</sup> Hoewel niet iedere luisteraar weet waarom de muziek hem of haar raakt, ze *horen* het wel.<sup>62</sup>

### 3.2 Luisterhoudingen

De Zweedse onderzoekster Carin Åberg maakt in haar onderzoek een onderscheid tussen ‘luisteren’ en ‘horen’. In haar proefschrift *The sound of Radio* (1999) onderscheidt zij drie verschillende luisterhoudingen ten opzichte van de output van radio. Allereerst beschrijft zij *a*

---

<sup>54</sup> Honing, *Iedereen is muzikaal*, 31-2. Het voert te ver om in het kader van deze scriptie in te gaan op Honing’s pleidooi over de ongeletterde luisteraar. Er moet echter wel opgemerkt worden dat zijn argumentatie hier niet sterk wordt opgebouwd. Honing probeert een statement te maken aangaande de impact van muziek op jonge, ongeletterde luisteraars maar schakelt vervolgens direct over op de impact die muziek heeft gehad op luisteraars die uiteindelijk (uitvoerend) musicus zijn geworden. Hiermee maakt hij zelf opnieuw het onderscheid (tussen de geletterde, musicus, en ongeletterde luisteraar) dat hij probeert te bekritisieren.

<sup>55</sup> Honing, *Iedereen is muzikaal*, 32.

<sup>56</sup> Ibid., 32-3.

<sup>57</sup> Ibid., 33.

<sup>58</sup> Deze bewering is dezelfde als Honing maakt als die vanuit het cognitieve oogpunt. In beide gevallen beschikt de luisteraar over meer kennis van muzikale categorieën en kan hij/zij dus beter zijn/haar ervaring beschrijven. Het wordt niet duidelijk waarom Honing deze beweringen als twee aparte punten behandelt.

<sup>59</sup> Honing, *Iedereen is muzikaal*, 31-3.

<sup>60</sup> Honing sluit zijn hoofdstuk af met dit statement zonder daar bewijs voor te voeren of dit uit te leggen. Hierdoor kunnen er vraagtekens gezet worden bij zijn uitspraak.

<sup>61</sup> Honing, *Iedereen is muzikaal*, 34.

<sup>62</sup> Ibid.

*concentrated way of listening*, die beschouwd kan worden als een zogenaamde ‘primaire’ luisterhouding waarbij de luisteraar aandachtig en geconcentreerd luistert naar bewust gekozen programma’s. Het luisteren is hier de hoofdactiviteit. Ten tweede schrijft zij over *radio listening as a secondary activity*. Bij deze, door haar ook ‘parallel’ genoemde luisterhouding ligt de nadruk vaak op een andere activiteit, maar verschuift de aandacht van de luisteraar constant tussen het luisteren en de andere activiteit. Tot slot noemt Åberg *radio listening as a completely secondary activity*. Muziek via de radio dient hierbij slechts als achtergrondopvulling en het luisteren is een nevenactiviteit. Deze vorm van luisteren wordt door Åberg ook wel ‘niet luisteren’ genoemd.<sup>63</sup> De luisterhoudingen die Åberg beschrijft, nemen de situatie waarin de luisteraar zich bevindt nadrukkelijk in beschouwing.

Åberg benoemt in haar proefschrift ook verschillende functies die de radio heeft, gekoppeld aan de verschillende luisterhoudingen.<sup>64</sup> Hoewel dit niet het hoofdonderwerp van haar onderzoek is, is het zeker interessant om een blik op deze functies te werpen. Wanneer de luisteraar naar de radio luistert als hoofdactiviteit biedt dat de luisteraar intellectueel plezier, kennis over (sociaal) belangrijke feiten en waarden, educatie, informatie en muziek als entertainment, stelt Åberg. Wanneer de luisteraar een parallelle luisterhouding aanneemt, zullen deze functies slechts voor minimale gedeeltes van de radioprogramma’s teweeg worden gebracht. Meer voorkomende functies bij een parallelle luisterhouding zijn volgens Åberg het gezelschap bieden in tijden van eenzaamheid, het zijn van een altijd aanwezige gast en entertainment tijdens niet veeleisend handwerk. Tot slot kan de radio ook functioneren als ‘muzikaal behang’ om sfeer te creëren, tempo om dagelijkse routines uit te voeren en het kan worden ingezet om de concentratie te verbeteren. Deze laatste functies zijn volgens Åberg voornamelijk van toepassing op een volledig secundaire luisterhouding.<sup>65</sup>

Philomeen Lelieveldt wijst erop dat er in de afgelopen jaren een verschuiving heeft plaats gevonden in de programmering van klassieke muziekzenders van aanbodgestuurd naar vraaggestuurd. Daarbij is het niet zozeer de luisteraar zelf maar de vermeende situatie waarin de luisteraar zich bevindt, die in toenemende mate de randvoorwaarden van de programmeringsformats bepaalt. Zij stelt dat daarbij het secundaire gebruik van het medium de randvoorwaarde is geworden en dat er veel verzet is onder muziekkenners tegen deze veranderingen omdat ze ten koste gaan van aandacht en tijd voor muzikale genres die minder

---

<sup>63</sup> Carin Åberg, *The sounds of Radio: On radio as an auditive means of communication* (Stockholm: Departement of Journalism, Media and Communication, 1999), 46.

<sup>64</sup> Ibid., 47. De indeling van luisterhoudingen die Åberg heeft gemaakt, is gebaseerd op het gebruik van de radio. Deze indeling van luisterhoudingen kan echter ook gebruikt worden bij andere audiomedialia.

<sup>65</sup> Åberg, *The sounds of Radio*, 47.

makkelijk secundair te gebruiken zijn, zoals veel kunstmuziek en alternatieve popmuziek.<sup>66</sup> Deze muzikale genres vereisen een luisterhouding met meer focus. Åberg wijst in haar proefschrift ook op deze luisterhouding, die door de componist Michel Chion *reduced listening* wordt genoemd.<sup>67</sup> Deze vorm van luisteren focust op de karaktereigenschappen van de muziek en komt volgens Chion alleen voor bij personen met een getraind muzikaal gehoor (geluidstechnici, componisten en musici).<sup>68</sup>

### 3.3 *Uses en functions*

Een laatste benadering die de insteek van mijn focusgroepgesprekken heeft bepaald, is het werk van Evert Bisschop Boele. In zijn proefschrift *Musicking in Groningen* (2013) onderzoekt hij de *uses* en *functions* van muziek in het leven van individuen uit de provincie Groningen in de eenentwintigste eeuw om daarmee bij te dragen aan het begrijpen van muziek in de moderne Westerse samenleving als een vorm van sociaal gedrag. Hij onderscheidt de zogenaamde *uses* en *functions* van muziek aan de hand van de definities van de begrippen die etnomusicoloog Alan Merriam daarvoor geeft. *Uses* (gebruiken) betreft de manier waarop muziek wordt gebruikt in de menselijke samenleving, zowel als opzichzelfstaand fenomeen of in combinatie met andere activiteiten. *Functions* (redenen) wordt gebruikt om te omschrijven voor welke doelen wij muziek gebruiken. Het citaat “we use music to serve several functions” laat de relatie tussen de *uses* (*how’s*<sup>69</sup>) en *functions* (*why’s*<sup>70</sup>) van muziek zien, stelt Bisschop Boele.<sup>71</sup>

Bisschop Boele stelt dat met name naar de *functions* van muziek onderzoek is gedaan, Hij haalt Merriam aan die in 1964 de tien belangrijkste *functions* van muziek formuleerde. Deze *functions* variëren van emotionele expressie via esthetisch genot en fysieke reactie tot bijdragen aan maatschappelijke integratie. Als reactie op Merriam vraagt etnomusicoloog Bruno Nettl zich af of muziek niet één universele menselijke *function* heeft. Hij geeft vier universeel dominante *functions* van muziek: verbinding met het spirituele; verbinding met de

---

<sup>66</sup> Philomeen Lelieveldt, “De plannen voor radio 4 vormen een bedreiging voor de kunst van het luisteren,” *NRC-Handelsblad*, gepubliceerd op 27 december 2003 (geraadpleegd op 16 maart 2016); Philomeen Lelieveldt, “Focus op Radio: een literatuurverkenning met betrekking tot de positie van klassieke en andere kunstmuziek op de publieke radio, mede in internationale verhoudingen,” in Caspar Smithuijsen (Eds.), *Hoe wordt muziek radiogeniek?* (Amsterdam: Boekmanstichting, 2006).

<sup>67</sup> Michel Chion, “Audio-vision: Sound on Screen (1994)” in Carin Åberg, *The sounds of Radio*, 49.

<sup>68</sup> Michel Chion, *Audio-vision: Sound on Screen* (New York: Columbia University Press, 1994), 29.

<sup>69</sup> How’s: hoe gebruikt met muziek?

<sup>70</sup> Why’s: waarom gebruikt men muziek?

<sup>71</sup> Evert Bisschop Boele, *Musicking in Groningen. Towards a grounded theory of uses and functions of music in a modern western society* (Göttingen: Georg-August-Universität, 2013), 45.

gemeenschap; uiten en communiceren van berichten en identiteit.<sup>72</sup> Ook op het gebied van muzieksociologie en –psychologie zijn er verschillende onderzoeken gedaan om de *functions* van muziek te formuleren, alle vanuit een andere invalshoek.<sup>73</sup>

Het fenomeen van de *uses* van muziek wordt in (muziek)wetenschappelijk onderzoek vaak achterwege gelaten, stelt Boele. Hij laat aan de hand van verschillende onderzoekers (Merriam (1964), Nettl (2005) en Clarke (2005)<sup>74</sup>) zien dat muziek op oneindig veel manieren te gebruiken is en dus oneindig veel *uses* heeft. Het onderzoeksgebied van *uses* richt zich in het algemeen op de muzikale ‘performance setting’, in de breedste zin van het woord: van voorbereiden en uitvoeren van muziek tot het luisteren ernaar.<sup>75</sup>

Boele verbindt zich in zijn proefschrift echter niet aan één van de gegeven definities of lijstjes van *uses* en *functions* van muziek. Hij neemt een kritische houding aan ten opzicht van de focus op de ‘performance setting’ bij het beschrijven van *uses*. Hij stelt dat er een open oog nodig is voor alle vormen van menselijk gedrag waarin muziek een rol speelt. Hetzelfde geldt voor de *functions* van muziek.<sup>76</sup>

Net als Bisschop Boele zal ik in mijn onderzoek de begrippen *uses* en *functions* als een *tabula rasa* benaderen. De respondenten krijgen de kans om een eigen werkelijkheid rondom deze onderwerpen te verwoorden. Dit strookt met de fenomenologische methode (hoofdstuk 2) waarop dit onderzoek gebaseerd is.

Het voert te ver om in het kader van dit onderzoek het proefschrift van Bisschop Boele gedetailleerd te bespreken, aangezien hij uitgebreid ingaat op de *uses* en *functions* van muziek binnen zijn onderzoeksgroep.<sup>77</sup> Uit zijn gesprekken met luisteraars ontdekt Bisschop Boele onder meer dat de muzikale ervaring niet alleen de muziek zelf behelst maar dat daarnaast ook zogenaamde ‘*things*’ belangrijk zijn bij *musicking*.<sup>78</sup> Volgens Bisschop Boele zijn deze *things*

---

<sup>72</sup> Bisschop Boele, *Musicking in Groningen*, 50.

<sup>73</sup> Ibid., 51-2.

<sup>74</sup> Alan Merriam, *The Anthropology of Music*, (Evanston: Northwestern University Press, 1964); Bruno Nettl, *The Study of Ethnomusicology. Thirty-one Issues and Concepts*, (Urbana: University of Illinois Press, 2005); Eric Clarke, *Ways of Listening. An Ecological Approach to the Perception of Musical Meaning*, (Oxford: Oxford University Press, 2005).

<sup>75</sup> Bisschop Boele, *Musicking in Groningen*, 48.

<sup>76</sup> Ibid., 53.

<sup>77</sup> De onderzoeksgroep van Bisschop Boele bestaat uit mensen uit de provincie Groningen, die niet tot zijn persoonlijke kenniskring behoorden. De criteria waarop hij zijn onderzoeksobjecten selecteerde waren de volgende: muzikale voorkeur: breed geïnteresseerd, specifiek of in een beperkt aantal genres geïnteresseerd en geen of weinig interesse in muziek, uitvoerende muzikale activiteiten: professioneel muzikant, amateur muzikant, geen muzikant, leeftijd en opleidingsniveau. Hij heeft bij deze personen ‘*narrative biographical*’ interview afgenomen, waarbij de geïnterviewde hun verhaal vertelde.

<sup>78</sup> Bisschop Boele, *Musicking in Groningen*, 114-5; *Musicking* is een manier om muziek te beschrijven als een vorm van menselijk gedrag: “To music is to take part, in any capacity, in a musical performance, whether by

van belang omdat ze omgeven zijn met betekenis en het gebruik ervan samenhangt met haar culturele context. Deze *things* kunnen uiteenlopen van de bladmuziek en instrumenten tot het hebben van een (fysieke) muziekcollectie en afspeelapparatuur.<sup>79</sup> Een ander interessant onderwerp dat Bisschop Boele aansnijdt, laat zien dat muziek een sterke connectie kan hebben met specifieke periodes uit het leven van luisteraars. Bisschop Boele beschrijft deze *function* van muziek als *remembering the self*. Het horen van muziek kan er voor zorgen dat herinneringen terugkomen – herinneringen aan onder andere de omstandigheden, personen en gevoelens die gekoppeld zijn aan die muziek.<sup>80</sup>

### 3.4 Gespreksleidraad

Interessant is dus dat alle tot dusver beschreven auteurs een onderscheid maken tussen ‘gewoon’ luisteren en ‘expert’ luisteren. Dit onderscheid heeft ertoe geleid dat bij de samenstelling van de focusgroepen een evenredig aandeel muzikanten en niet-muzikanten is nagestreefd.<sup>81</sup> Om die reden is er een enquêtevraag toegevoegd waarin ieder voor zich de luisterhoudingen en focus bij het luisteren naar muziek kon aangeven.<sup>82</sup>

Een ander onderscheid is dat tussen luisteren en horen, waarbij het laatste van toepassing is op secundaire luisterhoudingen. Het werk van Åberg is voor mijn onderzoek nuttig omdat zij de situatie van de luisteraar (de plaats waar deze zich bevindt) nadrukkelijk meeneemt in haar onderzoek naar de communicatieve kracht van de radio. Om die reden zijn vragen ingelast waarnaar de respondenten precies luisteren.<sup>83</sup> Opvallend is dat die situatie in overdrachtelijke zin, namelijk de stemming waarin de luisteraar verkeert, bij deze auteur nog weinig aandacht heeft, terwijl dat, gegeven de snelle ontwikkelingen op het gebied van *playlists* waarop luisteraars hun muziek kunnen laten indelen op stemming, mogelijk een belangrijk luistermotief kan zijn. Ik heb besloten dit onderwerp niet expliciet te maken in mijn vragen, en af te wachten of dit vanzelf uit de groep naar boven kwam. Evenals de observaties van Bisschop Boele over *things* en *remembering the self*. Die heb ik evenmin omgezet in specifieke vragen vooraf, maar wel in de labeling en codering.

---

performing, by listening, by rehearsing or practicing, by providing material for performance (what is called composition), or by dancing” (Bisschop Boele, *Musicking in Groningen*, 48.)

<sup>79</sup> Bisschop Boele, *Musicking in Groningen*, 114-6.

<sup>80</sup> *Ibid.*, 171.

<sup>81</sup> Hoofdstuk 2 – Methodologie, pagina 20.

<sup>82</sup> Bijlagen – Gespreksschema, pagina 74.

<sup>83</sup> Bijlagen – Gespreksschema, pagina 73.

## Hoofdstuk 4 – Analyse

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de focusgroepen geanalyseerd. Deze analyse is gebaseerd op de axiale codering die is uitgevoerd. In de bijlage is een deel van de transcripten met de open codering en de axiale codering toegevoegd.<sup>84</sup> Bij de codering is het transcript in drie hoofdthema's opgedeeld: *het medium*, *de situatie* en *de luisteraar en de luisterervaring*. Deze verdeling is gebaseerd op de literatuur.<sup>85</sup> Deze hoofdthema's zijn opgedeeld in subthema's waarbinnen verschillende labels zijn gecodeerd. De subthema's zijn onderwerpen die helpen de deelvragen van dit onderzoek te beantwoorden.

De focusgroepen hebben veel informatie opgeleverd. In de open codering zijn verschillende thema's te zien die niet in de axiale codering zijn opgenomen. De respondenten die deze antwoorden naar voren brachten, achten deze informatie van belang. Desalniettemin is er voor gekozen om in de axiale codering alleen thema's op te nemen die van belang zijn om de hoofd- en deelvragen te beantwoorden. Een voorbeeld hiervan is het subthema *toegevoegde waarde van een concert*. Hoewel dit een interessant thema is, geeft het geen antwoord op een van de deelvragen.

De drie hoofdthema's hangen samen met de drie deelvragen van dit onderzoek. Deze deelvragen worden in dit hoofdstuk één voor één beantwoord. De analyse begint met het beschrijven van het hoofdthema *het medium*. De vier subthema's die hierbinnen worden aangesneden zijn: *welke audiomedia gebruiken de respondenten*, *waarvoor gebruiken de respondenten audiomedia*, *waarnaar wordt er geluisterd* en *waarom worden deze media al dan niet gebruikt*? Aan deze vier subthema's zijn verschillende labels toegekend die in dit hoofdstuk geïnterpreteerd worden. Het tweede kernthema betreft *de situatie*. De vier subthema's zijn: *de focus bij het luisteren naar muziek*, *activiteiten tijdens het luisteren naar muziek*, *invloed van de plek of situatie op muziekkeuze* en *luisterhoudingen*. Tot slot wordt bij het laatste hoofdthema ingegaan op *de luisteraar en de luisterervaring*. Ook hier zijn verschillende subthema's opgesteld om de deelvraag te beantwoorden, namelijk: *waarom wordt er naar muziek geluisterd (door de respondenten)*, *wat is de meest intense muzikale ervaring (die de respondenten hebben gehad)* en *de invloed van een medium op de ervaring*. Ook deze drie subthema's hebben verschillende labels blootgelegd, die in het derde en laatste

---

<sup>84</sup> Zie pagina 86 voor het transcript van de open codering en pagina 91 en pagina 96 voor de transcripten van de axiale codering.

<sup>85</sup> Carin Aberg, *The sounds of the Radio*, 46.



deel van deze analyse beschreven worden. De bevindingen worden aan het einde van iedere paragraaf kort samengevat.

## **4.1 Respondentenoverzicht**

De respondenten van de focusgroepen worden in deze analyse aangeduid als R1 tot en met R18. Het is belangrijk om inzicht te hebben in de leeftijd van de respondenten, hun opleiding en/of werkgebied en of zij al dan niet muzikant zijn. Hierdoor kunnen de antwoorden die de respondenten hebben gegeven in hun context worden geplaatst. In de bijlagen is een karakteristieke omschrijving van de respondenten toegevoegd.<sup>86</sup> Onder de respondenten bevinden zich 10 mannen en 8 vrouwen. Van de 18 respondenten zijn er 5 muzikant. Respondenten R1 tot en met R6 hebben deelgenomen aan focusgroep 1, respondenten R7 tot en met R12 hebben deelgenomen aan focusgroep 2 en respondenten R13 tot en met R18 hebben deelgenomen aan focusgroep 3.<sup>87</sup>

## **4.2 Het medium**

Het eerste deel van deze analyse beantwoordt de eerste deelvraag van dit onderzoek: Welke audiomedia gebruiken jongvolwassenen en waarom gebruiken zij juist deze audiomedia?

### **4.2.1 Gebruik**

Figuur 1 laat zien dat alle respondenten dagelijks gebruik maken van audiomedia. De focusgroepen laten zien dat de respondenten met name gebruik maken van nieuwe audiomedia. Van de respondenten luistert 65% dagelijks via nieuwe audiomedia en 35% luistert dagelijks via oude audiomedia. Nieuwe media zijn audiomedia die streamingdiensten ondersteunen: laptop en mobiele telefoon. Oude media omvatten alle soorten radio, de platenspeler, cassetterecorder, cd-speler en mp3-speler.<sup>88</sup>

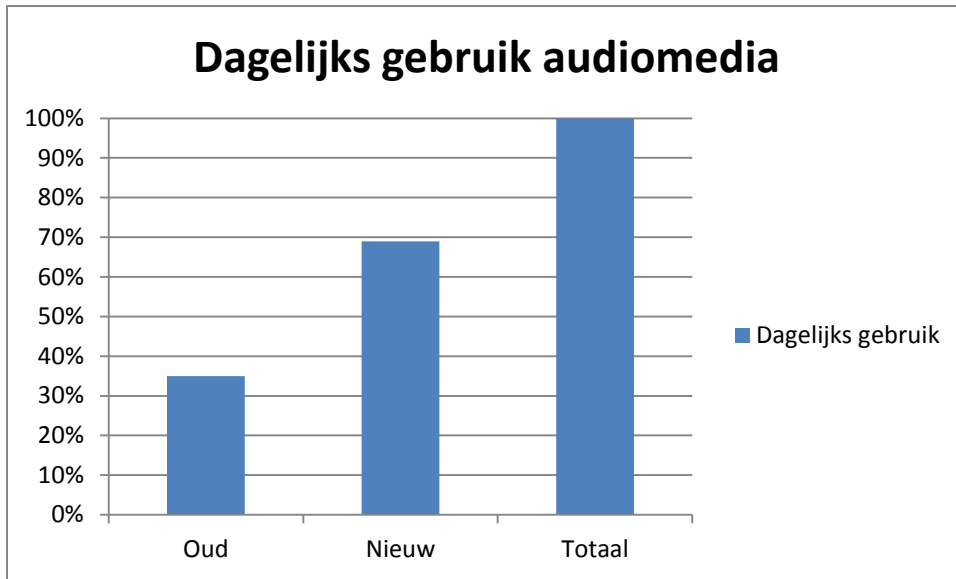
---

<sup>86</sup> Bijlagen – pagina 76-7.

<sup>87</sup> Deze indeling wordt bekend gemaakt omdat de antwoorden die de respondenten geven afhankelijk zijn van de invloed die andere respondenten op hen hebben.

<sup>88</sup> Deze indeling is gebaseerd op de SPC publicatie: Huysmans en de Haan, *Alle kanalen staan open*, 72.

**Figuur 1**      Dagelijks gebruik oude en nieuwe audiomedia, n=18, focusgroepen  
2015/16 (in procenten)



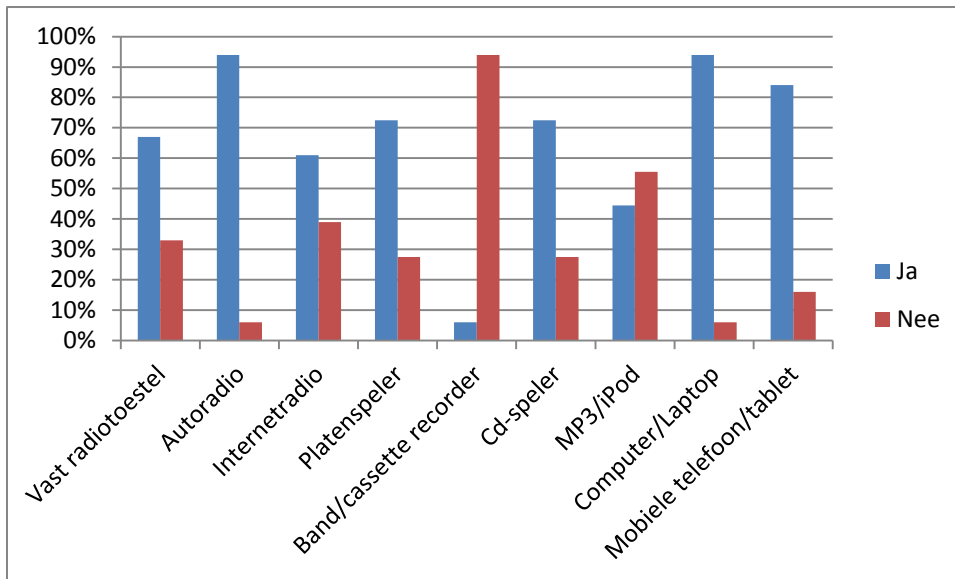
Naast de audiomedia die worden opgedeeld onder oude en nieuwe media, geeft een aantal respondenten aan dat zij ook een dvd-speler, televisie, *sonos* en een dockingstation gebruiken als audiomedium.<sup>89</sup> Een vijftal respondenten geeft aan vroeger een cd-speler te hebben gebruikt, maar dat zij die tegenwoordig niet meer gebruiken. Ditzelfde geldt voor de drie respondenten die aangeven in het verleden gebruik te maken van een cassette recorder.

Een noemenswaardig resultaat is dat 72% van de respondenten zegt gebruik te maken van een platenspeler (figuur 2). Dit hoge percentage is te verklaren doordat vinyl populair is bij een nieuwe doelgroep en omdat het tegenwoordig ‘hip’ is om vintagespullen te hebben en gebruiken. De platenspeler en langspeelplaten horen daar ook bij.<sup>90</sup> Dit wordt letterlijk gezegd door een van de respondenten. Zo stelt respondent 18: “En het staat ook gewoon heel hip op je kamer. Ik ben daar gewoon eerlijk in.”

<sup>89</sup> In de bijlagen is een lijst toegevoegd met een korte beschrijving van alle afwijkende audiomedia en platforma die de respondenten gebruiken op de verschillende audiomedia, pagina 100.

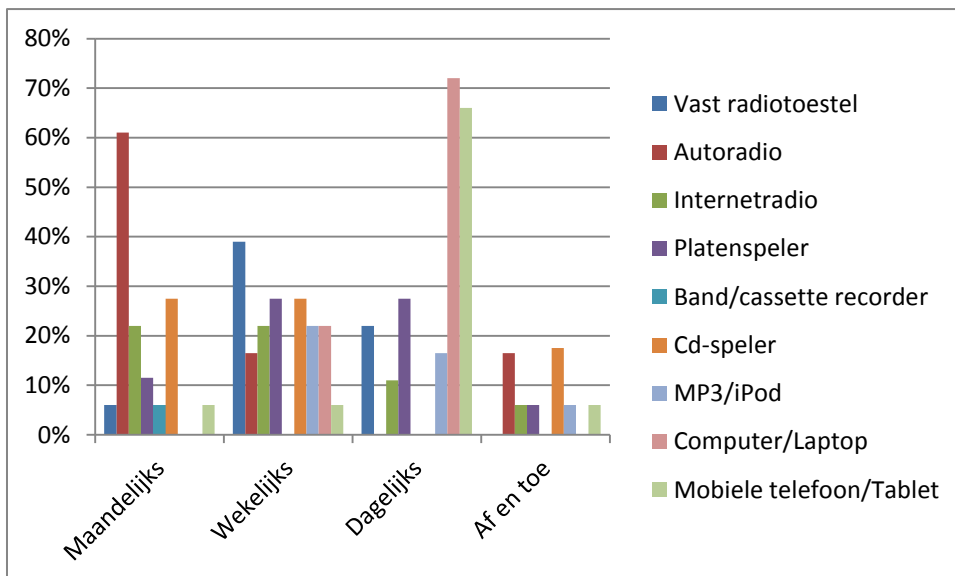
<sup>90</sup> Thijs van Kruisbergen, “Omzet vinyl steeg vorig jaar opnieuw,” gepubliceerd op 28 februari 2014, <https://www.djbroadcast.net/article/81736/omzet-vinyl-steeg-vorig-jaar-opnieuw> (geraadpleegd op 1 februari 2016); NVPI, “Digitaal blijft groeien”; Kate Rogers, “Why millennials are buying more vinyl records,” CNBC, gepubliceerd op 6 november 2015, [www.cnbc.com/2015/11/06/why-millennials-are-buying-more-vinyl-records.html](http://www.cnbc.com/2015/11/06/why-millennials-are-buying-more-vinyl-records.html) (geraadpleegd op 1 februari 2016).

**Figuur 2** Gebruik van verschillende audiomedialen, n=18, focusgroepen 2015/16 (in procenten).



Onder de respondenten is de laptop het meest populaire audiomedium (72%, 13 respondenten, gebruikt het dagelijks voor het luisteren van muziek), gevolgd door de mobiele telefoon (66%, 12 respondenten) blijkt uit de gegevens in figuur 3. Dat juist deze audiomedialen populair zijn onder de respondentengroep is te verklaren uit het feit dat jongeren (meer dan ouderen) gebruik maken van digitale media.<sup>91</sup>

**Figuur 3** Frequentie gebruik van audiomedialen, n=18, focusgroepen 2015/16, (in procenten).



<sup>91</sup> Sonck en de Haan, *Media: Tijd in beeld*, 78-9.

## Resultaten in relatie tot SCP-onderzoek

De cijfers van dit onderzoek verschillen met de cijfers van de onderzoeken van het SCP. De resultaten van het meest recent gepubliceerde onderzoek van het SCP naar het (dagelijks) gebruik van audiomedia, laten zien dat 74% van de respondenten via oude audiomedia naar muziek luisteren en 8% via nieuwe audiomedia (tabel 4). Dit staat in groot contrast met de cijfers uit figuur 1. De resultaten van dat onderzoek zijn in september 2010 gepubliceerd, de gegevens zijn dus ruim 5 jaar oud en verouderd. Dit is zeer waarschijnlijk de reden waarom de cijfers zo ver uiteen liggen. Daarnaast is de steekproef van het SCP-onderzoek vele malen groter dan die van dit onderzoek.

**Tabel 4** Dagbereik van radio en muziek in oude (toestel) en nieuwe (streaming, mobiel) vorm, naar leeftijd, bevolking van 16-80 jaar, 2008 (in procenten)

	oud	nieuw	totaal
16-24 jaar	61	7	62
25-34 jaar	74	8	76
35-44 jaar	66	7	69
45-54 jaar	66	5	67
55-64 jaar	75	4	76
65-80 jaar	72	2	73

Een ander groot verschil met de resultaten van de SCP-onderzoeken, is het gebruik van de platenspeler. Het SCP-onderzoek *Achter de schermen* (2004) laat zien dat het aantal Nederlanders dat een platenspeler bezit sinds de jaren '90 daalt.<sup>92</sup> Toch zeggen 13 van de 18 respondenten gebruik te maken van een platenspeler, waarvan vijf wekelijks en vijf dagelijks.

De laptop en mobiele telefoon zijn in dit onderzoek de meest populaire audiomedia onder de respondenten. Ook dit staat in contrast met de resultaten van het SCP onderzoek *Media: Tijd in beeld* uit 2013 (tabel 5).<sup>93</sup> Deze cijfers zijn echter gebaseerd op de gehele Nederlandse bevolking in plaats van de doelgroep 20 tot 34 jarigen. Dit kan het verschil verklaren.

<sup>92</sup> Frank Huysmans, *Achter de schermen: Een kwarteeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*, (Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2004), 67.

<sup>93</sup> Sonck en de Haan, *Media: Tijd in beeld*, 50.

**Tabel 5** Tijdbesteding aan luisteren op een doorsneeddag, per mediadrager, Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder en deelnemers aan media-activiteiten, 2013 (in procenten en in uren:minuten)

	aandeel deelnemers (%)	gemiddelde tijd bevolking	tijd door deelnemers
luisteren via	65	2:48	4:19
vast radiotoestel	37	1:31	4:08
autoradio	23	0:22	1:36
draagbare muzikspeler	9	0:17	3:12
computer, laptop	8	0:16	3:33
tablet, mobiele telefoon	6	0:07	1:57
overige apparaten	7	0:13	3:17

#### 4.2.2 Output

De output van audiomedia is sinds de opkomst van de laptop en mobiele telefoon veranderd. De respondenten geven dan ook aan dat zij op nieuwe audiomedia meer doen dan alleen het luisteren van muziek. De laptop en mobiele telefoon zijn audiomedia waar veel respondenten dagelijks gebruik van maken voor veel verschillende doeleinden, waarvan het luisteren naar muziek er één is. Een aantal respondenten luistert nog naar hun eigen muziek<sup>94</sup> via hun laptop of mobiele telefoon maar veel respondenten geven aan dat zij alleen nog gebruik maken van streamingdiensten (*Spotify*, *Luisterpaal*) en online mogelijkheden (*YouTube*).<sup>95</sup>

- R14 Ik vind het wel grappig, want jij zegt dat al je muziek op je computer staat, maar ik heb bijvoorbeeld geen muziek meer op mijn [computer staan]. Alles gebeurt via streaming of YouTube, dat soort dingen. [...] Ik heb pas alles weg gegooid omdat ik, als ik het nodig had toch wel weer online kon zoeken.

Waar de platenspeler en de cassette recorder door de respondenten alleen gebruikt worden voor het luisteren naar muziek, wordt de cd-speler ook gebruikt voor andere doeleinden. Twee respondenten (in focusgroep 1 en focusgroep 3) vertellen dat zij de cd-speler in hun laptop gebruiken om cd's te 'ripen' zodat zij die vervolgens via hun laptop of mp3-speler kunnen afspelen. De radio en autoradio worden naast het luisteren naar muziek ook gebruikt voor het beluisteren van het nieuws, rij- en verkeersinformatie en gesprekken over andere onderwerpen tijdens het radioprogramma. De mp3-speler, tot slot, wordt door de respondenten gebruikt voor het luisteren naar muziek en audioboeken.

De audiomedia die respondenten zelf aandragen, worden, met uitzondering van de televisie, ook voornamelijk gebruikt voor het luisteren naar muziek. De televisie wordt

<sup>94</sup> Digitale MP3-bestanden; gekocht, gedownload of geript vanaf een cd.

<sup>95</sup> In de bijlagen is een lijst toegevoegd met een korte beschrijving van alle afwijkende audiomedia en platforma die de respondenten gebruiken op de verschillende audiomedia, pagina 101.

gebruikt om televisieprogramma's te bekijken maar ook voor het bekijken van muziekvideo's en muziek gerelateerde programma's zoals de *Top 2000 a gogo*.<sup>96</sup> De dvd-speler wordt door de respondenten gebruikt voor het afspelen van dvd's en cd's en ook het dockingstation en *sonos* worden gebruikt voor het afspelen van (digitale) muziek.<sup>97</sup>

### 4.2.3 Verantwoording keuzes

Tijdens de focusgroepgesprekken zijn er verschillende redenen benoemd die de keuze voor het gebruik van een bepaald medium verklaren. De meest genoemde redenen worden hieronder toegelicht.

#### **Gebruiksgemak**

De meest genoemde voorbeelden voor het gebruik van bepaalde audiomedia hebben betrekking op het gebruiksgemak. Deze redenen gelden zowel voor oude als nieuwe audiomedia. De radio is volgens de respondenten makkelijk in gebruik en levert snel resultaat. Bovendien zijn veel respondenten in het bezit van een radio, waardoor zij het gemakkelijk vinden om voor dit medium te kiezen. Ook een mp3-speler en cd-speler worden vanwege het gebruiksgemak gebruikt. Daarnaast worden ook veelal de mobiele telefoon en laptop genoemd door de respondenten omdat het volgens hen handige media zijn. Daarbij geven de meeste respondenten wel aan dat ze een laptop fijner vinden werken dan een mobiele telefoon. Respondent 16 zegt hierover: “[D]at is juist het makkelijke er aan! Dat je daardoor ook meteen je muziek kan regelen zonder dat je met drie dingen tegelijk bezig bent, dat je gewoon even een tabblaadje opent en dan heb je weer wat.”

Respondenten maken graag gebruik van een mp3-speler of mobiele telefoon omdat deze apparaten onderweg bruikbaar zijn. “Omdat ik het onderweg kan luisteren. Als ik in de trein zit, dat ik dan gewoon muziek heb” geeft respondent 15 als reden voor het gebruik van een mp3-speler.

De cd-speler en platenspeler worden echter ook door de respondenten genoemd als media die juist niet praktisch zijn. In tegenstelling tot de radio, vraagt het gebruik van een cd-speler een extra handeling. Om muziek te luisteren moeten de respondenten naast het apparaat aanzetten, ook de cd uit het hoesje halen en in de cd-speler doen. Ook de platenspeler wordt

---

<sup>96</sup> Televisieprogramma van de NTR dat tussen eerste kerstdag en oudjaarsavond wordt uitgezonden. De basis voor het programma is de Top 2000 van Radio 2, deze wordt ieder jaar samengesteld door muzikliefhebbers uit Nederland. Bron: [http://www.npo.nl/top-2000-a-gogo/26-12-2014/VPWON\\_1221985](http://www.npo.nl/top-2000-a-gogo/26-12-2014/VPWON_1221985)

<sup>97</sup> In de bijlagen is een lijst toegevoegd met een korte beschrijving van alle afwijkende audiomedia en platforma die de respondenten gebruiken op de verschillende audiomedia, pagina 101.

om deze reden door respondenten niet gebruikt. De platenspeler heeft bovendien nog een extra handeling: het omdraaien van de plaat.

R2 Ik zie die platenspeler echt als, ik weet niet of jullie weten wat een theeceremonie is? [...] Een Japanse theeceremonie is een actie van ongeveer [vier uur] ofzo. Echt belachelijk lang. [...] Dat is enorm lang om water op te zetten, thee in te schenken en iemand een kopje thee te geven. Ik zie een platenspeler als dat. Je kan de waterkoker aanzetten en inschenken en er ook nog een theezakje inpleuren en je hebt thee. Of, je kan er een ENORM lange tijd om doen om eenzelfde handeling te verrichten en ik heb bij platen exact hetzelfde.

### **Achtergrond**

Radio, autoradio en internetradio worden door de respondenten het liefst gebruikt als achtergrondgeluid. De radio wordt veelal gebruikt om naar te luisteren tijdens een andere activiteit. Daarnaast wordt genoemd dat de radio, net als de autoradio en internetradio, belangrijke media zijn tegen de verveling. Ook worden deze media gebruikt omdat de respondenten aangeven dat zij geluid om zich heen willen hebben. Zo zegt respondent 6: “Ik vind het niet fijn als het helemaal stil is. Dus daarom heb ik eigenlijk altijd wel die radio aan.” Respondent 5 deelt deze mening en gebruikt de radio “om wat aan te hebben staan.” Dit gebruik van audiomedia komt overeen met de compleet secundaire functie van de radio die Åberg noemt in haar proefschrift *The Sounds of Radio* (1999). De respondenten gebruiken deze audiomedia in dit geval als ‘muzikaal behang’.<sup>98</sup>

### **Ontwijken**

De respondenten geven aan dat zij verschillende media ook gebruiken om dingen te ontwijken. Zo wordt de mp3-speler of mobiele telefoon door vijf van de respondenten gebruikt om niet geconfronteerd te worden met mensen in het openbaar.

R10 Soms zelfs is een afspeellijst al afgelopen en dan staat ie wel uit maar dan denk ik, zolang ik mijn oordopjes in heb gaat niemand je ook aanspreken. Zeker als je bekenden ’s ochtends tegen komt in de trein. Dat je daar echt helemaal geen zin in hebt.

---

<sup>98</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.

Daarnaast wordt de radio door een aantal respondenten gebruikt als focuspunt om andere geluiden weg te filteren. Ook deze redenen voor het gebruik van audiomedia sluiten aan bij de volledig secundaire functie van de radio die Åberg beschrijft. Allereerst faciliteert de radio concentratie door andere geluiden weg te filteren. Daarnaast gaat het wederom om het creëren van een ‘muzikaal behang’.<sup>99</sup> In dit geval gaat het echter specifiek om het buiten sluiten van ongewenste contacten. Dit is een reden die niet voorkomt in het proefschrift van Åberg. Dit valt hoogstwaarschijnlijk te wijten aan het feit dat het werk van Åberg ruim 15 jaar geleden gepubliceerd is. Luisteraars hadden in die tijd nog niet de middelen die zij nu hebben. Bovendien is met de komst van de mp3-speler en iPod aan het begin van de eenentwintigste eeuw, het geluidslandschap geprivatiseerd, zoals Lacey ook stelt in haar boek *Listening Publics* (2013).<sup>100</sup>

### **Kwaliteit van het geluid**

Ook kwaliteit van het wordt als reden genoemd om een medium al dan niet te gebruiken. Zo worden de cd-speler en de radio door verschillende respondenten gebruikt omdat de boxen die aan dit medium verbonden zijn van hoge kwaliteit zijn. Respondent 17 zegt hierover: “[A]ls ik echt goed geluid wil, dan zitten die boxen [vast aan mijn cd-speler] en kan [ik] niet via mijn laptop [luisteren]. Dus dat is de reden dat ik [...] vooral veel [via de cd-speler] luister.”

Respondent 8 beaamt dat de kwaliteit belangrijk is bij het luisteren via audiomedia: “[A]ls het dan uit zo’n laptopspeakertje komt.. dan.. aargh.. plug ‘m gewoon even in [de speakers], weet je wel?”

Opvallend is dat de respondenten specifiek benoemen dat kwaliteit bij een platenspeler niet of minder belangrijk is. Respondent 15: “Het gaat mij helemaal niet om de geluidskwaliteit.” Ook respondent 10 is het hier mee eens: “Nee, [platen luisteren vanwege de geluidskwaliteit] dat is bij mij niet het geval.”

### **Fysiek**

De reden dat de respondenten niet vanwege de geluidskwaliteit naar een platenspeler luisteren schuilt in het feit dat een langspeelplaat (LP) een fysiek product is. Dit komt overeen met de bevindingen van Bisschop Boele in zijn proefschrift *Musicking in Groningen* (2013). De LP is een ‘thing’, een fysiek product, waarbij het niet alleen gaat om de muziek maar ook om de context van het product<sup>101</sup>: “een plaat is ook meer een verzamelobject [...] je hebt ook echt iets

---

<sup>99</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.

<sup>100</sup> Voetnoot 13 en 17.

<sup>101</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 30-1.



in handen” zegt respondent 15. Respondent 18 stemt hier mee in: “Ja dat vind ik ook het belangrijkste van een plaat.. of het belangrijkste? Ik vind dat [je ook echt iets in handen hebt] de charme van platen en een platenspeler hebben.” Bovendien “vind ik het leuk om er fysiek mee bezig te zijn” stelt respondent 3. Respondent 6 vult aan: “[H]et is meer een beleving!” Daarnaast vinden de respondenten dat het hebben van platen een fijne manier is om je muziekcollectie te laten zien: “[het is meer dan] een lijstje op Spotify” vertelt respondent 15. De charme van de platenspeler is volgens respondent 14: “voornamelijk de handeling van muziekluisteren [...] en dan echt naar een plaat gaan luisteren.” Ook respondent 3 geeft aan dat er bewuster naar een plaat geluisterd wordt door de fysieke handeling die er mee gepaard gaat: “Een platenspeler is echt als ik heel specifiek echt ga luisteren. En niet zozeer achtergrondmuziek omdat het zo fysiek is.”

Hoewel de cd ook een fysiek product is geven de respondenten aan dat zij deze kwaliteiten van de LP niet vinden opgaan voor de cd. Respondent 12 stelt dat cd's lelijk zijn, respondent 7 stemt hiermee in: “Ja vooral die plastic dingen zijn echt [...] lelijk.”

### **Extra's**

Platen en de platenspeler worden door de respondenten ook graag gebruikt vanwege de extra's. Het product is uitgebreider en de LP biedt een hoes met *artwork*. “Ik koop ook wel eens platen gewoon puur op de hoes” vertelt respondent 12.

De radio en autoradio bieden op een andere manier ook diensten die door de respondenten gezien worden als redenen om het medium te gebruiken. “Het voordeel is dat je ook nog nieuws- en rijinformatie en zo krijgt” zegt respondent 2 over de voordelen van de autoradio.

### **Vervanging ander medium**

Verschillende media worden door de respondenten gebruikt omdat zij op dat moment geen ander medium voorhanden hebben. Respondent 15 vertelt: “[De auto van mijn ouders] heeft alleen maar een cassette recorder en de radio die vast zit op BNR nieuwsradio. Dat is echt afschuwelijk. Ik heb daarom de cassetteverzameling van mijn pa geplunderd.”

Een aantal respondenten gebruikt een mp3-speler omdat anders “de batterij [van je telefoon] zo vaak leeg [gaat]” (respondent 16). Andersom wordt de mobiele telefoon ook gebruikt ter vervanging van de mp3-speler. Respondent 15 gebruikt deze als “mijn iPod leeg is” en ook respondent 18 gebruikt een mobiele telefoon als “[ik] er niet aan [heb] gedacht om mijn iPod mee te nemen.”

## **Omvang muziekcollectie**

Tot slot verkiezen de respondenten verschillende audiomedia boven andere vanwege de beschikbare muziekcollectie. “Ik wil gewoon al mijn muziek op zak hebben” zegt respondent 2 over het gebruik van de mp3-speler. Dit is de voornaamste reden voor het gebruik van de mp3-speler. Ook de laptop is een medium dat de respondenten graag gebruiken vanwege de beschikbare muziek die er op staat: “als het niet op Spotify is, dan heb ik YouTube of iTunes of [wat] dan ook” vertelt respondent 3.

## **Samenvatting**

De respondenten van dit onderzoek maken gebruik van alle audiomedia die het SCP onderscheidt in haar onderzoeken naar mediagebruik. Met name de nieuwe audiomedia, laptop en mobiele telefoon, worden graag gebruikt door de respondenten. Onder de oude audiomedia is met name de platenspeler favoriet. Naast de audiomedia uit de SCP onderzoeken gebruiken verschillende respondenten ook de televisie, dvd-speler, dockingstation en *sonos* als audiomedium.

De keuze voor bepaalde audiomedia kan veelal verklaard worden vanuit het gebruiksgemak. Audiomedia moeten voor deze groep jongvolwassenen voornamelijk makkelijk in gebruik zijn en te gebruiken zijn voor meerdere bezigheden. Daarnaast dienen audiomedia, met name radio, autoradio en internet radio als achtergrond geluid. Verder vinden de respondenten het van belang dat audiomedia onderweg en tijdens het sporten te gebruiken zijn, dat het medium extra's met zich mee brengt, speelt de kwaliteit van het geluid en de omvang van de beschikbare muziekcollectie een belangrijke rol. Ook worden audiomedia gebruikt omdat deze (tijdelijk) een ander audiomedium moeten vervangen. De respondenten maken een duidelijk statement met betrekking tot de platenspeler. Dit medium onderscheidt zich van alle andere audiomedia doordat het een fysieke handeling en fysieke producten met zich mee brengt. Hierdoor is het gebruiken van een platenspeler een beleving en wordt er bewuster naar muziek geluisterd.

## **4.3 De situatie**

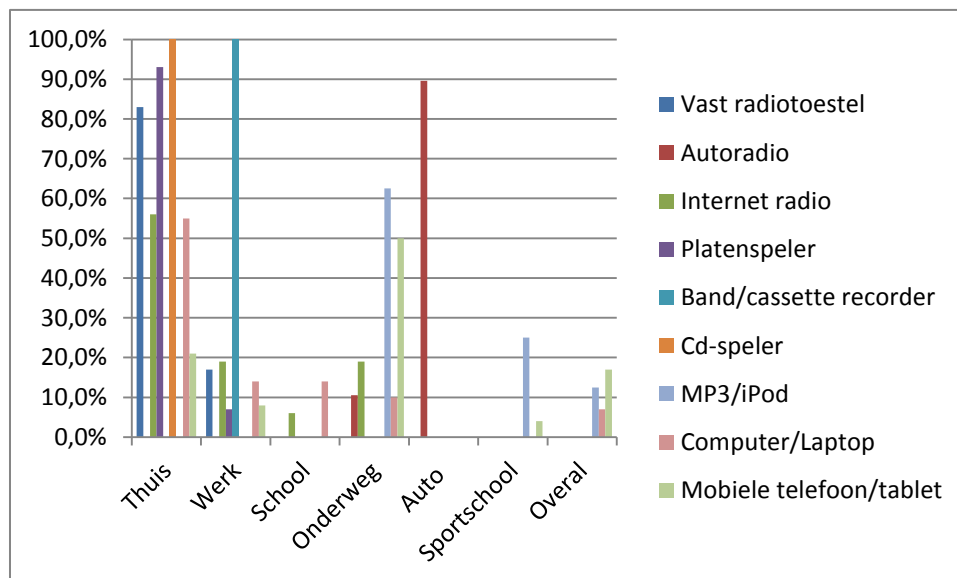
Het tweede deel van deze analyse gaat in op de tweede deelvraag: Welke luisterhoudingen nemen jongvolwassenen aan en welke invloed heeft de situatie op het luistergedrag? In de volgende paragrafen wordt ingegaan op het luisteren naar muziek, de focus bij het consumeren van muziek en verschillende luisterhoudingen. Daarnaast zien we hoe de respondenten audiomedia in bepaalde situaties en bij verschillende luisterhoudingen gebruiken.

### 4.3.1 Plaats van muziekgebruik

Figuur 4 laat zien dat de respondenten voornamelijk thuis gebruik maken van audiomedia. Het gaat hier hoofdzakelijk over oude audiomedia, met name de radio, cd-speler en platenspeler worden veelal thuis gebruikt door de respondenten. Van de nieuwe audiomedia wordt er, door meer dan de helft van de respondenten, thuis vooral gebruik gemaakt van de laptop. Deze resultaten komen overeen met het veldonderzoek dat Bisschop Boele heeft uitgevoerd voor zijn proefschrift. Ook zijn resultaten wijzen uit dat Nederlandse luisteraars voornamelijk thuis naar muziek luisteren.<sup>102</sup>

Mobiele apparaten worden vooral door de respondenten gebruikt wanneer zij onderweg of aan het sporten zijn. Er wordt dan het meest gebruik gemaakt van de mp3-speler, gevolgd door de mobiele telefoon. Dit zijn ook de media die het meest gebruikt worden door de vijf respondenten die zeggen audiomedia overal te gebruiken.

**Figuur 4** Gebruik van audiomedia op specifieke plekken, n=18 (respondenten), focusgroepen 2015/16 (in procenten per plek).



### 4.3.2 Focus bij muziekconsumptie

Dat muziek veel verschillende componenten bevat, laten de respondenten van dit onderzoek zien met hun antwoorden op de enquêtevraag, waar zij zich op focussen wanneer zij luisteren naar muziek.<sup>103</sup> In dit onderzoek wordt de tekst het meest genoemd door de respondenten, 12 van de 18 geven aan dat zij hierop focussen. Ook de melodie (11) en het ritme (10) worden genoemd als focuspunten bij het luisteren naar muziek.

<sup>102</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 29-31.

<sup>103</sup> Bijlagen – Gespreksschema, pagina 74.

Er is veel overlap in de antwoorden van muzikanten en niet-muzikanten. Opvallend is echter dat geen enkele muzikant aangeeft te focussen op de sfeer, emotie of het gevoel dat muziek met zich mee brengt, tegenover vijf respondenten die niet muzikaal geschoold zijn. Daarnaast zijn de antwoorden die de muzikanten geven meer gerelateerd aan de onderliggende structuur en techniek (arrangement, mix, groove, dynamiek) terwijl de antwoorden van de niet-muzikanten wat meer aan de oppervlakte blijven. Dit verschil heeft hoogstwaarschijnlijk met scholing te maken. De gespecialiseerde antwoorden van de muzikanten kunnen gelinkt worden aan de term *reduced listening* van Chion, een manier van luisteren die veelal uitgevoerd wordt door mensen met een getraind gehoor.<sup>104</sup> Hierbij wordt gefocust op de “eigenschappen van het geluid zelf, onafhankelijk van [...] de betekenis.” Dit kan ook verklaren waarom de muzikanten van de focusgroepen bij het luisteren naar muziek niet of anders focussen op sfeer, emotie of gevoel.<sup>105</sup>

**Tabel 6** Focus bij het luisteren naar muziek, n= 8, focusgroepen 2015/16.<sup>106</sup>

Focus op	Muzikant	Niet muzikant	Totaal
Drums/ritme	4	6	10
Melodie	4	7	11
Instrumentaal	-	1	1
Sfeer/emotie/gevoel	-	5	5
Tekst	5	7	12
Klankkleur	2	2	4
Intensiteit	-	1	1
Instrumenten	2	2	4
Samenhang	2	2	4
Originaliteit	1	2	3
Dynamiek	2	-	2
Overtuiging	2	-	2
Basloopje	2	1	3
Riffjes	3	1	4
Opbouw	2	1	3
Stemgeluid	2	3	5
Groove	2	-	2
Akkoorden	1	-	1

<sup>104</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.

<sup>105</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 29.

<sup>106</sup> Voor de totstandkoming van deze lijst zie Hoofdstuk 2 – Methodologie, pagina 22.

Energie (live)	2	-	2
Mix	1	-	1
Arrangement	3	-	3
Genre	-	1	1
Meezingfactor	-	1	1

### 4.3.3 Muzikale luisterhoudingen

Er is niet alleen een verschil tussen muzikanten en niet-muzikanten bij de focus die zij hebben wanneer ze naar muziek luisteren. Ook in luisterhouding verschillen deze twee groepen. In navolging van het onderscheid dat Åberg maakt in haar proefschrift, zijn in dit onderzoek de drie verschillende luisterhoudingen die zij beschrijft onder de loep genomen.<sup>107</sup> De respondenten die muzikaal geschoold zijn geven aan altijd geconcentreerd naar muziek te luisteren, als hoofdactiviteit. Respondent 7 zegt hierover: “omdat je wil leren van andere muziek. Om bijvoorbeeld iets na te kunnen spelen of omdat je iets aan het maken bent. Dan ben je constant alleen maar bezig met laptop en die muziek.” Daarnaast beschrijven de muzikanten dat zij muziek analyseren wanneer zij er naar luisteren. In tegenstelling tot de ongeschoolde respondenten, welke aangeven daar geen voldoening uit te halen. Onderstaande conversatie laat dat verschil duidelijk zien:

R15 [I]k ben muzikant. Ik speel in een band, dus ik ben altijd bezig met als ik iets hoor van: ahh.. is dit goed.. wat gebeurt er? Ik ben bassist; wat gebeurt er in de baspartij? Vind ik het een coole sound? Is het goed gemixt? Ik ben altijd aan het analyseren en kijken of weet ik veel, daar nog iets van kan leren.. kan gebruiken weer ergens voor. [...] [A]ls ik echt mn iPod op heb, dan ben ik wel echt aan het luisteren en dan moet je ook niet tegen me praten want dan...

[...]

R15 Ja ik woon ook in een huis met allemaal muzikanten.. dus dan.. de hele tijd is iedereen van.. oh heb je dat gehoord? Oh moet je dit luisteren! Je bent de hele tijd bezig met echt luisteren...

R18 Maar ik denk dat dat ook wel een verschil is tussen muzikanten en mensen die dat niet hebben.

<sup>107</sup> Luisteren als hoofdactiviteit, secundair luisteren en volledig secundair luisteren. Hoofdstuk 3 – theoretisch kader, pagina 27-8.

R15 Ja sowieso.

R18 Want als ik een nummer luister. Als ik.. ja ik kan het wel horen, wat een baspartij is en wat een gitaarpartij is. Maar ik heb er verder niks aan om dat er uit te halen. Dus waarom zou ik dat in godsnaam doen?

R17 Ik luister ook nooit naar een baspartij.

R15 Ja dat is een vrij specifiek dingetje.. omdat ik bassist ben.

R18 Ja maar stel je voor ik zou wel zingen.. dan zou ik oh ja.. de zang. Maar daar heb ik nu nog niks aan.

Het is echter niet zo dat muzikanten alleen maar naar muziek luisteren als hoofdactiviteit. Respondent 15 zegt: “Ik heb het ook wel eens op de achtergrond. Als we gewoon met z’n allen in de woonkamer zitten dan staat er gewoon radio aan en dan zit ik niet echt de hele tijd zo voor de radio.” Toch is het voor muzikanten lastig om muziek te consumeren wanneer zij zich moeten concentreren: “want als ik muziek opzet tijdens het studeren ga ik me alleen maar op die muziek focussen en wat er gebeurt. Dan kan ik niet meer studeren”, stelt respondent 15. Respondent 12 beaamt dit: “[het] verschuift [...] heel erg van parallelle activiteit naar bewust er mee bezig zijn denk ik.”

Waar muzikanten aangeven dat zij zich niet kunnen concentreren op ander werk wanneer zij muziek consumeren, dient muziek voor de meeste andere respondenten juist als een manier om concentratie te bewerkstelligen. Zij luisteren naar muziek als een volledig secundaire activiteit.<sup>108</sup> De secundaire of parallelle luisterhouding nemen de respondenten vaak aan wanneer zij bezig zijn met een andere lichte activiteit zoals schoonmaken of de afwas. Hoewel de respondenten aangeven met name secundair of volledig secundair te luisteren naar muziek, zijn er een enkele respondenten die vertellen dat zij ook geconcentreerd muziek consumeren. Respondent 10 vertelt daarover dat: “overdag luister ik gewoon meer [...] parallel. Maar bijvoorbeeld ’s avonds dan zet ik heel bewust een plaat op dus dan luister ik heel bewust.” Respondent 9 vult aan: “Ik ben echt alleen maar bewust aan het luisteren als ik naar een concert ga.” Binnen deze actieve luisterhouding gebruiken zij muziek als entertainment, wat ook aansluit bij de beschrijving die Åberg geeft voor luisteren als hoofdactiviteit.<sup>109</sup>

---

<sup>108</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.

<sup>109</sup> Ibid.

Het verschil tussen muzikanten en niet-muzikanten kan verklaard worden aan de hand van de indeling van luistertypen die Adorno heeft gemaakt in *Dissonanzen. Einleitung in die Musiksoziologie* (1973). Muzikanten zijn in dat opzicht ‘Expert luisteraars’ of ‘Goede Verstaanders’ en luisteren analyserend naar muziek: hebben oog voor detail en focussen op techniek en structuur. Niet-muzikanten aan de andere kant, kunnen ook kennis hebben van muziek maar luisteren veel oppervlakkiger en luisteren met name naar muziek als entertainment.<sup>110</sup>

#### 4.3.4 Invloed plek en situatie op de muziekkeuze

“Als je met allemaal vrienden bent ga je misschien niet die tearjerker aanzetten. Want je gaat niet bij iedereen zitten janken” vertelt respondent 12. Deze uitspraak laat zien dat niet alle muziek altijd even passend is bij de situatie. De respondenten geven aan dat de muziekkeuze allereerst wordt beïnvloed door de mate van concentratie die zij moeten hebben voor een bepaalde activiteit. Wanneer zij aan het werk zijn of zich moeten focussen op een andere activiteit (zoals studeren) mag muziek niet afleidend zijn. De respondenten kiezen dan ook veelal voor instrumentale of klassieke muziek, want: “tekst vind ik [dan] vaak heel irritant in muziek omdat ik dan afgeleid word” stelt respondent 14. In het verlengde van muziek die zorgt voor concentratie ligt het muziek luisteren in gezelschap. De respondenten geven aan dat in de meeste gevallen de muziek op de achtergrond moet spelen wanneer zij in gezelschap verkeren. Respondent 1 vertelt: “In gezelschap [draai ik] eigenlijk nooit de muziek die ik normaal gesproken altijd luister. Omdat het juist afleidt. Dan wil je juist een gesprek kunnen voeren of op de achtergrond iets kunnen horen.” Respondent 2 is het daar mee eens en vult dit aan: “Ja dat is wel waar ja.. want ik heb wel eens een keer een *date* gehad ofzo en dan zat ik met een meisje op de bank. En dan staat mijn playlist aan en dan komt plotseling iets van *scream metal* ofzo.. en dat is dan niet heel gepast ofzo.” Toch hangt de intensiteit van het luisteren en de muziekkeuze ook af van het gezelschap zelf.

R6 Maar ja.. het maakt ook wel uit met wie je bent. Want als ik met sommige vriendinnen ben die daar helemaal niet echt in geïnteresseerd zijn, nou ja dan staat gewoon wat op en dan luister ik er zelf ook niet echt naar en dan is het wel prima. Maar als ik met vrienden ben die wel heel erg veel van muziek houden. Die dan specifiek iets opzetten om me iets te laten horen. Dan luister ik ook weer anders naar die muziek.

---

<sup>110</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 24-6.

Naast het feit dat muziek in verschillende situaties moet zorgen voor enige mate van concentratie, zijn de respondenten ook van mening dat in andere situaties muziek juist prikkelend moet zijn. Wanneer zij een sportieve of actieve houding aannemen luisteren zij graag naar muziek die hen opzweept.

De muziekkeuze van de respondenten is niet alleen afhankelijk van de plek of situatie waar zij zich bevinden. Een belangrijke invloed is de stemming van de luisteraar. Hoewel Åberg in haar proefschrift laat zien dat plek en situatie de luisterhouding en muziekkeuze van de luisteraar beïnvloeden, gaat zij hierbij niet in op de stemming van de luisteraar.<sup>111</sup> Dit is daarom een bevinding die aan haar theorie over luistergedrag toegevoegd kan worden. De respondenten geven aan dat de emotie of de stemming waarin zij verkeren een belangrijke drijfveer is bij de keuze van muziek. Respondent 8 beschrijft dit als volgt: “Maar als ik verdrietig ben ofzo.. ja.. ik denk dat als je in een bepaalde *vibe* bent dat je wel bepaalde dingen op zet.” Toch kan muziek ook de stemming beïnvloeden. Respondent 3 verklaart: “het werkt twee kanten op. Zeg maar van, dit is wat ik wil horen als ik me [verdrietig] voel en [aan de andere kant]: ‘ik ga zo meteen stappen en ik ben een beetje moe dus ik zet dit op zodat ik wakker word’ zeg maar.” Desalniettemin wordt de keuze vaak beïnvloed door de plek waar de respondent zich bevindt: “als je alleen thuis bent dan heb je het helemaal voor je zelf. Dus dan kun je iedere kant op met je muziek” stelt respondent 12. De respondenten geven echter aan dat hun stemming vaak de belangrijkste rol speelt bij het kiezen van muziek.

R7      Ja, bepaalde muziek die bij [je bui] hoort en misschien dat je bui dan versterkt wordt.

### **Audiomedia in bepaalde situatie**

De keuze voor een audiomedium in een specifieke situatie laten de respondenten voornamelijk afhangen van het gebruiksgemak. Respondent 4 vertelt: “met schoonmaken is het een beetje onhandig om LPs te draaien want dan moet je met natte klauwen die plaat om gaan draaien.” Ook hierbij geven de respondenten aan dat het gezelschap een belangrijke factor is voor de keuze van een medium. Respondent 3 vertelt hierover: “als mensen over de vloer komen dan vind ik het gezelliger als ik [muziek] gewoon aan kan zetten en de volle aandacht kan geven dan dat ik steeds ‘oh wacht even terug naar m’n laptop’ ofzo.” Daarnaast vertellen de respondenten ook dat zij het met name belangrijk vinden dat de kwaliteit van het

---

<sup>111</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.



geluid goed is en dat het medium daarbij minder van belang is. Ook hier is opnieuw alleen de platenspeler een uitzondering zoals onderstaande dialoog laat zien.

- R7 Het maakt voor mij geen [...] uit of ik het van m'n autoradio, van je platenspeler van je, gewone radio, je tablet of je mp3speler.. die zouden allemaal hetzelfde moeten klinken.
- R10 Nou... thuis zet ik bewust een plaat op omdat ik..
- R7 Ja een plaat is dan misschien het enige verschillend met de rest.. een cd, mobiel, tablet..
- R11 Ja dat klinkt allemaal toch wel als zo'n dingetje [refereert aan telefoon]. Als toch alles over de HiFi zit.. maar ik kies alles wel bewust uit.
- R7 Bij mij is het zo dat ik thuis altijd alles over de speakers zet. Dus dan maakt het geen verschil.
- R8 Ja ik ook dus bij mij maakt het ook niet uit.
- R7 Ja verder is het alleen maar praktisch. Op de fiets kun je niet je laptop meenemen. Of de radio.
- [...]
- R12 Nee het is gewoon praktisch bij mij.
- R10 Ja..
- R11 Nou ja ik kies wel bewust wat ik waarop draai. Klassieke muziek doe ik niet over mn iPod bijvoorbeeld. Nee dat klinkt echt als een natte krant.
- R12 Maar met een goeie koptelefoon...
- R11 ja.. maar die heb ik dus niet. Ik heb gewoon van die iPod oortjes.

### **Samenvatting**

De respondenten van dit onderzoek maken voornamelijk thuis gebruik van audiomedia. Het zijn met name de radio, cd-speler, platenspeler en laptop die zij dan gebruiken. Mobiele audiomedia zoals de mp3-speler en de mobiele telefoon zijn voornamelijk onderweg populair.

Daarnaast blijkt uit de gesprekken en de enquêteresultaten dat er een verschil is tussen

muzikanten en niet-muzikanten, vooral bij de focus bij het luisteren naar muziek en de luisterhoudingen die ze aannemen. Muzikanten focussen bij het luisteren naar muziek veelal op techniek en structuur, terwijl de antwoorden van de niet muzikaal geschoolde respondenten minder specifiek zijn. Zij focussen zich bijvoorbeeld op emotie, gevoel, stemming en ritme. Dit verschil tussen muzikanten en niet-muzikanten komt ook terug bij de luisterhoudingen die respondenten aannemen. Waar de muzikanten aangeven met name te luisteren als hoofdactiviteit, luisteren niet-muzikanten voornamelijk secundair of volledig secundair. Een opmerkelijk verschil is dat de niet muzikaal geschoolde respondenten muziek gebruiken om zich te kunnen concentreren, terwijl de muzikanten vertellen dat zij zich niet kunnen concentreren wanneer zij luisteren naar muziek.

Bij de keuze voor muziek speelt de plek of situatie waarin de respondenten zich bevinden een rol. Wanneer de respondenten zich moeten concentreren, kiezen zij voor rustige en/of instrumentale muziek. Als de respondenten een actieve houding moeten aannemen, moet de muziek hier ook op aangepast worden; de muziek moet dan opzwevend zijn. Daarnaast is de muziekkeuze van de respondenten ook afhankelijk van het gezelschap waarin zij verkeren. De stemming of emotie van de respondenten heeft echter de meeste invloed op de muziekkeuze.

Het audiomedium dat de respondenten gebruiken bij een bepaalde plek of situatie laten zij voornamelijk afhangen van gebruiksgemak. Ook hier is het gezelschap een belangrijke factor in de keuze. Daarnaast vinden de respondenten de kwaliteit van het geluid erg belangrijk bij de keuze.

#### **4.4 De luisteraar en de luisterervaring**

Het derde en laatste deel van deze analyse geeft informatie over de deelvraag: hoe ervaren de jongvolwassenen muziek en hoe verschilt die ervaring tussen audiomedia en livemuziek? Hierbij gaat het zowel om de ervaring bij het gebruik van audiomedia als die bij het luisteren naar muziek. Bij de ervaring van het luisteren naar muziek wordt een vergelijking getrokken tussen het luisteren van muziek via audiomedia en livemuziek.

##### **4.4.1 Redenen voor muziekgebruik**

Er zijn voor de respondenten van de focusgroepen een groot aantal redenen voor het luisteren naar muziek. Allereerst gebruiken de respondenten muziek als achtergrondgeluid of als tijdverdrijf tijdens een andere activiteit. “Ik vind het ook gewoon fijn om iets aan te hebben te staan” stelt respondent 5. Respondent 7 voegt hier aan toe: “op de fiets als tijdverdrijf [...]”.

Als je lang moet fietsen dat je dan lekker iets hebt om te luisteren.” In het verlengde van muziek gebruiken als achtergrondgeluid ligt muziekgebruik voor het ontwijken van stilte en eenzaamheid<sup>112</sup>. Ook deze redenen worden door de respondenten genoemd. Opvallend is dat in alle drie de focusgroepen, onafhankelijk van elkaar, wordt verteld dat muziek en audiomedia ook gebruikt worden als ‘soundwall’ om anderen te ontwijken.

- R1 Vaak doe ik het in de trein ook juist omdat ik niet met andere mensen geconfronteerd wil worden. Zeker als ik richting [mijn ouderlijk dorp ga].. er zijn een hoop mensen die je dan kent en waar je geen zin hebt om mee te praten.
- R2 Ja! Ik zit wel eens te werken bij de Coffee Company bijvoorbeeld en ik vind de Coffee Company eigenlijk best wel heel erg [vervelende] plek en dan heb ik ook een koptelefoon op en dan heb ik geen muziek aan.

Daarnaast geven verschillende respondenten aan dat zij muziekgebruik van huis uit hebben mee gekregen of dat muziekgebruik een onderdeel is van hun persoon. Respondent 1 vertelt: “Mijn ouders vonden muziek ook altijd tof. Ik denk dat dat ook heel veel mee speelt. [...] Ik [heb] dus wel een muzikale achtergrond.” Respondent 6 haakt hier op aan: “Ja, bij ons thuis was vroeger ook altijd muziek en ja.. daar ben ik eigenlijk nooit mee opgehouden.” Daarnaast stelt respondent 8: “het is gewoon zo’n onderdeel van hoe ik ben in ieder geval. Dat ik niet zonder kan. Dus ja ik denk daar ook niet zo over na ofzo.. Het is gewoon zo.”

“Misschien heel standaard maar het vermaakt mij. Om het maar zo te zeggen. Ik vind het eigenlijk de belangrijkste reden. Als ik iets aan het doen ben en daar staat muziek bij aan heb ik er gewoon extra plezier in” geeft respondent 2 als antwoord op de vraag waarom er naar muziek geluisterd wordt. Ook respondent 9 luistert ter vermaak: “Genot. Genieten” is het antwoord. Verder geven de respondenten aan te luisteren ter ontspanning. Respondent 10 vertelt: “Je lichaam, je gehoor reageert daar op dus voor mij is het ’s ochtends om even rustig wakker te worden.”

De meest voorkomende reden voor het luisteren naar muziek, in alle drie de focusgroepen, heeft te maken met de stemming en emotie van de respondenten. Muziek geeft betekenis aan momenten en is stemmingsversterkend stellen de respondenten. Daarnaast kan het helpen om gebeurtenissen te verwerken.

---

<sup>112</sup> Een van de functies die de radio (of een ander audiomedium) kan innemen volgens Åberg.

- R4 Ik denk ook wel dat het invloed heeft op je emoties. Het vrolijkt je op en als je opgefokt bent.. dat je denkt. [...], even een ontlading. Dat heb ik wel.
- R3 [M]uziek geeft een soort van betekenis aan dingen, aan de situaties.
- R2 Soundtrack van je leven.
- R3 Ja.. een beetje ja. Ik kan dingen beter verwerken met muziek vooral met die emoties en zo. Het geeft een gevoel.. en fijn gevoel vaak.

Verder kan muziek ook juist afleiden van een bepaalde situatie of stemming, blijkt uit onderstaande conversatie:

- R18 Ja het is stemmingsversterkend denk ik. Niet alleen als je vrolijk bent maar ook als je verdrietig bent. Soms wil je even zwelgen in je eigen verdriet. En dan..
- R13 Ja dat is soms wel lekker.
- R18 Ja.. het versterkt gewoon eigenlijk. Maar het is ook als afleiding.

Tot slot is er ook bij het gebruik van muziek een verschil tussen muzikanten en niet-muzikanten. Respondent 15 geeft aan: “Studiemateriaal ook he.” Andere muzikanten beamen dit. Respondent 11 vertelt: “ik zoek wel eens op YouTube vaak op wat.. als ze een nieuw album hebben en ze gaan er over praten ofzo.. dat is [super] leerzaam.”

#### **4.4.2 Intense muzikale ervaringen**

Door welke factoren wordt een muzikale ervaring iets om niet te vergeten en hoe verschilt dit tussen muziek afgespeeld via audiomedia en live-uitvoeringen? De eerste reactie die de meeste respondenten geven op de vraag wat hun meest intense muzikale ervaring is, is livemuziek. “Sowieso live!” zegt respondent 16. Respondent 10 beaamt dit: “Ja, ik denk toch wel live.” Wat opvalt is dat zowel in de tweede als in de derde focusgroep een muzikant aangeeft toch via een audiomedium een intense muziekervaring te hebben beleefd.

- R12 Bij mij is het wel beide hoor. Ik heb soms ook wel eens platen die ik voor het eerst hoor en dat ik daar heel erg emotioneel van word of heel erg overrompeld word. Door de manier van productie of.. hoe goed een liedje

eigenlijk wel niet geschreven is of hoe je je kunt relateren aan de tekst of aan de melodie of wat dan ook.

- R15 Bij mij is het gek genoeg juist niet live. Maar ik was 15 ofzo.. en ik ging voor de eerste keer wiet roken [...] met een vriend van me. En toen luisterde we een nummer van Canned Heat, een bluesband uit de jaren 60. [W]e waren [er] zo van onder de indruk. Zo weggeblazen... [...] het heeft wel geleid tot wat we nu aan het doen zijn.

### **De luisterervaring bij live-uitvoeringen**

Het bezoeken van een concert biedt vier factoren die positief bijdragen aan de ervaring van de respondenten. Allereerst schrijven zij dat toe aan de verbondenheid die ontstaat bij het bezoeken van een concert. Respondent 18 vertelt: “met de verbondenheid, met wie je bent.. en als je met vriendinnen naar een concert gaat.. dat [is] een hele intense sfeer. Nee maar dat is wel zo. Je maakt samen iets mee.” Ook respondenten 8, 10 en 11 zijn het daar mee eens:

- R8 Je ziet gewoon de mensen waar je gewoon toch al iets mee hebt.

- R11 Gelijk gestemde..

- R8 Ja, ja. Je voelt met elkaar mee ofzo. Iedereen kent het.

[...]

- R10 Ik denk ook dat het een soort collectief ding is. [...] Als ik met vrienden die ook die band heel geweldig vinden dan.. versterkt dat ook wel.

Naast verbondenheid is onwetendheid, samen met het feit dat een live-uitvoering tijden- en plaatsgebonden is, een belangrijke factor die invloed heeft op de ervaring van de respondenten. “Het is ook altijd een beetje een verrassing wat het wordt. [...] Als je het dan live hoort kan het zo nog alle kanten op” zegt respondent 16 over het verrassende element van livemuziek. Dit is ook een groot verschil met het luisteren van muziek via audiomedia vult respondent 18 aan: “het gebeurt alleen op dat moment en verder niet en dat maakt het wel bijzonderder. Kijk ja.. een cd kun je toch weer op *repeat* zetten en live niet.”

Ook geven de respondenten aan bewuster naar muziek te luisteren, en de muziek bewuster te ervaren, wanneer zij een concert bezoeken. “Je staat intenser te luisteren naar die band die er staat te spelen” vertelt respondent 4. Dit bewust luisteren hangt samen met een andere factor die invloed heeft op de ervaring van een live-performance: het visuele aspect.

- R10 Ik denk ook wel de combinatie met, met dingen zien ook.
- R8 Ja het is super visueel en die vent [zanger Nine Inch Nails] is nu sowieso al fantastisch om naar te kijken [...] Maar ik weet niet, het maakt het een beetje completer ofzo dan dat album thuis te draaien.
- R10 Het is ook wat menselijker. Vind ik toch ook wel. Een van mijn favorieten is toch wel Nick Cave. En die vind ik op plaat heel goed maar live is het toch echt wel wow dat je denkt. Ook als persoonlijkheid.
- R11 Ja dan voegt ie echt iets toe he.
- R10 Ja, ja.

Toch kan ook juist dit visuele aspect werken als stoorzender tijdens een live-ervaring. Het zijn met name muzikanten en de respondenten die werkzaam zijn in het live-circuit die dit aangeven:

- R12 Ik ga heel erg letten op wat er nou precies gebeurt. Ik ga helemaal niet op in het plaatje of in het idee van dat daar iemand staat die een plaat gemaakt heeft en zijn persoonlijkheid en zo. Nee. Ik kijk puur en alleen van hoe beweegt hij op het podium. Wat voor akkoorden slaat ie aan, wat voor effecten heeft ie, wat loopt er op backingtrack mee, hoe zitten de lichten in elkaar.
- R10 Ik heb dat vooral met concerten die mij niet zo boeien. Dat ik dan echt ga denken.. ah, die lampen zijn zoveel bij elkaar en dit.. waar loopt die.. die stagemanager wil het concert nu afkappen, gebeurt niet... en daar ga ik me aan irriteren.

Voor de overige respondenten werkt het publiek als stoorfactor bij de ervaring van livemuziek: “dat ik kijk naar de buurvrouw, of dat ik voor me kijk wat die aan het doen zijn.. of dat iemand aan het filmen is, dat ik denk.. of dat ik me er aan erger.. er zijn ook heel veel dingen die me afleiden tijdens zo’n concert” vertelt respondent 17. Respondent 1 is het hier mee eens en beschrijft: “Maar als je in het publiek staat en er staat iemand achter je te praten dat vind ik al zo afleidend en irritant dat ik.. dat het gewoon mijn ervaring beïnvloed.”

## De luisterervaring bij audiomedia

“Toen je de vraag stelde was wel het eerste wat me te binnen schoot live, maar toen ging ik iets verder denken.. en zeg maar de meest intense muziekervaring [...] is echt in bed liggen met de lichten uit, ogen dicht, koptelefoon op en dat je echt alleen zeg maar dat zintuig gebruikt op dat moment” vertelt respondent 3. Een aantal respondenten geeft aan dat wanneer zij naar muziek luisteren via een audiomedium, zij kunnen opgaan in de muziek. Hierdoor wordt de luisterervaring heftiger. Bovendien geven de respondenten aan dat zij zich emotioneler kunnen opstellen wanneer zij naar muziek luisteren via audiomedia. Vaak is dit het geval omdat zij dan alleen naar de muziek luisteren, beschrijft respondent 10: “Soms kan je thuis iets luisteren wat je meer voor jezelf houdt ofzo.” Ook respondent 17 geeft aan dat muziek die alleen geconsumeerd wordt, heftiger binnen komt: “Het is [voor mij] intenser [...] als je in je eentje die muziek luistert.”

Muziek wordt door de respondenten veelal gekoppeld aan momenten, herinneringen en personen. Ook hierbij is de emotie die de muziek oproept van grote invloed.

- R1     Het is ook aan elkaar gekoppeld. In eerste instantie is denk ik de volgorde: emotie is er en er zat muziek bij en vervolgens is er een keer dat je die muziek terug hoort en dan kan je de emotie daar weer aan koppelen.

Veel respondenten geven aan dat herinneringen blijven hangen aan muziekstukken of nummers. De muziek die de respondenten op een bepaald moment in hun leven luisterden wordt een ijkpunt voor dat moment. Respondent 14 legt uit: “dat het een keer uit ging [met mijn vriendje] ofzo en dat de muziek die ik toen heel veel luisterde, dat ik daar dan nog steeds aan terug denk.” Respondent 2 beschrijft dat muzikale fragmenten “momentopnames [zijn] van vroeger en aan bepaalde emoties en bepaalde herinneringen [vastzitten].” Hierdoor speelt (oude) emotie altijd een belangrijke rol bij de luisterervaring. Deze bevinding komt overeen met resultaten uit het onderzoek van Bisschop Boele. Hij schrijft dat muziek vaak verbonden is aan momenten en herinneringen: *remembering the self*. Bovendien zorgt muziek er vaak voor dat een herinnering weer naar boven komt wanneer een speciaal nummer beluisterd wordt.<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 31.

#### 4.4.3 Het medium en de ervaring

De respondenten van dit onderzoek gebruiken veel verschillende audiomedia voor het luisteren naar muziek. Dat muziek via deze verschillende audiomedia niet allemaal hetzelfde wordt ervaren heeft verschillende redenen.

Met de komst van digitale media maakt het volgens de respondenten niet veel meer uit via welk digitaal medium muziek geconsumeerd wordt. Respondent 11 vertelt: “vroeger was het denk ik meer een ding. Toen je nog van die slechte mp3tjes had van Napster... dan had je af en toe wel een zo’n *shady* versie van iets.” Dit wordt verklaard door respondent 7: “Tegenwoordig maakt het niet meer uit of je [luistert] van je tablet of van je telefoon. Als je gewoon Spotify allerhoogste kwaliteit [...] hebt.” Toch speelt voor de respondenten de kwaliteit van het geluid een belangrijke rol. Deze kwaliteit wordt gewaarborgd door de kwaliteit van toegevoegde apparatuur zoals boxen of een koptelefoon.

R10 Ik weet niet of het medium het verandert maar wel boxen ofzo. Ik vind het denk ik niet heel veel uitmaken. Of ik nou een cd op zet of op m’n telefoon aan m’n stereo koppel.

Toch is er ook een medium dat genoemd wordt om zijn mindere kwaliteit: de radio. “Op de radio worden [nummers] platgeslagen” vertelt respondent 13. Daarnaast worden nummers op de radio ook ingekort. Bovendien wordt er “door [de nummers] heen geluld” vult respondent 18 aan. Dit zijn volgens de respondenten verschillende redenen waardoor de radio de luisterervaring beïnvloed.

Naast de radio geven de respondenten ook, opnieuw, aan dat de platenspeler een uitzondering is op de andere audiomedia. De platenspeler wordt anders ervaren omdat er een fysieke handeling moet plaatsvinden. Bovendien verschilt het geluid van een LP ook met het geluid van andere audiomedia.

R12 Het is meer de ervaring van het toestel. Je bent er bewust mee bezig.

R11 Maar het is niet beter.

R8 Nee het is niet beter maar het is wel...

R7 Maar het is wel anders. Puur analoog is gewoon anders dan digitaal.

R10 Je moet ‘m omdraaien, je kan niet op shuffle, je bent echt een hele plaat aan het luisteren.



Daarnaast verschilt de platenspeler ook van andere audiomedia omdat het in tegenstelling tot digitale audiomedia niet oneindig door kan gaan. Respondent 3 vertelt hierover: “een plaat opzetten [is] veel bewuster dan [iets] wat constant blijft stromen. Want zelfs al zet je op Spotify heel bewust een album op. Dat album speelt af en als je het niet verandert dan blijft het maar gaan en zo kan het de hele dag eigenlijk maar door gaan.”

De *shuffle*-optie op verschillende media heeft volgens de respondenten ook invloed op de ervaring. Respondent 18 vertelt: “ik heb het met volgorde van nummers. Albums of platen hebben een bepaalde volgorde met nummers dat vormt ook wel hoe je bepaalde nummers ervaart of wat je er aan linkt.” Respondent 15 vult aan: “ik heb datzelfde inderdaad in een album. Album heeft een vaste tracklist en op een gegeven moment ken je dat helemaal en dan zet je dat zelfde album op *shuffle* en dan is het een hele andere ervaring.”

Tot slot benoemen de respondenten een aantal redenen die invloed hebben op de ervaring maar die niet per definitie met het medium te maken hebben. Ze vertellen dat de ervaring ook erg gestuurd wordt door de plaats of het moment waar zij zich bevinden en de activiteit die zij op dat moment uitvoeren: “Ja denk dat het vooral te maken heeft met het moment wat je dan aan het doen bent” vertelt respondent 6. Respondent 10 vult aan: “ik merk op de fiets ofzo [vind ik de kwaliteit niet belangrijk]. Met sporten vind ik dat [ook] niet perse heel belangrijk.” Daarnaast speelt de keuze in audiomedia of muziek ook een rol in de ervaring geven de respondenten aan. “Als ik in de auto zit en de autoradio luister is Sublime FM positief. Maar ergens anders niet. Dan is het saai” vertelt respondent 13 hierover. Ook respondent 1 vertelt dat de keuze van de muziek de ervaring beïnvloedt: “[het] kiezen van muziek, dat is een verschil. Dat je kan gaan bedenken van waar heb ik zin in of dat het gewoon op staat, [zoals op de radio].”

### **Samenvatting**

De respondenten van dit onderzoek luisteren om verschillende redenen naar muziek. Verschillende respondenten vertellen dat zij van huis uit zijn opgevoed met muziek en dat het daardoor een gewoonte is om muziek te luisteren. Ook vinden de respondenten het fijn om geluid om zich heen te hebben en gebruiken ze muziek als achtergrondgeluid, als tijdverdrijf tijdens een andere activiteit of om dingen te ontwijken. Allereerst gebruiken zij muziek om stilte te ontwijken, dit kan gekoppeld worden aan het feit dat zij altijd geluid op de achtergrond willen hebben. Daarnaast worden muziek en audiomedia ook gebruikt om afgesloten te worden van de wereld en andere mensen. Verder gebruiken de respondenten muziek graag ter ontspanning of vermaak. De respondenten geven echter aan dat stemming en

emotie de belangrijkste redenen zijn voor het luisteren naar muziek. Muziek is stemmingsversterkend, geeft betekenis aan en helpt met verwerken van gebeurtenissen, geven de respondenten aan. De muzikanten uit de focusgroepen geven aan dat zij nog een andere reden hebben voor het luisteren naar muziek. Zij willen leren van muziek en halen er inspiratie uit.

Volgens de respondenten is er een verschil tussen muziek luisteren via audiomedia en het bezoeken van een concert. Verbondenheid tussen de bezoekers voegt iets toe aan de ervaring van livemuziek. Daarnaast is een live-ervaring tijd- en plaatsgebonden waardoor het altijd een verassing blijft hoe de ervaring gaat uitpakken. Bovendien zorgt het visuele aspect, het zien van de artiest, voor een multi-emotionele ervaring. Deze multi-emotionele ervaring kan er echter ook voor zorgen dat de live-ervaring verstoord wordt, geven de respondenten aan.

Wanneer de respondenten muziek luisteren via audiomedia geven zij aan dat zij meer kunnen opgaan in muziek, waardoor zij de muziek vaak emotioneler ervaren. Bovendien linken de respondenten muziek vaak aan momenten en herinneringen, waardoor dit ook verweven is met de emoties van de respondenten.

Hoewel de stemming en emotie van de respondenten de belangrijkste drijfveer is voor het luisteren naar muziek en een belangrijke rol speelt bij de ervaring van muziek, bepaalt ook het medium deels de ervaring. De respondenten geven aan dat ze de kwaliteit van de muziek en audiomedia belangrijk vinden. Zij waarborgen de kwaliteit van het geluid voornamelijk door middel van goede boxen of een koptelefoon omdat de geluidskwaliteit van muziekbestanden volgens hen sinds het opkomen van digitale media veelal gelijk is. Een uitzondering hierop is de radio. De nummers die hier gedraaid worden zijn van mindere kwaliteit, kortere lengte en men wordt sneller afgeleid waardoor de ervaring beïnvloed wordt. Ook de platenspeler bezorgt de respondenten een andere ervaring dan de overige audiomedia. Dit is volgens de respondenten te danken aan de fysieke handelingen die zij moeten uitvoeren wanneer zij luisteren naar platen. Bovendien kan een plaat, in tegenstelling tot andere audiomedia, niet oneindig doorgaan. Tot slot geven de respondenten aan dat de ervaring van muziek ook afhankelijk is van het moment en de plaats waar zij luisteren, de volgorde van de nummers en ook de keuze die zij hebben in het medium of de grootte van een muziekcollectie.

## Hoofdstuk 5 – Conclusie, reflectie en aanbevelingen

De hoofdvraag die centraal staat in dit onderzoek luidt: hoe luisteren jongvolwassenen naar muziek? Door het organiseren van drie focusgroepen met in het totaal achttien respondenten, is er een meer gedetailleerd beeld geschetst over het luistergedrag en de luisterervaring van deze groep. Het doel van het onderzoek was een kwalitatieve verkenning te doen van het feitelijke luistergedrag en de luisterhoudingen van luisteraars, en een aanvulling te doen op kwantitatieve SCP onderzoeken *Achter de schermen* (2004), *Alle kanalen staan open* (2010) en *Media: Tijd in beeld* (2015).<sup>114</sup>

In dit hoofdstuk worden allereerst de conclusies van dit onderzoek besproken. Deze worden verder uitgelicht in de bespreking van conclusies per deelvraag en waar mogelijk worden verbanden gelegd met de theorie. Hierna volgt een kritische reflectie op het onderzoek. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een overzicht van aanbevelingen voor vervolgonderzoek

### 5.1 Conclusie

#### 5.1.1 Hoofdvraag: het luistergedrag van jongvolwassenen

De respondenten van dit onderzoek maken voornamelijk gebruik van een laptop of mobiele telefoon voor het luisteren naar muziek. Gebruiksgemak, kwaliteit, de sociale setting en de stemming van de luisteraar bepalen hoe er geluisterd kan worden en zijn de meest genoemde drijfveren bij de keuze voor een audiomedium en muziek. De keuze voor een specifiek audiomedium wordt voornamelijk bepaald door het gebruiksgemak en in het verlengde daarvan geven de respondenten aan dat het belangrijk is dat de media ook onderweg bruikbaar zijn. Ook de kwaliteit van het geluid is voor de luisteraars van dit onderzoek een belangrijk punt. Zij noemen hierbij zowel de kwaliteit van het muziekbestand als de kwaliteit van het audiomedium. Wanneer de geluidskwaliteit van het audiomedium te wensen overlaat, lossen de respondenten dit op door middel van goede boxen of een koptelefoon. De sociale setting is voor veel jongvolwassenen ook een reden om bepaalde keuzes te maken aangaande het audiomedium en de muziek. Ook binnen de sociale setting zijn het gebruiksgemak en de kwaliteit belangrijke drijfveren voor de keuzes die zij maken. De jongvolwassen luisteraars vinden dat de muziek moet passen binnen de context van de sociale setting en willen zich in gezelschap niet focussen op het bedienen van een apparaat. Audiomedia worden door jongvolwassenen ook regelmatig gebruikt om een sociale situatie te vermijden. Tot slot heeft

---

<sup>114</sup> Hoofdstuk 1 – Inleiding, pagina 12-5.

ook de stemming van de luisteraar heeft invloed op de muziekkeuze. Muziek is volgens de respondenten stemmingsversterkend en moet aansluiten op de gevoelens die zij hebben. Andersom kan muziek ook de stemming van de luisteraar beïnvloeden. Bovendien geven de respondenten aan dat muziek vaak gekoppeld is aan momenten en herinneringen. Zij geven aan dat zij hierdoor die momenten nogmaals beleven wanneer zij naar specifieke muziek luisteren.

Er is een aantoonbaar verschil in de luisterhoudingen tussen muzikanten en niet-muzikanten onder de jongvolwassenen van dit onderzoek. Muzikanten luisteren analyserend naar muziek, focussen voornamelijk op structuur en techniek en luisteren daardoor met name als hoofdactiviteit. Niet-muzikanten daarentegen geven aan veelal een secundaire of volledig secundaire luisterhouding aan te nemen.

Het luisteren naar livemuziek en muziek afgespeeld via audiomedia gebeurt door jongvolwassenen op verschillende manieren. Een groot verschil is dat livemuziek in tegenstelling tot het luisteren naar muziek via audiomedia veranderlijk en plaats- en tijdgebonden is. Het luisteren naar muziek via audiomedia zorgt er echter voor dat de respondenten kunnen opgaan in de muziek.

### **5.1.2 Deelvraag 1: het medium**

Luisteraars gebruiken dertien verschillende audiomedia voor het luisteren naar muziek.<sup>115</sup> Van deze dertien audiomedia zijn er negen opgenomen in de onderzoeken van het SCP naar mediagebruik. De overige vier audiomedia, namelijk de televisie, dvd-speler, *sonos* en het dockingstation, zijn in dit onderzoek aan de orde geweest maar zijn niet uitgebreid meegenomen in het onderzoek. Audiomedia worden door het SCP opgedeeld in oude en nieuwe audiomedia.<sup>116</sup> Het zijn voornamelijk nieuwe audiomedia die gebruikt worden door de respondenten in mijn onderzoek, waarbij respectievelijk de laptop en mobiele telefoon de meest geliefde audiomedia zijn. De doelgroep van dit onderzoek is opgegroeid met de opkomst van nieuwe media. Dit kan een reden zijn waarom zij hier voornamelijk gebruik van maken. Deze bevindingen zullen waarschijnlijk niet opgaan voor oudere generaties luisteraars.

Het gebruiksgemak is voor de luisteraar de belangrijkste overweging bij het kiezen van een medium. De laptop en mobiele telefoon zijn twee audiomedia die hoog scoren als het

---

<sup>115</sup> Radio, autoradio, internetradio, platenspeler, cassetterecorder, cd-speler, mp3-speler, laptop, mobiele telefoon, televisie, dvd-speler, *sonos* en dockingstation.

<sup>116</sup> Oude audiomedia zijn: radio, autoradio, platenspeler, cassetterecorder, cd-speler en mp3-speler. Nieuwe audiomedia zijn: laptop en mobiele telefoon.

aankomt op gebruiksgemak. Een belangrijk nevenbelang van het gebruiksgemak is dat deze media mobiel zijn. De mobiele telefoon en mp3-speler worden door de respondenten graag gebruikt omdat deze media onderweg (in trein, op de fiets) makkelijk te hanteren zijn. Een andere reden voor het gebruik van audiomedia is dat het dient als achtergrondgeluid of voor het ontwijken van stilte, personen of anderen geluiden. Deze bevindingen stroken met wat Åberg schrijft over de volledig secundaire luisterhouding.<sup>117</sup> Enkele respondenten gebruiken audiomedia om zich af te sluiten van de buitenwereld, voor het creëren van een ‘muzikaal behang’. De onderzoeksresultaten laten een duidelijk verschil zien tussen de omgang met de platenspeler en de andere audiomedia. De luisteraars maken graag gebruik van dit medium omdat het een fysieke handeling en een fysiek product is. Daarnaast speelt mee dat het een aura van ‘vintage’ heeft en sluit de platenspeler aan bij de populariteit van oude, vintage materialen, met name in de leeftijdscategorie van de doelgroep van dit onderzoek.<sup>118</sup> Dat het *thing* (de platenspeler) belangrijk is sluit aan bij de bevindingen van Bisschop Boele. Het is niet alleen de output die belangrijk is bij het gebruik van een platenspeler, ook de context van het product speelt mee bij de aantrekkingskracht.<sup>119</sup> Tot slot gebruiken luisteraars audiomedia vanwege de kwaliteit van het geluid, de omvang van de beschikbare muziekcollectie, de extra’s die het medium te bieden heeft of ter (tijdelijke) vervanging van een ander medium.

### 5.1.3 Deelvraag 2: de situatie

De jongvolwassenen in dit onderzoek luisteren op drie verschillende manieren naar muziek: als hoofdactiviteit, secundair of volledig secundair (zie Åberg).<sup>120</sup> Het luisteren als hoofdactiviteit blijkt vooral onder de muzikanten nog veelvuldig voor te komen. Zij willen nieuwe dingen leren van muziek en luisteren daarom vaak ook analytisch. Uit hun antwoorden blijkt ook dat het voor deze groep lastig is om muziek ‘secundair’ te gebruiken, bijvoorbeeld wanneer zij zich moeten concentreren of bij etentjes. De respondenten die niet muzikaal geschoold zijn, benoemen vooral secundaire of volledig secundaire luisterhoudingen. Zij gebruiken muziek soms juist om zich te kunnen concentreren. Toch luisteren ook niet-muzikanten naar muziek als hoofdactiviteit. Het verschil met muzikanten laat zich zien in wat deze luisteraars met de muziek doen. Bij de niet-muzikanten ligt de focus op de entertainmentfunctie die muziek heeft. Zij luisteren niet analyserend naar muziek en

---

<sup>117</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.

<sup>118</sup> Kruisbergen, “Omzet vinyl steeg vorig jaar opnieuw,”; NVPI, “Digitaal blijft groeien”, <http://www.nvpi.nl/nieuws/digitaal-blijft-groeien>; Kate Rogers, “Why millennials are buying more vinyl records.”

<sup>119</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 30-31.

<sup>120</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.

willen er ook niet van leren. Hoewel de focus bij het luisteren tussen muzikanten en niet-muzikanten verschilt, sluiten de bevindingen dus aan op de uitspraken die Åberg doet over luisteren als hoofdactiviteit. Luisteren als hoofdactiviteit zorgt in het geval van muzikanten voor educatie en intellectueel plezier. Ook het luisteren naar muziek voor het plezier van de luisteraar, zoals de niet-muzikant doet, benoemt Åberg als een van de functies die muziek als hoofdactiviteit kan hebben. Daarnaast faciliteert het volledig secundaire luisteren, wat veel niet-muzikanten zeggen te doen, concentratie.<sup>121</sup>

Het verschil tussen muzikanten en niet-muzikanten blijkt opnieuw uit hun antwoorden op de specifieke vraag naar de focus die zij hebben bij het luisteren naar muziek. De muzikanten antwoorden voornamelijk analyserend te luisteren, zij focussen dan ook voornamelijk op de techniek en structuur van een muziekstuk. De niet-muzikanten in mijn onderzoek letten vooral op emotie, sfeer en stemming. Die bevindingen over de focus van muzikanten bij het luisteren naar muziek komt overeen met de luisterhouding die door Chion als *reduced listening* wordt gepresenteerd, waarbij tijdens het luisteren hoofdzakelijk wordt gefocust op de eigenschappen van de muziek.<sup>122</sup> De bevindingen over de verschillen tussen muzikanten en niet-muzikanten sluiten ook aan bij de al wat oude theorie over luistertypen van Adorno.<sup>123</sup> Luisteraars die muzikaal geschoold zijn, horen samenhang, hebben oog voor detail en focussen zich op techniek en structuur, zoals dit onderzoek laat zien. Luisteraars die geen muziek maken, zijn met name uit op entertainment. De vraag of ze ook oppervlakkiger luisteren, zoals Adorno stelde, kan door mijn onderzoek niet beantwoord worden. Het verschil tussen muzikanten en niet-muzikanten is een interessante bevinding uit dit onderzoek, dat verder onderzocht dient te worden in het licht van de discussies over veranderingen in programmeringsprofielen van muziekradiozenders of de ontwikkeling van speellijsten op digitale muziekplatforms.

De plaats en situatie waarin de luisteraar zich bevindt, heeft een belangrijke invloed op het luistergedrag van de luisteraar. De muziek die beluisterd wordt, is afhankelijk van de activiteit die de luisteraar tijdens het luisteren uitvoert. Rustige, instrumentale muziek voor de concentratie en opzweepende muziek bij een actieve houding. Een andere factor die invloed heeft op het luistergedrag noemden de respondenten het gezelschap waarin de luisteraar zich bevindt. Hierbij is het van belang of het luisteren naar muziek de voornaamste activiteit van het gezelschap is of dat muziek slechts fungeert als achtergrondgeluid.

---

<sup>121</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.

<sup>122</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 29.

<sup>123</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 24-6.

De keuze voor een specifiek medium op een bepaalde plek of in een bepaalde situatie is voor de jongvolwassenen die participeerden in dit onderzoek voornamelijk afhankelijk van het gebruiksgemak. Ook heeft het gezelschap een belangrijke invloed op deze keuze. Dit ligt in het verlengde van het gebruiksgemak want de luisteraar wil in gezelschap niet focussen op de bediening van het apparaat. Daarnaast moet de kwaliteit van het geluid goed zijn. Op dit onderwerp kon in het kader van de focusgroepen niet verder uitgediept worden vanwege de tijd. Het is echter een belangrijk aandachtspunt voor toekomstig onderzoek, in het kader van discussies over het comprimeren van audiobestanden voor audioplatforms en de populariteit van de LP, die enerzijds bekend staat om zijn ‘echte geluid’ en anderzijds om veelvuldig getik door krassen.

Hoewel in de door mij bestudeerde bronnen weinig aandacht was voor de manier waarop iemands stemming het luistergedrag beïnvloedt, geven de respondenten van dit onderzoek aan dat muziek stemmingsversterkend is. Daarnaast noemen zij het belangrijk dat dat de muziek die zij beluisteren aansluit bij de gevoelens die zij hebben. Andersom kan muziek ook de stemming beïnvloeden, vertellen zij. Muziek met een vrolijk karakter kan er voor zorgen dat de luisteraar zich ook (weer) vrolijk voelt.

### **5.1.4 Deelvraag 3: de luisteraar en de luisterervaring**

De jongvolwassenen in het onderzoek noemen verschillende redenen voor het luisteren naar muziek. Muziek dient vaak als tijdverdrijf tijdens een andere activiteit of als achtergrondgeluid. In het verlengde hiervan ligt het gebruiken van muziek voor het ontwijken van stilte en eenzaamheid, die door Åberg beide worden benoemd als belangrijke functies van secundair en volledig secundair muziekgebruik.<sup>124</sup> Dit is een interessante bevinding die vaker terug is gekomen in dit onderzoek. Het roept ook vragen op als hoe muziek deze eenzaamheid beïnvloedt en de luisteraar kan helpen. Dit zijn interessante vragen die in dit onderzoek onbeantwoord blijven en nader onderzocht kunnen worden. Het luisteren van muziek dient voor sommige respondenten ook voor het ontwijken van personen, bijvoorbeeld door te doen alsof je luistert om te vermijden dat je een gesprek moet voeren met iemand die je tegenkomt. Deze luisterhouding komt overeen met een functie van luisteren die door Åberg wordt genoemd om geluidsoverlast van anderen weg te duwen. Zij spreekt daarbij echter niet over het daadwerkelijke afsluiten voor andere personen in *face to face* contact.<sup>125</sup> Andere redenen voor het luisteren naar muziek via audiomedia zijn te vinden in de sociale achtergrond van de

---

<sup>124</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 27-8.

<sup>125</sup> Dit kan te maken hebben met het feit dat Åberg in haar boek focust op functies van radio luisteren. De radio was ten tijde van haar onderzoek een medium dat overwegend thuis beluisterd werd.

luisteraar. De meeste respondenten hebben van huis uit een muzikale opvoeding meegekregen en luisteren daarom nog steeds graag naar muziek. De meest genoemde reden die de respondenten noemen voor het luisteren naar muziek heeft te maken met de stemming en emotie van de luisteraar. Luisteraars vinden het fijn om in verschillende situaties naar muziek te luisteren omdat het betekenis geeft aan momenten, stemmingsversterkend is en omdat het kan helpen met het verwerken van gebeurtenissen. Wat Bisschop Boele *remembering the self* noemt, kwam bij de meeste personen als motief naar voren tijdens de gesprekken.<sup>126</sup>

In het onderzoek werd ook aandacht besteed aan de verschillen tussen het luisteren naar livemuziek en het luisteren naar muziek via audiomedia. Er zijn vier factoren die op een positieve manier bijdragen aan de live-ervaring. Luisteraars halen voldoening uit het feit dat livemuziek tijd- en plaatsgebonden is en dat het mede daardoor altijd een verrassing is wat er gaat gebeuren. Dit zorgt er voor dat er altijd enige spanning hangt rondom een live-uitvoering. Dit is een belangrijk verschil met het luisteren naar muziek via audiomedia. Respondenten vinden dat minder spannend omdat de muziek die beluisterd wordt via audiomedia altijd hetzelfde blijft. Daarnaast heeft een live-uitvoering ook een visueel aspect wat zorgt voor een multi-emotionele ervaring en bewust luisteren. Bovendien komen bij een concert eensgezinde luisteraars bij elkaar, wat een gevoel van verbondenheid creëert. Toch kan dit samenzijn ook een negatieve invloed hebben. Er zijn verschillende stoorzenders die ervoor kunnen zorgen dat de luisteraar minder geniet van een live-ervaring. Ook hier is er opnieuw een verschil te zien tussen de muzikanten en niet-muzikanten in de focusgroepen. De belangrijkste stoorzender voor niet-muzikanten is het publiek, zij worden bijvoorbeeld afgeleid door omstanders die door de muziek heen praten of het gehele concert filmen of foto's maken met hun mobiele telefoon. Muzikanten raken echter sneller afgeleid worden door elementen van de live-show, zoals de akkoordenschema's die de artiest speelt of hoe de lichtshow in elkaar zit. Mogelijk speelt hierbij hun meer analytische luisterhouding een rol.

Het beluisteren van muziek via audiomedia heeft volgens de respondenten ook een aantal voordelen ten opzichte van livemuziek. Wanneer de luisteraar muziek luistert via een audiomedium kan hij zich helemaal afsluiten van de buitenwereld en daardoor helemaal opgaan in de muziek. Hierdoor ontstaat een hele intense ervaring waarbij alle elementen van de muziek sterk binnen komen. Een van de belangrijkste factoren van het luisteren naar muziek, is dat het vaak gekoppeld is aan momenten en herinneringen. Door bepaalde muziek te beluisteren, beleven de luisteraars dit moment of gevoel nogmaals. Dit zorgt voor een

---

<sup>126</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 31.



herbeleving van een intens moment en is de kracht van muziek, zoals de respondenten van dit onderzoek aangeven. Dit hangt ook samen met de bevindingen over de impact van de stemming van de luisteraar op het luistergedrag en de luisterervaring. Doordat muziek verbonden is aan momenten en herinneringen, kan de stemming van de luisteraar ook ineens omslaan door het beluisteren van een specifiek nummer. Deze bevinding sluit aan bij wat Bisschop Boele over *remembering the self* schrijft in zijn proefschrift.<sup>127</sup>

Niet alleen de situatie waarin een luisteraar zich bevindt hebben invloed op de ervaring, ook het medium zelf kan hierop invloed hebben. Hierboven werd al beschreven dat de kwaliteit van de muziek en het audiomedium belangrijk is voor de respondenten. Zij zoeken het medium waarop de muziek het best tot zijn recht komt. Het luisteren naar muziek via een platenspeler beïnvloedt ook de ervaring van de luisteraar. Zoals beschreven in paragraaf 5.1.1 vereist het luisteren naar muziek op LP's een extra fysieke handeling, wat volgens de respondenten van dit onderzoek zorgt voor een extra beleving. Ook het inschakelen van de *shuffle*-functie op bijvoorbeeld mp3-spelers of mobiele telefoons heeft invloed op de ervaring. Doordat de nummers iedere keer in een andere volgorde afgespeeld worden, hoort de luisteraar iedere keer andere elementen van de muziek. Wederom kunnen deze bevindingen gekoppeld worden aan de theorie van Bisschop Boele over 'things'.<sup>128</sup>

## 5.2 Reflectie op de aanpak van het onderzoek

Bij het opzetten van dit onderzoek is er bewust gekozen voor een open structuur van de focusgroepen. Hoewel het gespreksschema is opgesteld aan de hand van de literatuur, is er getracht om de focusgroepen zo min mogelijk sturing te geven om de respondenten hun eigen verhaal te laten doen. Het betrof een verkennend onderzoek naar het gebruik van audiomedial, het luistergedrag en de luisterervaring van de Nederlandse jongvolwassenen. Deze openheid heeft twee kanten. Aan de ene kant zorgt het er voor dat de respondenten vrij zijn om te vertellen wat zij belangrijk achten. Hier staat tegenover dat het gevaar bestaat dat het onderzoek te breed is opgezet, waardoor belangrijke en interessante informatie niet aan het licht komt. Er is voor gekozen om het gespreksschema tussentijds niet aan te passen maar slechts de focus waar nodig wat meer te verleggen. Bij een aantal thema's ontstond al gauw een verzadiging van data.<sup>129</sup> De brede insteek van dit onderzoek heeft er echter wel voor gezorgd dat de respondenten ook enkele nieuwe thema's naar voren konden brengen en

---

<sup>127</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 31.

<sup>128</sup> Hoofdstuk 3 – Theoretisch kader, pagina 30-1.

<sup>129</sup> Thema's die snel verzadigd waren: *welke audiomedial gebruiken de respondenten, waarvoor gebruiken de respondenten audiomedial, waarnaar wordt er geluisterd*

interessante aanknopingspunten bieden voor nader onderzoek.

Het grote voordeel van focusgroeponderzoek is het efficiënt gebruik maken van de beschikbare onderzoekstijd. Wanneer er voor dit onderzoek gekozen was voor diepte-interviews had dit mogelijk tot iets verder uitdiepen van enkele thema's kunnen leiden, maar ook de beschikbare onderzoekstijd overschreden. Bovendien werden de ervaringen van de respondenten door de groepsdynamiek meteen bevestigd of ontkracht door de andere respondenten.

Het aantal respondenten waarop de bevindingen van dit onderzoek gebaseerd zijn, is te klein om de resultaten te kunnen generaliseren. Binnen het tijdsbestek van dit onderzoek was het niet mogelijk om een iets bredere afspiegeling van de doelgroep te maken, qua sociale achtergrond (klasse, opleiding en beroep). Het is belangrijk daar in een groter onderzoek meer aandacht aan te besteden.

Tot slot is dit onderzoek gebaseerd op de fenomenologische onderzoeksmethode. De respondenten hebben met de focusgroepen hun eigen werkelijkheid gecreëerd. Hoewel het waarschijnlijk is dat een deel van de bevindingen opnieuw naar voren zal komen wanneer dit onderzoek herhaald wordt, is het mogelijk dat bij een andere groep respondenten andere ervaringen spelen. Bovendien is het labelen van tekstfragmenten ook een interpretatie van de onderzoeker, waarbij zelfs de bevindingen van de onderzoeker per keer kunnen verschillen.

### **5.3 Aanbevelingen voor nader onderzoek**

In dit onderzoek is het audiomedia gebruik, luistergedrag en luisterervaring van de 20 tot 34 jarige luisteraar belicht. De onderzoeken van het SCP richten zich echter op de gehele samenleving. Het staat niet vast dat een andere leeftijdsgroep dezelfde audiomedia prefereren om dezelfde redenen en dezelfde factoren belangrijk vinden bij het luisteren naar muziek. Het verdient daarom aanbeveling om een vergelijkbaar onderzoek te doen naar het audiomedia gebruik en het luistergedrag van andere leeftijdsgroepen. Op die manier kan er een beeld per leeftijdscohort van de Nederlandse luisteraar gecreëerd worden. Daarnaast hebben de respondenten van dit onderzoek vier audiomedia (de televisie, dvd-speler, *sonos* en het dockingstation) genoemd die niet opgenomen zijn in de onderzoeken van het SCP. In dit onderzoek zijn deze audiomedia kort belicht maar niet uitgebreid onder de loep genomen. Om te zien of en welke invloed deze audiomedia hebben op het luistergedrag en de luisteraar zal dit bij vervolgonderzoek wel moeten gebeuren.

In dit onderzoek zijn interessante verschillen tussen muzikanten en niet-muzikanten naar voren gekomen. Omdat dit een verkennend onderzoek betreft zijn deze verschillen

redelijk aan de oppervlakte gebleven. Toch is het interessant om deze verschillen verder uit te diepen en eventueel in het kader van de discussie rondom het ontwikkelen van nieuwe muziekplatforms op internet en de programmering van muziekzenders op de radio. Ook het feit dat kennelijk een muzikale achtergrond bijdraagt aan andere luisterkwaliteiten, maakt dat het voor discussies over de inhoudelijke accenten in het binnen- en buitenschoolse muziekonderwijs relevant kan zijn.

De respondenten van dit onderzoek geven aan dat de kwaliteit van de muziekbestanden en de audiomedia belangrijk is bij de luisterervaring. Verondersteld wordt dat dit komt doordat de muziek dan beter tot zijn recht komt. Dit is echter niet vastgesteld in dit onderzoek en dient daarom nader onderzocht te worden.

Opvallend is dat in dit onderzoek meerdere malen voorkomt dat muziek gebruikt wordt om mensen, eenzaamheid en stilte te ontwijken. Deze bevindingen zijn interessant en roepen op psychologisch vlak vragen op als: hoe helpt muziek mensen die zich eenzaam voelen en hoe kan muziek worden ingezet voor het ontwijken van eenzaamheid? Ook dit verdient een aanbeveling voor nader muziekpsychologisch onderzoek.

## Literatuur

Åberg, Carin. *The sound of Radio*. Stockholm: Departement of Journalism, Media and Communication, 1999.

Adorno, Theodor W. "Typen musikalischen Verhaltens" in *Dissonanzen. Einleitung in die Musiksoziologie*. (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1973), 178-198.

Baarda, Ben, Ester Bakker, Tom Fischer, Mark Julsing, Martijn de Goede, Vincent Peters en Therese van der Velden. *Basisboek Kwalitatief Onderzoek, Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers, 2013.

Becker, Howard S. *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press, 1982.

Bisschop Boele, Evert. *Musicking in Groningen. Towards a grounded theory of uses and functions of music in a modern western society*. Göttingen: Georg-August-Universität, 2013.

Boeije, Hennie. *Analyseren in kwalitatief onderzoek. Denken en doen*. Amsterdam: Boom Onderwijs, 2008.

Bronzwaer, Stijn. "De cd is een verschrikkelijk product." NRC, gepubliceerd op 24 februari 2014, <http://www.nrc.nl/handelsblad/2014/02/24/de-cd-is-een-verschrikkelijk-product-1349566> (geraadpleegd op 16 maart 2016).

Burns, Gary. "A typology of hooks in popular records" in *Popular Music*, Volume 6, nummer 1. Januari 1987. 1-20.

Chion, Michel. *Audio-vision: Sound on Screen*. New York: Columbia University Press, 1994.

Cloïn, Mariëlle, Andries van den Broek, Remko van den Dool, Jos de Haan, Joep de Hart, Pepijn van Houwelingen, Annet Tiessen-Raaphorst, Nathalie Sonck en Jan Spit. *Met het oog op de tijd: een blik op de tijdsbesteding van Nederlanders*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2013.

Gerwen, Rob van. *Kennis in Schoonheid: een inleiding in de moderne esthetica*. Amsterdam: Boom Meppel, 1992.

Honing, Henkjan. *Iedereen is muzikaal: wat we weten over het luisteren naar muziek*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam Uitgevers: 2009.

Huysmans, Frank en Jos de Haan. *Alle kanalen staan open: de digitalisering van mediagebruik*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2010.

Ketelaar, Paul, Felix Hentenaar en Marloes Kooter. *Groepen in de focus: in vier stappen naar focusgroeponderzoek*. Den Haag: Boom Lemma, 2011.

Keunen, Gert. *Alternatieve mainstream: over selectiemechanismen in het popmuziekcircuit*. Tiel: Lannoo Campus, 2013.

Kruisbergen, Thijs van. "Omzet vinyl steeg vorig jaar opnieuw." Gepubliceerd op 28 februari 2014. <https://www.djbroadcast.net/article/81736/omzet-vinyl-steeg-vorig-jaar-opnieuw> (geraadpleegd op 1 februari 2016).

Lacey, Kate. *Listening publics: the politics and experience of listening in the media age*. Cambridge: Polity Press, 2013.

Lelieveldt, Philomeen. "De plannen voor radio 4 vormen een bedreiging voor de kunst van het luisteren." *NRC-Handelsblad*, gepubliceerd op 27 december 2003 (geraadpleegd op 16 maart 2016).

Lelieveldt, Philomeen. "Focus op Radio: een literatuurverkenning met betrekking tot de positie van klassieke en andere kunstmuziek op de publieke radio, mede in internationale verhoudingen." in Caspar Smithuijsen (Eds.), *Hoe wordt muziek radiogeniek?* (Amsterdam: Boekmanstichting, 2006).

NVPI. "Digitaal blijft groeien". NVPI, gepubliceerd op 14 april 2015. <http://www.nvpi.nl/nieuws/digitaal-blijft-groeien> (geraadpleegd op 15 december 2015).

Paddison, Max. *Adorno's Aesthetics of Music*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

Rogers, Kate. "Why millennials are buying more vinyl records." CNBC, gepubliceerd op 6 november 2015. [www.cnn.com/2015/11/06/why-millennials-are-buying-more-vinyl-records.html](http://www.cnn.com/2015/11/06/why-millennials-are-buying-more-vinyl-records.html) (geraadpleegd op 1 februari 2016).

Schreurs, Mary-Ann. "Toekomstmuziek: Welkom bij de toekomst van muziek." Eindhoven: Gemeente Eindhoven, 2016.

Sociaal Cultureel Planbureau. "Tijdbestedingsonderzoek." SCP, 26 augustus 2008. [http://www.scp.nl/Onderzoek/Bronnen/Beknopte\\_onderzoeksbeschrijvingen/Tijdsbestedingsonderzoek\\_TBO](http://www.scp.nl/Onderzoek/Bronnen/Beknopte_onderzoeksbeschrijvingen/Tijdsbestedingsonderzoek_TBO) (geraadpleegd op 14 maart 2016).

Soest, Thijs van. "Nederlandse jeugd streamt massaal muziek en tv." Volkskrant, gepubliceerd op 26 juni 2014. <http://www.volkskrant.nl/media/nederlandse-jeugd-streamt-massaal-muziek-en-tv~a3679354/> (geraadpleegd op 16 maart 2016).

Sonck, Nathalie en Jos de Haan. *Media: Tijd in beeld: dagelijkse tijdsbesteding aan media en communicatie*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2015.

Volkskrant Redactie. "Nederlandse muziekindustrie groeit: digitaal passeert fysiek." Volkskrant, gepubliceerd op 21 januari 2016. <http://www.volkskrant.nl/muziek/nederlandse-muziekindustrie-groeit-digitaal-passeert-fysiek~a4229921/> (geraadpleegd op 16 maart 2016).

## **Bijlagen**

## Gespreksschema

### Gespreksschema

**Onderzoek:** de luisterervaring en -houding bij het gebruik van audiomedia

**Doelgroep:** jongvolwassenen tussen de 20 en 34 jaar.

**Doelstelling:** inzicht krijgen in de luisterervaring, inclusief luistertypen en -houdingen bij het gebruik van audiomedia.

**Situatie:** de focusgroepen vinden plaats op 3 van de volgende data: 21, 22, 28, 29 december, 4 of 5 januari op een nader te bepalen tijdstip en locatie. De verschillende focusgroepen bestaan uit zes respondenten in de leeftijdscategorie 20 tot en met 34 jaar en hebben (veelal) verschillende interesses.

**Uitvoering:** Jora Vullings [gespreksleider].

**Materiaal:** post-its, flipover, naambordjes, pennen/stiften, thee en koffie

#### **Blok 1 – inleiding**

##### **Duur: 5 minuten**

Doel: Korte introductie van gespreksleider, korte uitleg over het onderwerp en bespreken van praktische gang van zaken tijdens het gesprek.

Fijn dat jullie er allemaal zijn! Mijn naam is Jora Vullings en ik ben bezig met het schrijven van mijn masterscriptie. Hiervoor gaan we het vanmiddag hebben over het gebruik van en de ervaring met audiomedia. Audiomedia zijn in dit geval radio en geluidsdragers. Geluidsdragers zijn zowel draagbare muziekspelers (CD, LP) als nieuwe media zoals computer, laptop, smartphone etc. (streamen/downloaden). Het gesprek zal ongeveer anderhalf á twee uur duren.

Voor we gaan beginnen wil ik even een aantal dingen met jullie afspreken om het gesprek fijn te houden voor iedereen:

- Er wordt een geluidsopname gemaakt van dit gesprek zodat dit later geanalyseerd kan worden. Jullie namen zullen echter geanonimiseerd worden.
- Iedereen mag in dit gesprek zeggen wat hij of zij wil: er zijn geen goede of foute antwoorden. Iedereen heeft zijn of haar eigen mening en mag reageren op ieder ander, discussie is niet erg. Respecteer wel elkaars meningen.
- Het is belangrijk dat jullie je op je gemak voelen en daardoor kunnen zeggen wat jullie willen. Daarom is alles wat in dit gesprek gezegd wordt vertrouwelijk. Belangrijk is om elkaar dit vertrouwen te geven
- Ik zal er voor zorgen dat jullie allemaal aan het woord komen. Mocht je het idee hebben dat je er niet tussen kan komen, steek dan je hand op of geef mij een seintje. Dan zorg ik er voor dat jij ook je bijdrage kunt leveren aan de discussie.
- Het kan zijn dat ik iemand moet onderbreken vanwege de beschikbare tijd. Ik zal proberen op tijd aan te geven hoe lang we de tijd nog hebben per gespreksonderwerp.
- Zouden jullie allemaal je naam op het naambordje voor je willen schrijven? Als iedereen het er mee eens is, stel ik voor dat we een informele setting handhaven en elkaar bij de voornaam aanspreken en je/jij zeggen.
- Willen jullie ook je mobiele telefoon op stil zetten?
- Hebben jullie nog vragen?

#### **Blok 2 – kennismaking**

##### **Duur: 5 minuten**



Doel: Elkaar iets beter leren kennen, zodat iedereen weet met wie ze te maken hebben.

Om elkaar te leren kennen wil ik je vragen jezelf voortestellen:

- je naam en leeftijd
- opleiding/werkgebied
- muzieksmaak: breed, specifiek of weinig interesse
- je favoriete genre of band
- muzikant of niet

### **Blok 3 – gebruik van audiomedia**

**Duur: 5 minuten**

Doel: inzicht krijgen in welke audiomedia er gebruikt worden.

Materiaal: Flipover

Laten we een rondje doen. Welke audiomedia gebruiken jullie?

*De antwoorden worden opgeschreven op een flip-over en deelnemers krijgen een formulier om per audiomedium op te schrijven hoe vaak zij het gebruiken en op welke plaats.*

Invulschema

<b>Medium</b>	<b>Hoe vaak?</b>	<b>Plaats?</b>
Vast radiotoestel		
Autoradio		
Internet radio		
Platenspeler		
Band-/cassetterecorder		
Cd-speler		
iPod/MP3-speler		
Computer/Laptop		
Tablet/Mobiele telefoon		

### **Blok 4 – gebruik van audiomedia**

**Duur: 20 minuten**

Doel: inzicht krijgen waarom en waarvoor de verschillende audiomedia worden gebruikt.

*Alle opgeschreven audiomedia één voor één afgegaan om de motieven te achterhalen. De volgende vragen zullen per audiomedium worden gesteld.*

- Waarvoor gebruik je dit medium? (muziek, nieuws, podcasts, ...)
- Waarom gebruik je dit medium? (praktische redenen, kwalitatieve redenen)

**Blok 5 – luisterhoudingen (situatie)****Duur: 30 minuten**

Doel: inzicht krijgen in de luisterhoudingen ten opzichte van audiomedial en de houding tegenover muziek (intensiteit van muziekluisteren)

Voor jullie liggen post-its. Ik wil jullie vragen om op te schrijven hoe jullie naar muziek luisteren. Daarmee bedoel ik allereerst de intensiteit van het muziekluisteren, wat is voor jou belangrijk wanneer je naar muziek luistert? Op een andere post-it wil ik graag dat je schrijft wat je verder doet wanneer je muziek luistert. Er is hierbij geen overleg!

*De gespreksleider neem de post-its in en plakt ze op de flip-over. Antwoorden die verband met elkaar hebben worden bij elkaar geplakt door de gespreksleider deelnemers. Zo krijgen we een overzicht van het luistergedrag van de focusgroep. De gespreksleider zal de verschillende luisterhoudingen en -typen verder uitdiepen.*

- Beïnvloed de plek/situatie (geografisch/emotioneel) waar(in) je luistert de output?
- Heb je muziek voor speciale situaties? Of muziek die je juist niet kan horen in een bepaalde context?
- Welke muziek kies je en waarom? – om de bureu niet te horen, afleiding, concentratie, etc.
- Zijn bepaalde media geschikter dan andere op bepaalde momenten? Waarom?
- Kies je het medium op de situatie?
- Gebruik je alle audiomedial hetzelfde? Hoe kan dit?
- Waarom doe je dit op deze manier (luisteren als hoofdactiviteit/parallele activiteit/nevenactiviteit)?

**Pauze****Duur: 10 minuten**

Doel: Respondenten kunnen even ontspannen.

**Blok 5 – de (luister)ervaring (luisteraar)****Duur: 30 minuten**

Doel: Inzicht krijgen in de luisterervaring, wat speelt er mee bij het luisteren naar muziek. Waarom luisteren mensen naar muziek? (Redenen)

De gespreksleider gaat eerst inventariseren wanneer de respondenten naar muziek luisteren, dus wanneer zij muziek gebruiken.

- Wanneer luister je naar muziek?
- Onder welke omstandigheden luister je naar muziek?

Na ongeveer 5 minuten stelt wáárom zij naar muziek luisteren. Hierbij gaat het om de ervaring die de respondenten hebben wanneer zij naar muziek luisteren. De gespreksleider moet er voor zorgen dat hier niet van afgeweken wordt.

- Waarom luister je naar muziek? (Functionele ervaring, muzikale ervaring)

- Hebben aspecten van audiomedia hier invloed op?
- Vind je emotie/structuur/techniek/... belangrijk bij het luisteren naar muziek? Waarom?
- Weet je veel van de artiest die je beluistert?
- Wat is de meest intense muzikale ervaring die je hebt gehad? (Live/media)
- Waarom wil je ook nog iets live ervaren na audio-ervaring? Heeft een medium hier invloed op (gehad)?
- Wat is de functie van een concert ten opzichte van audio? → veel mensen nemen concert op, onderbreekt ervaring, wat is de toegevoegde waarde?
- Wordt de ervaring van muziek anders door het gebruik van een ander medium? Waarom?
- Bepaalt het medium de ervaring? Waarom? → is de kwaliteit belangrijk?

### **Blok 6 – afsluiting**

**Duur: 5 minuten**

We zijn aan het einde gekomen van het gesprek. Is er iemand die nog iets wil zeggen of vragen? Ik hoop dat jullie het leuk hebben gevonden. Ik wil jullie in ieder geval heel erg bedanken voor jullie medewerking! Voor degene die geïnteresseerd zijn, kan ik de uiteindelijke onderzoeksresultaten opsturen.

*Algemene doorvraag vragen:*

*Hoe ervaar je dit?*

*Is dit iets positiefs of iets negatiefs?*

*Waarom doe je dit?*

*Waarom vind je dit?*

## **Respondentenoverzicht**

[Focusgroep 1]

Respondent 1: Man van 24 jaar en student sociale geografie. Werkt in het onderwijs en in de horeca binnen de culturele sector. Hij heeft een brede muzieksmaak maar luistert vaak specifiek naar één genre. Heeft gedrumd maar is hier drie jaar geleden mee gestopt.

Respondent 2: Man van 32 jaar, werkt als ZZP'er in de educatiesector, werkt in de horeca en is vrijwilliger bij een poppodium. Heeft culturele communicatie gestudeerd en heeft in zijn studententijd als dj gewerkt. Heeft een brede muzieksmaak maar luistert vooral graag naar rockmuziek en is geen muzikant.

Respondent 3: Vrouw van 24 jaar, heeft zowel een bachelor als een mastertitel in muziekstudies. Werkt als freelance tourmanager, heeft andere klusjes in de livemuzieksector en werkt daarnaast in de detailhandel. Heeft een brede muzieksmaak met specifieke voorkeuren. Maakt muziek maar niet als professioneel muzikant.

Respondent 4: Man van 24 jaar, studeert Culturele Maatschappelijk Vorming aan de hogeschool. Heeft een brede muzieksmaak maar voorkeur voor rock, blues en psychedelische rock en is geen muzikant.

Respondent 5: Man van 22 jaar, Masterstudent Business Administration. Heeft een brede muzieksmaak en heeft in het verleden muziek gemaakt maar doet dat nu niet meer.

Respondent 6: Vrouw van 26 jaar, Masterstudent Media Innovations. Afgestudeerd journalist en werkt voor een nieuwszender. Ze heeft een brede muzieksmaak en is geen muzikant.

[Focusgroep 2]

Respondent 7: Man van 27 jaar, heeft een technische opleiding gedaan. Werkt in de horeca bij een poppodium. Heeft een brede muzieksmaak en is professioneel muzikant.

Respondent 8: Vrouw van 29 jaar, heeft een muziekstudie afgerond. Werkt als horecacoördinator bij een poppodium en heeft een brede muzieksmaak maar luistert het liefst naar muziek met gitaren. Is geen muzikant.

Respondent 9: Vrouw van 23 jaar. Afgestudeerd HBO-communicatiemanager maar werkt in de horeca. Heeft een brede muzieksmaak en is geen muzikant.

Respondent 10: Vrouw van 25 jaar, afgestudeerd American Studies (MA). Werkt bij een poppodium, heeft een brede muzieksmaak en is geen muzikant.

Respondent 11: Man van 26 jaar, afgestudeerd aan de kunstacademie op documentaire fotografie. Werkt in de horeca en heeft een brede muzieksmaak en is muzikant.

Respondent 12: Man van 23 jaar. Is afgestudeerd gitarist aan de Herman Brood Academie en is recentelijk begonnen met een bachelor bedrijfskunde. Heeft een brede muzieksmaak en is muzikant.

[Focusgroep 3]

Respondent 13: Man van 27 jaar. Werkt als podiumassistent bij een orkest en werkt daarnaast als ZZP'er. Heeft een brede muzieksmaak maar wel met specifieke voorkeuren en is muzikant.

Respondent 14: Man van 26 jaar, afgestudeerd aan de kunstacademie als autonoom kunstenaar. Heeft een brede muzieksmaak en is geen muzikant.

Respondent 15: Man van 22 jaar, bachelorstudent muziekwetenschap. Heeft een brede muzieksmaak met voorkeur voor psychedelische blues rock-'n-roll en is muzikant.

Respondent 16: Vrouw van 24 jaar en studeert communicatiemanagement. Heeft een brede muzieksmaak en is geen muzikant.

Respondent 17: Vrouw van 25 jaar, Masterstudent Journalistiek en Nieuwe Media. Heeft een brede muzieksmaak maar luistert het liefst naar jazz en klassieke muziek. Maakt muziek maar is geen professionele muzikant.

Respondent 18: Vrouw van 23 jaar, bachelorstudent theater-, film- en televisiewetenschappen. Heeft een brede muzieksmaak en is geen muzikant.

## Kernthema's

### MEDIUM

1. Welke audiomedia gebruiken de respondenten?

Medium	Ja	Nee
Radio	67%	33%
Autoradio	94%	6%
Internetradio	61%	39%
Platenspeler	72,5%	27,5%
Band/cassette recorder	6%	94%
Cd-speler	72,5%	27,5%
Mp3speler/iPod	44,5%	55,5%
Laptop/Computer	94%	6%
Mobiele telefoon/tablet	84%	16%

Cd niet meer

Cd niet meer

Dockingstation

Sonos

Televisie

Dvdspeler (als cdspeler)

### 2. Waarvoor gebruiken zij deze audiomedia? / waarnaar wordt geluisterd?

R: Voor muziek en nieuws

R: Muziek en nieuws

R: Muziek, nieuws en 'gelul' over andere onderwerpen

A: Muziek

I: muziek

P: Muziek

B: Muziek

C: in laptop om cd's te rippen

C: muziek

M: Muziek luisteren

M: Audioboeken en muziek

L: Van alles, maar ook muziek → Spotify, Youtube, Luisterpaal, films.

T: Van alles, ook muziek

Dockingstation: muziek

Televisie: Televisie kijken, muziek luisteren

Dvd-speler: Als Cd-speler

Sonos: voor muziek

### 3. Waarom wordt juist dit medium (niet) gebruikt? (N=negatief)

<b>Achtergrond</b>	<b>Variaties</b>
	R: Als achtergrondgeluid tijdens andere activiteit
	R: Als achtergrondgeluid
	R: Altijd omringd door muziek
	R: Iets aan hebben staan, geen stilte
	R: Tegen verveling
	R: Ontwijken stilte
	A: Geluid bij activiteit
	I: Achtergrond
	I: Verlangen naar geluid
<b>Gebruiksgemak</b>	R: Makkelijk in gebruik
	R: aanzetten en meteen geluid
	R: makkelijker in gebruik dan ander medium
	R: Het is aanwezig
	M: Switchen tussen media: MP3 en Radio
	M: Had ik nog
	L: Makkelijk, meerdere dingen tegelijk
	L: Werkt fijner dan telefoon
	A/L: Gemakshalve
	C: Was al aanwezig dus je gebruikt het soms
T: één apparaat voor alles	
T/M: Mobiel, onderweg/tijdens sporten bruikbaar	
C: niet want extra handeling	
L: Is makkelijker dan telefoon	
P: Duurt lang	
N	
<b>Ontwijken</b>	M: Als middel om niet tegen anderen te hoeven praten
	I/R: Bij veel rumoer, focus op de radio voor concentratie
	P: Geeft bepaalde sfeer

#### Extra's

#### Vervanging ander medium

#### Fysiek

#### Kwaliteit van sound

N

N

#### Omvang muziekcollectie

N

N

#### Variaties

R: Extra informatie, nieuws e.d.  
R: Andere 'onzin' van programma  
R: nieuwe muziek leren kennen  
P: Product is uitgebreider  
A: Nieuws + Rijinformatie  
P: Hoes met kunstwerk

A: Afhankelijk van plek  
M: Batterij telefoon mag niet leeg gaan  
T: Als vervanging van iPod met lege batterij  
L: Wanneer iets niet beschikbaar is op telefoon  
B: Alternatief was nog slechter

P: Muziekcollectie laten zien  
P: Fysieke handeling  
P: Fysiek object  
P: Fijn om fysiek mee bezig te zijn  
P: Hobby, platen verzamelen  
P: is een beleving  
P: omdraaien  
P: Bewust luisteren

C: Goede boxen bij cdspeler  
R: Goede boxen  
Dockingstation: kwaliteit boxen  
P: Andere, bijzondere sound  
L: Slechte speakers bij laptop  
P: Geluidskwaliteit onbelangrijk

L: Grootste collectie muziek  
L: Alles kan er op  
M: Alles past er op  
M: Wil alle muziek op zak hebben  
M +T: Kleinere collectie i.v.m. ruimte gebrek  
T: Minder muziek aanwezig dan iPod

## SITUATIE

### 4. Focus bij muziek luisteren

Focus	Groep 1		muzikant	Groep 2		muzikant	Groep 3		muzikant	Totaal		muzikant
<i>Drums/Ritme</i>		2	0		2	3		2	1	10	6	4
<i>Melodieën</i>		3	0		3	2		1	2	11	7	4
<i>Instrumentaal</i>		1	0							1	1	0
<i>Sfeer/emotie/gevoel</i>		2	0					3	0	5	5	0
<i>Tekst</i>		3	0		3	3		1	2	12	7	5
<i>Klankkleur</i>		1	0		0	2		1	0	4	2	2
<i>Intensiteit</i>		1	0							1	1	0
<i>instrumenten</i>		1	0		0	1		1	1	4	2	2
<i>samenhang</i>		1	0		0	1		1	1	4	2	2
<i>Originaliteit</i>		1	0					1	1	3	2	1
<i>Dynamiek</i>					0	2				2	0	2
<i>Overtuiging</i>					0	2				2	0	2
<i>Basloopje</i>					1			0	2	3	1	2
<i>Riffjes</i>					1	1		0	2	4	1	3
<i>Opbouw</i>					1	2				3	1	2
<i>Stemgeluid</i>					1	1		2	1	5	3	2
<i>Groove</i>					0	2				2	0	2
<i>Akkoorden</i>					0	1				1	0	1
<i>Energie (live)</i>					0	2				2	0	2
<i>Mix</i>					0	1				1	0	1
<i>Arrangement</i>					0	1		0	2	3	0	3
<i>Genre</i>								1	0	1	1	0
<i>Meezingfactor</i>								1	0	1	1	0

### 5. Activiteiten tijdens het luisteren naar muziek

Werk, meespelen, douchen, reizen, luisteren, praten, schrijven, huishouden, wakker worden, lezen, sporten, schoonmaken, eten, studeren, meezingen, fietsen, dansen, ontspannen, altijd, lopen, koken, opruimen, gesprek, praten, onderweg, drinken, dansen, sociaal contact, winkelen, trippen, hooks



6. Beïnvloedt de plek of situatie muziekkeuze /Beïnvloedt de stemming de keuze? **Muzikant**

<b>Concentratie</b>	Concentratie bij werken Tekst leidt af Bij werk op de achtergrond <b>Muziek is afleidend bij studeren</b> Muziek mag niet afleiden Nieuwe muziek bewust beluisteren Focus op andere activiteit Studeren: rustige muziek Achtergrond: bij lichte activiteit	<b>Prikkelen</b>	Bij sporten moet muziek bezighouden Fietsen: muziek moet opzwepen Actieve houding: opzwepende muziek Meezingen tijdens andere activiteit
		<b>Bewust luisteren</b>	<b>Muzikant: altijd muziek om te bewust te luisteren</b>
<b>Emotie</b>	Muziek is emotie Muziek aanpassen aan emotie Periodes met zelfde muziekgenre/artiest Alleen luisteren als muziek iets met me doet Emotie per moment bepaalt keuze Meevoelen met muziek (artiest voelt hetzelfde) Muziek koppelen aan mensen/momenten	<b>Gezelschap</b>	Mag niet afleiden Achtergrond Praten over muziek Duur van audiotrack belangrijk

7. Luisterhoudingen (Åberg) → verschil muzikant, niet muzikant.

<b>Hoofdactiviteit</b>	Muzikant: intensief bezig met muziek → Adorno: Expert luisteraar	<b>Parallel</b>	Tijdens werk parallel luisteren
<b>Hoofdactiviteit</b>	Muzikant: analyseren van muziek → Adorno: Expert luisteraar		Parallel tijdens andere, lichte activiteit
	Niet muzikant: niet analyseren muziek, want geen nuttige informatie		
<b>Hoofdactiviteit</b>	Muzikant: intensief bezig met muziek → Adorno: Expert luisteraar		
<b>Hoofdactiviteit</b>	Muzikant: Leren van muziek → Adorno: Expert luisteraar	<b>Volledig secundair</b>	Studeren = luisteren als nevenactiviteit
<b>Hoofdactiviteit</b>	Muzikant: Wanneer moet focussen geen muziek: want afgeleid		Altijd omgeven door muziek
<b>Parallel → Hoofd</b>	Muzikant: Van parallel naar hoofdactiviteit gaat automatisch		Studie afhankelijk
<b>Hoofdactiviteit</b>	Alleen bij live muziek		Tijdens werk/studie anders te
<b>Hoofdactiviteit</b>	Entertainment (Åberg)		

### 8a. Geschiktheid van media in verschillende situaties

#### Praktisch

Samen muziekkeus maken tijdens feestje  
Onderweg geen cd-speler/platenspeler: niet praktisch  
Neemt wat voor handen is  
Kies wat makkelijkst is bij situatie  
Plaat niet handig bij schoonmaken  
L: Voor meer mensen tegelijkertijd bruikbaar  
Gezelschap: focus niet op medium

#### Sfeer

Sfeer van medium: Platenspeler is gezellig

### 8b. Geschiktheid medium bij bepaalde luisterhoudingen

Kwaliteit (medium onbelangrijk)

Muzikant: Kwaliteit belangrijk

Kwaliteit (medium onbelangrijk)

Muzikant: Kwaliteit belangrijk

Onbelangrijk

Output is hetzelfde bij verschillende media

Afhankelijk van activiteit

Geschiktheid afhankelijk van andere activiteiten

## LUISTERAAR

### 9. Wanneer luister je naar muziek?

Reizen

concert

Repeteren (muzikant)

Altijd muziek

Thuis

Werk

altijd

Sporten

schoonmaken

Afhankelijk van emotie

Muziek als motivator

Tijdens spelletje spelen

Met vrienden

### 10. Waarom luister je naar muziek? (Verschil Muzikant, niet muzikant)

<b>Vermaak</b>	Vrolijk van worden	<b>Afleiding</b>	Afleiding
<b>Stemming/Emotie</b>	Stemmingsversterkend Zwelgen in verdriet Verwerken Geeft betekenis	<b>Ontspanning</b>	Ontspanning Rustig wakker worden
<b>Inspiratie</b>	Inspiratie (Muzikant) Leren (Muzikant)	<b>Dansen</b>	Dansen
<b>Achtergrond</b>	Geluid om je heen	<b>Ontwijken</b>	Niet hoeven praten Stilte ontwijken Eenzaamheid ontwijken
<b>Gewoonte van huis uit</b>	Van huis uit meegekregen	<b>Tijdverdrijf</b>	Tijdens andere activiteit

11. Meest intense muzikale ervaring → Live t.o.v audiomedia ervaring. N=NEGATIEF

Medium

Medium en live

Muzikant

**Verbondenheid**

Live = sfeer  
Live = verbondenheid  
Live= sfeer

**Onwetendheid**

Live = verrassing

**N Stoorfactor**

Live = afgeleid door omstandigheden  
Live = afgeleid door wat muzikant doet (muzikant)

**Tijd- en plaatsgebonden**

Live = tijd en plaatsgebonden  
Live= heel anders dan medium  
Medium = onveranderlijk

**Opgaan in muziek**

Medium; alleen is intens TOTALE FOCUS  
Medium: alleen is intens  
samen gevoelens muziek delen  
Medium = oog voor detail

**Moment/herinnering**

Muziek linken aan momenten  
Herinnering aan een moment  
Muziek als ijkpunt van een belangrijkmoment  
Medium = 'raken'  
Muziek kopen na live ervaring

**Visueel**

Visuele koppeling  
Multi emotionele ervaring  
Sfeer door visualisatie  
Extra ervaring

**Bewust luisteren**

Live = bewust luisteren

**Emotie**

Thuis emotioneler  
geraakt door muziek

### 12a. invloed audiomedia op muziek

<b>Fysiek</b>	P: Toevoeging aan ervaring product L+C: Verzamelobject C: Laten zien C: Fysiek overzicht	<b>Kwaliteit</b>	C: Beter geluid
		<b>Keuzemogelijkheden</b>	C: Specifieke muziek luisteren

### 12b. Bepaalt het medium de ervaring?

<b>Keuzemogelijkheden</b>	Keuze is afhankelijk van mogelijkheden Thuis meer keuze dus autoradioprogramma is niet leuk Grootte van muziekbibliotheek per medium	<b>Lengte</b>	radionummers zijn korter
		<b>Fysiek</b>	P: Fysieke handeling P: bewust mee bezig door fysieke handelingen
<b>Volgorde nummers</b>	Volgorde of nummers bepalen ervaring	<b>Afleiding</b>	Radio wordt doorheen gepraat
<b>Kwaliteit</b>	Radio heeft slechtere kwaliteit CD is betere kwaliteit dan radio Boxen Verschillen tussen media zijn niet meer zo groot als vroeger Digitaal is allemaal hetzelfde (Spotify, cd maakt niet uit)	<b>Continuïteit</b>	L: Album aanzetten, kan eeuwig door gaan
		<b>Visuele toevoeging</b>	Youtube
<b>Moment/Plaatsafhankelijk</b>	Onderweg/Sporten → Kwaliteit minder belangrijk Radio onderweg, kwaliteit niet zo belangrijk		

## Open codering

### Voorbeeld open codering: focusgroep 3

Transcriptie Focusgroep maandag 4 januari 2016, 13:30 – 15:00

Poppodium EKKO, Bemuurde Weerd Westzijde 3, Utrecht.

Aantal respondenten: 6

Gespreksleider: Jora Vullings

#### Respondenten:

Respondent	Leeftijd	Opleiding	Werk(gebied)	Muzieksmaak Brees/specifiek	Muzikant
R13	27	Muziekwetenschap (BA)	Podiumassistent RFO, ZZP-er	B/s	Ja, gitaar
R14	26	Kunstacademie (HBO)	Autonoom kunstenaar	B	Nee
R15	22	Muziekwetenschap (BA)		B/s	Ja, basgitaar
R16	24	Communicatiemanagement (HBO)		B	Nee
R17	25	Journalistiek en Nieuwe Media (MA)		B/s (jazz, klassiek)	Speelt zo nu en dan (piano + gitaar)
R18	23	Theater, film en televisiewetenschap (BA)		B	Nee

#### Afkortingen

R = Radio

P = Platen-speler

M = Mp3/iPod

A = Autoradio

B = Band/Cassetterecorder

L = Laptop/Computer

I = Internetradio

C = Cd-speler

T = Mobiele telefoon/Tablet

GL: Nou, welkom. Fijn dat jullie er allemaal zijn. Ik ben Jora en ik ben bezig met het schrijven van m'n masterscriptie. En daarvoor heb ik drie focusgroepen georganiseerd waarvan dit de laatste is. We gaan het vanmiddag hebben over het gebruik van en de ervaring met audiomedia. En audiomedia zijn in dit geval eh, radio en geluidsdragers. Geluidsdragers kun je denken aan cdspelers, laptops.. smartphones, platenspelers. Heel veel in ieder geval. Ehm.. dit gesprek zal ongeveer anderhalf uur duren. En voordat we gaan beginnen wil ik even een aantal dingen met jullie bespreken zodat dit gewoon een fijn gesprek wordt. Eh, er wordt een geluidsopname gemaakt, maar jullie zullen in mijn verslag geanonimiseerd worden. Dus je kunt alles zeggen wat je wilt. Ehm, nouja er zijn dus ook geen goede of foute antwoorden maar ik wil wel dat jullie elkaars antwoorden respecteren. Dat zal ik uiteraard ook doen. Het is ook belangrijk dat jullie je op je gemak voelen, zodat je kunt zeggen wat je wilt. Daarnaast zal ik er voor proberen te zorgen dat jullie allemaal aan het woord komen. Mocht je het idee hebben dat je er niet tussen kan komen, geef me dan even een seintje en dan zorg ik dat je ook je ding kan zeggen. Het kan zijn dat ik iemand moeten onderbreken vanwege de beschikbare tijd we willen hier allemaal ook niet langer zitten dan nodig is en ik heb in dit gesprekschema een eh, indicatie gemaakt van hoe lang iets gaat duren dus als we daar overheen gaan dan zal ik zeggen: oke

dit is genoeg voor dit onderwerp. Verder wil ik jullie vragen om jullie mobiele telefoon op stil te zetten zodat we niet gestoord kunnen worden. Hebben jullie nog vragen?

Laten we beginnen. Ik wil graag eerst even met jullie kennismaken. Wil graag van jullie allemaal weten je naam, je leeftijd, opleiding of werkgebied. Of je een brede of specifieke muzieksmaak hebt of dat je eigenlijk weinig interesse hebt en of je wel of niet muzikant bent.

R18: Ik ben R18, ik ben 23 jaar. Ehm.. ik heb een vrij brede muzieksmaak. Van klassiek eigenlijk tot Justin Bieber. Ik studeer Theater, film en televisiewetenschap. Ben nu aan het afronden van mn bachelorscriptie, daar ben ik mee bezig. Wat was er nog meer?

GL: Ben je muzikant?

R18: Nee ik ben geen muzikant. Nee. Heel saai.

R14: Mijn naam is R14, ik ben 26 jaar en ik ehm, ben autonoom kunstenaar. Anderhalf jaar geleden afgestudeerd aan de HKU. Ik heb een vrij brede muzieksmaak. Niet echt veel kennis over muziek. Ik ben geen muzikant.

R13: Ik ben R13. Ik ben in 2012 afgestudeerd, bachelor muziekwetenschap. Ik werk nu als podium assistent bij het Radio Fil. Grote omroepkoor en ZZP. Websites, boekhouding, dat soort dingen. En mijn muzieksmaak is redelijk breed maar ik luister niet echt vanalles. Meestal één ding tegelijk. Een hele week lang bijvoorbeeld Steely Dan ofzo. Ohja, ik ben muzikant. Speel gitaar.

R15: Ik ben R15, ik ben 22. Ik heb ook wel een redelijk brede muzieksmaak denk ik. Maar ik kom niet zo ver als Justin Bieber. En ehm, ik studeer muziekwetenschap. Ik ben muzikant.

R16: Ik ben R16, ik ben 24. Ik studeer communicatiemanagement. Ik ben geen muzikant en mn muzieksmaak is best wel breed maar ook Justin Bieber dat haal ik net niet.

R17: R17, ik ben 25 jaar. Ik begin in februari met mn master journalistiek en nieuwe media in Leiden. Muzieksmaak is heel breed, vooral Jazz en klassiek. Justin Bieber niet, eigenlijk geen pop. Ik hou niet zo van pop. Ik ben muzikant.. nouja ik speel muziek. Of ik nou echt muzikant ben.. dat durf ik niet echt te zeggen.

---

### **Gebruik audiomedia: waarvoor + waarom**

GL: Oke.. Nu wil ik het graag met jullie hebben over het gebruik van audiomedia. Daarvoor wil ik weer een rondje doen. Welke audio gebruik je?

R18: Ehm.. ik heb, op mn kamer heb ik een eh.. platenspeler staan, die is aangesloten op mn dockingstation. Waar ik dus mn iPod, mn iPhone in kan zetten. Daar muziek.. eh.. en een radio zit er ook in. En een radio in de keuken. Met sporten gebruik ik een mp3speler, iPod... ja dat is het. Oh en in de autoradio een CDspeler. Dat is het eigenlijk.

Comment [JV1]: P+M+T+R+C+A

R14: Ik gebruik voornamelijk gewoon digitale.. afspeel mogelijkheden. Spotify, YouTube dat soort dingen. Ik heb ook een platenspeler die ik af en toe op zet. Een cdspeler in mn atelier. Radio af en toe.. op het werk bijvoorbeeld. Dat was het wel.

Comment [JV2]: P+C+R

R13: Klassiek hoor ik live. Jazz speel ik zelf en ehh pop en metal dat soort dingen, op mn computer. Ik heb wel cds, maar die luister ik niet meer. Dat zit er niet in ofzo. En toen ik een auto had luisterde ik heel veel radio. Sublime FM.

Comment [JV3]: L+R

Comment [JV4]: CD niet meer

R15: Wij hebben een radio en platenspeler in onze woonkamer staan. Die staat eigenlijk wel, eigenlijk altijd aan. En ehm, een iPod. Die heb ik eigenlijk altijd bij me. Als ik onderweg ben in ieder geval luister ik altijd muziek. Anders heb ik het idee dat ik veel te lang onderweg ben. Ehm.. wat heb ik nog meer? Ik heb wel heel veel cds bij mn ouders maar.. die gebruik ik eigenlijk nooit meer.

Comment [JV5]: R+P+M+C

Comment [JV6]: CD niet meer

R16: ik luister heel veel muziek van vanaf mn laptop. Ik heb ik ook een iPod maar die heb ik niet veel bij me ofzo.. gewoon af en toe. En voor de rest ik heb ook een platenspeler maar meestal vooral op de laptop gewoon. Spotify of YouTube ofzo.

Comment [JV7]: L+M+P

R17: ik ook vooral radio. Spotify via mn mobiel. En cds draai ik eigenlijk ook nog wel. En dat was het eigenlijk.

Comment [JV8]: R+T+C

GL: Oke.. ik heb een lijstje gemaakt aan de hand van ehm.. de onderzoeken die het Sociaal Cultureel Planbureau iedere vijf jaar doet. Wat zij audiomedia noemen. Ik wil graag dat jullie dit lijstje invullen. En als jullie toevoegingen hebben, schrijf ze vooral op.

R17: Wat doe je met de plaats?

GL: Ja, waar je het gebruikt, thuis ofzo..

R16: Is internetradio en Spotify eigenlijk hetzelfde of bedoel je echt een radiostation.

GL: Ik vind zelf die internetradio een beetje lastig..

R13: Je hebt van die internetradio's he.. ik was laats... laatst was de reformatorische omroep in het concertgebouw.. en toen dacht ik huh internetradio van de refo's... dus toen ging ik dat opzoeken. Je hebt dus mensen in Sneek of hoe heet dat daar. Staphorst. Die hebben dus gewoon zo'n radio die kan je op internet aansluiten. Dan kan je dus de christelijk omroep op ontvangen. Die mensen mogen volgens mij geen computer hebben maar wel een internet radio.

GL: Ja, dat dus.

[...]

GL: Ehm, nu ben ik ook benieuwd waarvoor en waarom jullie juist deze audiomedia gebruiken voor nouja, specifieke dingen. Bijvoorbeeld een vast radiotoestel waarvoor gebruik je die R13? Gebruik je dit om muziek te luisteren?

R13: Die gebruik ik niet.

GL: Die gebruik je niet. Iemand die dat gebruikt?

R18: Ja in de keuken.

GL: Maar gebruik je dat om muziek te luisteren? Of om het nieuws te luisteren of om iets anders te luisteren?



R18: Beide. Bijvoorbeeld tussen de kerst en oud en nieuw.. stond de top 2000 op. Ik vind het leukst als er muziek maar nieuws krijg je natuurlijk ook wel wat mee. Het is meer als een soort achtergrondgeluid.. tijdens het afwassen, of het koken.

**Comment [JV9]:** R: Voor muziek en nieuws

**Comment [JV10]:** R: Als achtergrondgeluid tijdens andere activiteit

GL: En waarom gebruik je juist dit medium daarvoor?

R18: omdat het makkelijk is. Ja er zit ook wel een cdspeler in.. maar dat is toch wel weer een extra handeling in plaats van dat je het alleen maar aanzet. Alhoewel, de cdspeler gebruiken we soms ook wel.

**Comment [JV11]:** R: Makkelijk in gebruik

**Comment [JV12]:** C: extra handeling

GL: en voor de rest, mensen die ehm.. een vast radiotoestel gebruiken?

R17: Ja ikke.

GL: Ook met de zelfde reden?

R17: ja elke ochtend als ik op sta dan gaat de radio aan. Gewoon ehm vooral om muziek, om het nieuws, gewoon een beetje achtergrond geluid. Gewoon wat jij ook al zegt [wijst naar R18]. De cdspeler is kapot, dus daarom luister ik geen cds. Het is makkelijk.. en hij.. ik heb m gewoon al mn hele leven en hij staat daar.. makkelijker dan een cdtjee opzetten. En inderdaad het nieuws en dingen die je ondertussen hoort.

**Comment [JV13]:** R: Muziek en nieuws

**Comment [JV14]:** R: Als achtergrondgeluid

**Comment [JV15]:** R: Makkelijk in gebruik

**Comment [JV16]:** R: Makkelijker dan cdtje opzetten

**Comment [JV17]:** R: Extra informatie, nieuws e.d.

GL: Oke. Iemand die een autoradio gebruikt. Of gebruikte?

R13: Gebruikte, ja, ja.

GL: Ook om muziek te luisteren? Of?

R13: Zeker! Alleen maar muziek.

**Comment [JV18]:** A: Muziek

GL: En waarom juist dit medium?

R13: Omdat het dan.. ehm omdat je in de auto zit. En je wilt wat horen. Dat is leuk. En soms dan ben je je cds zat. Bij Sublime hoor je dan elke week dezelfde nummers.. maar.. het is toch anders wel. Ja.

**Comment [JV19]:** A: Afhankelijk van plek

**Comment [JV20]:** A: Geluid bij activiteit

GL: En iemand die een internetradio gebruikt?

R14: Ja. Zelfde reden eigenlijk als gewoon achtergrond, thuis, in mn atelier, of op werk. Alleen ik heb geen vaste radio dus dan zet ik gewoon internetradio aan. En dan is het meer omdat ik dan zelf niet muziek hoeft te kiezen. En ehm.. soms weet ik gewoon niet wat ik wil horen en dan zet ik maar gewoon radio aan. Heb wel geluid nodig.

**Comment [JV21]:** I: Achtergrond

**Comment [JV22]:** I: Verlangen naar geluid

R15: Maar is het dan echt een internetradio of gaat het dan puur om dat je radio aan zet op je laptop?

R14: Nee, oh ja. Dat.

R17: Ja ik dacht dat internetradio gewoon was dat je.. online zeg maar een radio kiest die alleen online te horen is. Net als radio 6 dat je geen eh,.. frequentie heeft zeg maar.

GL: Ehm, een platenspeler. Jullie hebben allemaal, volgens mij, bijna allemaal een platenspeler.

R13: Ik heb die van mij weg gedaan. Ja ik luisterde er niet naar. Dus ik heb mn platen aan mn zus gegeven en die heeft er ook weer een paar uitgezocht en de rest is naar de kringloopwinkel.

GL: Ehm.. waarvoor gebruiken jullie een platenspeler?

R15: om platen te spelen.

**Comment [JV23]:** P: Muziek

GL: En waarom kiezen jullie er voor om dit medium te gebruiken?

R15: Het is mooi. Weet niet. Er zit toch.. het is eigenlijk heel dom.. maar die romantiek van platen.. weet je wel.. als je dan zo'n schijf er op legt. Het gaat mij helemaal niet om de geluidskwaliteit maar meer dat ik.. en een plaat is ook meer het verzamelobject dan.. een lijstje op Spotify. Je hebt ook echt iets in je handen.

**Comment [JV24]:** P: Mooi

**Comment [JV25]:** P: Fysieke handeling

**Comment [JV26]:** P: Geluidskwaliteit onbelangrijk

**Comment [JV27]:** P: Fysiek object

R18: Ja dat vind ik ook het belangrijkste aan een plaat. Of het belangrijkste.. ik vind dat de charme van platen en een platenspeler hebben. En het staat ook gewoon heel hip op je kamer.. ik ben daar gewoon eerlijk in.

**Comment [JV28]:** P: Fysiek object, fysieke handeling

R15: Ja maar je kunt ook zelf je muziekcollectie laten zien. Dat anderen zijn van: aah heb je die en die plaat ook, ah vet! Weet je wel? Het kan ook echt een verzamelobject zijn. Dat het een plaat is die je bijna niet kunt krijgen ofzo..

**Comment [JV29]:** P: Muziekcollectie laten zien

R18: En ik vind de album art ook vaak veel cooler, uitgebreider..

**Comment [JV30]:** P: Product is uitgebreider

R13: Ja het is ook groter.

R18: Ja, maar ook vaak uitgebreider. In die plaat ook nog wel extra dingen zitten.

**Comment [JV31]:** P: Product is uitgebreider

GL: Oke en dat geldt voor jullie ook?

R16: Ja..

GL: En voor jou? [wijst naar R14]

R14: Ja.. minder.. ja bij mij is het dus voornamelijk de handeling van muziekluisteren. Dus het feit dat ik echt een plaatje op zet en dan echt naar een plaat ga luisteren vind ik vaak fijner dan dat ik gewoon op mn computer iets aan zet waar ik voor ga zitten luisteren.

**Comment [JV32]:** P: Fysieke handeling

**Comment [JV33]:** P: Bewust luisteren

GL: Alright. Iemand die nog een cassettebandrecorder gebruikt?

R15: in de auto van mn ouders eerder. Die heeft alleen maar een cassetterecorder en de radio die vast zit op BNR nieuwsradio. Dat is echt afschuwelijk. Ik heb daarom de cassetteverzameling van mn pa geplunderd. Maar dat is alweer een paar jaar geleden.

**Comment [JV34]:** B: Andere optie was nog slechter

GL: Iemand die.. ja jij vertelde [wijst naar R18] ik gebruik heel af en toe nog wel een cdspeler.

R18: Ja eh, vooral in mn laptop. Om cds te rippen. Iets wat volgens mij illegaal is misschien maar..

**Comment [JV35]:** C: in laptop om cd's te rippen

R13: Nee dat is niet illegaal.

R18: En.. nee, nee. Rippen voor jezelf is niet illegaal. Nee dat vind ik.. daar gebruik ik de cdspeler in mn laptop dan voor. En in de keuken en dat zijn vooral de cds die ik heb. En dat vind ik.. nou ja, dat

## Axiale codering

### Voorbeeld axiale codering: focusgroep 1

#### 4. Focus tijdens muziek luisteren

#### 5. Activiteiten tijdens het luisteren naar muziek

GL: Oke. Had iemand zelf nog iets opgeschreven wat er niet bij stond? Nee? Nou dan wil ik die papiertjes wel graag hebben. Allemaal onderzoeksmateriaal natuurlijk. Thanks! Dan ehm. Door over ehm. Luisterhoudingen. Ehm. Ik wil graag dat jullie van jullie weten. Ik heb jullie mooie, ik wou eigenlijk post-its maar die zijn eh.. verdwenen in mijn huis.. hele mooie papiertjes. Ik wil jullie graag.. vragen om op te schrijven hoe jullie naar muziek luisteren. En daar bedoel ik mee eigenlijk de intensiteit. Als in, wat is voor jou belangrijk wanneer je naar muziek luistert?

R3: Kun je een voorbeeld geven?

GL: Ehm, sommige mensen die vinden, die zijn heel erg bezig met de tekst. Andere juist weer heel erg met eh, het akkoord dat volgt op de akkoorden daarvoor. Andere mensen denken daar helemaal niet over na. En ja weet je, ik wil gewoon een beetje.. ja leuk. Dus eh, op die manier.

R1: En ehm, moet ik daar één blaadje voor gebruiken? Of gaat het om verschillende momenten?

GL: Doe maar gewoon over het algemeen.

R2: GL mag ik jou iets vertellen? Voor ik het vergeet. Ik heb voor mijn bachelor heb ik onderzocht hoe mensen in contact komen via muziek. Zal ik jou die informatie sturen? Dat is misschien wel interessant? Het is wel informatie uit 2006 denk ik. Ik heb letterlijk onderzocht in precies deze setting hoe mensen in contact komen met muziek. Dan stuur ik jou dat door.

R6: Maar het gaat dus over waar je op let als je muziek luistert?

GL: ja.

R6: Maar niet muziek houding als in ik zit heel recht?

GL: Nee. Hoe je nou ja, hoe je de muziek tot je neemt. Of je echt..

R5: Gewoon op één papiertje of elke houding op een ander papiertje?

GL: één papiertje met hoe je het ehm, ja in het algemeen.. muziek tot je neemt. Natuurlijk is dat per situatie verschillend maar daar gaan we het zo meteen over hebben.

[...]

- Concentratie vooral op drum 2

- Veel melodieën 3

- Zang valt vaak op de achtergrond, slechts de melodie hoorbaar

- Radio/Spotify let ik nergens op: niet actief. 2

- Nieuwe nummers of speciale nummers wel actief maar niet specifiek op tekst of muziek
- instrumentaal 2
- sfeer en emotie van muziek 2
- tekst 3
- klankkleur
- intensiteit
- samenhang.
- originaliteit

GL: Dan hebben jullie nog meer papiertjes en dan wil ik daar graag dat jullie opschrijven ehm wat jullie eh.. wat je verder doet als je muziek luistert. Of dat je je altijd heel bewust muziek luistert. Daar mag je meerdere papiertjes voor gebruiken. Je mag ook zeggen als ik heel bewust naar muziek luister nouja dan ehm doe ik verder niks maar soms ben ik dit aan het doen en dan doe ik inderdaad ook muziek luisteren.

[...]

*Altijd, werk, lopen, koken, achtergrond, opruimen, gesprek in het echt of via chat, schoonmaken, etentjes, Onderweg (fiets trein ...)*

#### 6. Beïnvloedt de plek of situatie de muziekkeuze/beïnvloed stemming de muziekkeuze?

GL: Ehm.. het is wel grappig want twee van jullie hebben dat wanneer eh ze naar nieuwe muziek luisteren dat ze dan bewuster luisteren dan ehm wanneer ze naar muziek luisteren die ze al langer kennen. Enig idee waardoor dat komt?

R4: Ehm... jeetje ja ik hoor iets.. ik heb dat opgeschreven want ik hoor iets nieuws en dan ehm dan eh ga ik er voor zitten en dan probeer ik al die dingen op te nemen en ehm.. gewoon heel goed te luisteren wat ik allemaal hoor en dan denk ik woah dit is vet! Of... dan sukkel ik weer weg, of als het iets is wat me niet zo boeit maar dan ben ik wel ehh bewust aan eht luisten ja. Wel meer dan als het iets is wat ik al wat ik al vaker heb gehoord. Dan sukkel ik een beetje weg.

**Comment [JV36]:** 6. Concentratie

**Comment [JV37]:** 8. Diep luisteren

**Comment [JV38]:** 8. Parallel

R1: Ik herken dat wel maar ik heb het ook wel het omgekeerde dat je eh nummers die je al langer luister op een gegeven moment op een andere manier leert luisteren. Dieper. Waardoor je eigenlijk nieuwe muziek die je voor het eerst luistert eh niet misschien wel een andere waarde toekent of geeft. Maar als je een aantal keer zo'n album hebt geluisterd dat je echt iets van vind of iets.

R4: Ja, nou ja ik heb dat ook wel als ik dan eh een keer heb gehoord eenmaal dan beland ie helemaal weg en dan op een gegeven moment dan zit ik in de trein of dan zit ik op de fiets en dan hoor ik m weer en dan denk ik woow dat had ik niet gehoord wat vet dat dat nog weer er in zit. Dat zijn wel momenten dat ik dat dan weer opnieuw hoor. Maar niet als ik aan het schoonmaken ben en ik heb muziek op de achtergrond dan hoor ik dat soort dingen niet.

**Comment [JV39]:** 8. Parallel

**Comment [JV40]:** 6. Concentratie:  
Achtergrond

R5: Nee dat heb ik inderdaad ook. Want als ik de radio of spotify aan heb dan ben ik meer ook gewoon andere dingen aan het doen. Maar zoals laatst dan met Adele wordt een nieuw nummer. Overall op heel Facebook alles staat vol. Dan denk ik, nou laat ik m ook maar eens even luisteren dan weet ik ook weer waar het over gaat. Ja zoals nu met de top 2000 heb je soms wel van die nummers

**Comment [JV41]:** 6. Concentratie:  
Achtergrond

dat ik denk 'oh ja!' ff 10 seconde stil staan en dan weer door.

Comment [JV42]: 8. Parallel

GL: en ehm.. beïnvloed de plek of de situatie nouja dat kan geografisch of emotioneel zijn ehm naar de output waar je naar luistert. Dus de output die je..

R1: Nouja, alle twee denk ik.

R6: Ja.. ja.

R2: Nouja wat ik doe, en dat is ook als reactie op wat zij zeggen en dat wordt nu minder dan vroeger. Vroeger downloadde ik gewoon standaard de hele alternatieve charts van de Verenigde Staten en dat is dan. Ja weet je.. dat is altijd al de nieuwe rock muziek die uitkomt. En dan van elk genre en dat gooide allemaal in een playlist. En ik luisterde nooit een playlist individueel. Ik ging het gewoon in een playlist zetten. En op het gegeven moment komt dat nummer dan een of twee keer voorbij en dan hoor je het. Ik heb dus nooit bewust gezegd, ik ga nu bewust naar dit nummer luisteren want ik merk als ik dat doe dan merk ik dat ik me ga storen aan dingen. Dat ik dan dingen en elementen die ik niet goed vind dan juist hoor. Bijvoorbeeld als de melodie niet origineel is of als de dat vind ik gewoon heel belangrijk dat het een origineel nummer is. Ehm.. dan valt het meteen op en dan vind ik het heel vervelend. Terwijl als ik het nummer heel vaak onbewust meegekregen heb omdat ik er toevallig bij kwam dan blijft het beter hangen. Dat is een beetje wat je zegt met Adele dat nummer van Adele heb ik nooit bewust opgezocht. Ik heb het al zo vaak gehoord nu dat ik het nu ook meteen ken. Omdat het op zoveel manieren gepresenteerd wordt en dat doe ik eigenlijk met alles. Ik ga nooit expliciet zitten voor nieuwe muziek. Maar als ik het hoor en het blijft hangen dan is het blijkbaar goed genoeg. En als het niet het geval is dan niet. No offence maar Justin Bieber heeft een nieuwe cd die ik nu heel vaak gehoord heb en er is één nummer van Justin Bieber wat wil blijven hangen en alle andere niet. En dan denk ik.. nouja...

Comment [JV43]: 8. Parallel

R1: In gezelschap zorg ik er juist voor dat eh eigenlijk draai ik nooit dan de muziek die ik normaal gesproken altijd luister. Omdat het juist afleid. Dan wil je juist een gesprek kunnen voeren of eh.. op de achtergrond iets kunnen horen. Maar als ik dan in mijn eentje luister ik muziek die veel meer met je doet.

Comment [JV44]: 6. Concentratie

Comment [JV45]: 6. Gezelschap

Comment [JV46]: 6. Emotie

R2: Ja dat is wel waar ja.. want ik heb wel eens een keer een date gehad ofzo en dan zat ik met een meisje op de bank. En dan staat mijn playlist aan en dan komt plotseling iets van scream metal ofzo.. en dat is dan niet heel gepast ofzo. Dat is wel waar. Ik herinner me wel dat ik eigenlijk verschil zou moeten maken.

Comment [JV47]: 6. Gezelschap

R6: Maar ja.. het maakt ook wel uit met wie je bent. Want als ik met sommige vriendinnen ben die daar helemaal niet echt in geïnteresseerd zijn nouja dan staat gewoon wat op en dan luister ik er zelf ook niet echt naar en dan is het wel prima. Maar als ik met vrienden ben die wel heel erg veel van muziek houden. Die dan specifiek iets opzetten om me iets te laten horen. Dan luister ik ook weer ander naar die muziek.

Comment [JV48]: 6. Gezelschap

Comment [JV49]: 6. Gezelschap

GL: dus, ja heel erg afhankelijk van de..

R5: Plaats en het leven.

GL: van de plek en met wie of de situatie waar in je bent. Hoe je.. naar muziek luistert en...

R6: wat je aan het doen bent.

R1: ik gebruik de laatste tijd ook vaak eh,.. op Spotify heb je nu ook discover weekly. Dat is dan gebaseerd op jouw op wat je hebt geluisterd. Dan maakt ie een lijstje van 30 nummers ofzo die elke week op zondagavond wordt dat een nieuw lijstje. Die ik eh, vaak onderweg, net toen ik hier naar Ekko fietste dan ook opzette. Dan komt er een nummer langs, dat je dan eigenlijk nog nooit hebt geluisterd. Want daar selecteert zich het voornamelijk op, want het is om te ontdekken. En op momenten dat je vooral in je eentje met een koptelefoon luistert, niet in gezelschap.. dan mis je die dingen niet.

Comment [JV50]: 6. Gezelschap

GL: Ja.. en ehm... zij hebben jullie ook een soort van muziek voor speciale situaties? Als in is er muziek die je op bepaalde momenten heel graag hoor of juist helemaal niet.

R6: als ik aan het opruimen ben zet ik altijd al mijn oude cd'tjes op van vroeger die ik dan heel hard kan meezingen. Dat vind ik dan heel leuk.

Comment [JV51]: 6. Prikkel

R3: Ook een zeg maar.. aan de hand van wat voor emotie je op dat moment hebt zeg maar. Ik heb een hele break up playlist. Die is het langst. Mijn happy playlist is 7 nummers. Dat zegt al genoeg over mij. Ehm.. maar ik heb serieuze playlistjes met dat soort woorden. Ik heb ook de boze playlist en de partyplaylist voordat ik uitga of weet ik veel wat. En zeg maar het werkt twee kanten op. Zeg maar van, dit is wat ik wil horen als ik voel of ik ga zo meteen stappen en ik ben een beetje moe dus ik zeg dit op zodat ik wakker word zeg maar. Een beetje twee kanten op.

Comment [JV52]: 6. Emotie

GL: Oke, heeft iemand anders dat ook? Of jullie allemaal?

R5: Ik heb wel een partyplaylistje ongeveer maar niet van allerlei andere dingen. Boos of eh,.

R2: IK heb eigenlijk maar één echte playlist. En daar staat gewoon alles in. En heb wel dat ik bepaalde nummers... skip heel veel nummers wel gewoon door. Want daar heb ik gewoon geen zin in nu. En dan ja.. ik heb wel eens een poging gedaan daartoe maar ik bezit ook gewoon veel te veel muziek. En dan heb ik gewoon geen zin om dat allemaal te indexeren daarvoor. En als ik dat gedaan heb moet ik dat gaan bijhouden en dan..

Comment [JV53]: 6. Emotie

R1: Je hoeft dat ook niet zelf te doen he. Doen andere mensen voor je.

R2: Nee ja ik heb op Spotify wel playlisten. Maar nogmaals. Ik gebruik bijna geen Spotify. Maar ik heb wel bepaalde soorten muziek periodes luisteren. Ik heb een periode gehad dat ik heel veel naar southern rock luisterde. Ook een dat ik heel veel naar punk luisterde. En grunge luisterde. Dat ik plotseling heel veel naar die specifieke band luisterde. Maar dat heeft dan meer te maken met hoe ik met mn leven sta blijktbaar dan met gevoel en het moment.

Comment [JV54]: 6. Muzikale ontwikkeling

GL: Nou dat komt dan wel een beetje overeen met wat R3 heeft.

R2: Ja wel maar ik heb dan niet dat ik dan zeg ohh ik heb nu een breakup dus moet ik alleen maar naar Justin Bleber luisteren.

R3: Het is geen gevoel van moeten maar een ... het is een gevoel van wat die emotie dan ook is.. zo van er is iemand die hetzelfde voelt.. want dat is die artiest. want die heeft daar over gespeelt.

Comment [JV55]: 6. Emotie

R2: Ja een breakup. Ik heb wel.. heel erg invloeden die koppel ik aan mensen, muziek. En er zijn bijvoorbeeld wel bands of specifieke liedjes die ik aan iemand specifiek koppel. En.. bijvoorbeeld een vriendin van mij die ook heel fan was van muse en toen dat uit ding was het wel een beetje niet zo goed meer naar die cd van [cd muse] kon luisteren. En daar heb ik nu minder last van. Het is nu al zo lang uit en ik vind het ook niet echt boeiend meer.. maar dat ik wel dat ik dan nog steeds aan haar denk als ik die cd aan zet. En dat heb ik echt met heel veel verschillende.. met ook met mensen waar ik veel minder close mee was.

Comment [JV56]: 6. Emotie

R6: je koppelt de muziek echt aan mensen? Ja dat heb ik ook. Ja.

## 8. Luisterhoudingen

GL: Oke. Ehm. Heel veel van jullie schrijven ook, ik luister muziek als ik opruim. Of als ik onderweg ben. Maakt het dan voor jullie uit wat voor muziek jullie luisteren? Dan luister je minder bewust schrijven jullie ook op. Is dat ehm.. is dat vaker dan jullie bewust naar muziek lusiteren?

R6: Ligt ook een beetje aan ehm.. ja.. vind ik lastig.. want de ene keer.. luister ik er wel heel bewust naar en de andere keer dan ben ik gewoon.

GL: ben je meer vanalles aan het doen en is het vooral achtergrond?

R6: Ja.

R1: ik denk eigenlijk dat het vaker onbewust is. Omdat je eigenlijk altijd muziek op hebt. Ik ben niet altijd in de gelegenheid of stemming om bewust naar muziek te luisteren. Dat zal dan waarschijnlijk.. dat moet dan wel vaker zijn onbewust.

Comment [JV57]: 8. Volledig secundair

Comment [JV58]: 7. Emotie

R6: Ja en het ligt er ook wel weer een beetje aan zeg maar wat voor emotie je hebt. Want, tenminste ik, pas mn muziek wel aan aan hoe ik me voel of wat ik aan het doen ben. En als ik dan ja.. wat hoor waar ik dat moment ook zin in heb dan kan ik er dan heel bewust naar luisteren maar soms ook gewoon helemaal niet en dan speelt het gewoon verder is het ook prima. Ja is heel verschillend.

Comment [JV59]: 7. Emotie

Comment [JV60]: 8. Hoofdactiviteit: entertainment

Comment [JV61]: 8. Volledig secundair

## Voorbeeld axiale codering: focusgroep 2

### 10. Wanneer luisteren jullie naar muziek?

GL: Ik hoop dat jullie allemaal even hebben kunnen ontspannen. Dan kunnen we er weer met volle kracht, aan het laatste onderwerp aan kunnen. Ehm.. het laatste deel gaat over de luisteraar, dus over jullie en de luisterervaring. Ik graag van jullie weten wanneer jullie naar muziek luisteren en onder welke omstandigheden.

R12: Mondeling of schriftelijk?

GL: Mondeling.

R7: Wanneer? **Altijd, als dat kan.**

**Comment [JV62]:** 10. Altijd

R8: **Ja, altijd.**

**Comment [JV63]:** 10. Altijd

R7: Als je wakker bent.

R10: **Als ik aan het werk ben.**

**Comment [JV64]:** 10. Werk

R11: Eerste dingen die ik doe 's ochtends. Een plaatje opzetten. Koffie zetten. Rustig. Ja.

R9: Nee 's ochtends nog maar ff niet hoor.

R12: Ja gedurende de **hele dag.** Eigenlijk.

**Comment [JV65]:** 10. Altijd

R8: Ja ik ook.

R12: **Met een bewuste stilte af en toe tussendoor. Om even eh om je heen te kijken op de fiets ofzo.**  
**Ja. Pauze. That's the playlist of my life.**

**Comment [JV66]:** 10. Altijd met bewuste stiltes

R10: **Ik heb echt een tijd gehad dat ik altijd op de fiets muziek aan had. En soms dan inderdaad heel bewust af en toe niet. En dat is ook wel weer. Zeker op zondag, als je op zondagochtend toevallig door de stad moet fietsen en als het dan rustig is.**

**Comment [JV67]:** 10. Altijd met bewuste stiltes

GL: Altijd en overal?

R12: **niet als ik ergens gefocust mee bezig moet zijn.**

**Comment [JV68]:** 8. Bij focus geen muziek

R9: Nee niet altijd.

R8: Nou ik doe het op het werk niet, maar dat is ook bijna niet te doen. Want dan gaat er een band weer soundchecken en dan..

R11: **Ik doe het wel bewust op straat niet. Ja nee ik ben een fotograaf dus ik wil gewoon goed rond kunnen kijken. En niet afgeleid worden.** Dus voor mij is dat no no.

**Comment [JV69]:** 6. Concentratie



GL: Dus alleen thuis in principe?

R11: Ja. Eigenlijk wel. Ik vind het wel oke.

Comment [JV70]: 10. Thuis

R12: Draagt het dan niet bij aan de hele audiovisuele ervaring?

R8: Ja.. dat zou ik ook..

R11: Nee het leidt heel erg af omdat je ehmm.. het is een heel ander zintuig dus dan gaat er op een gegeven moment heel veel concentratie weg. En dat merk ik wel. Dat je niet in een soort flow kan komen. Het is eigenlijk hetzelfde als met muziek. Dan kom je ook in een soort flow maar dan meer visueel.

Comment [JV71]: 6. Concentratie

R8: klinkt wel logisch ja.

GL: Alright.

R9: Het kan ook een gevoel wel versterken denk ik.

R11: Ja zeker. Maar ik vind het niet fijn.

Comment [JV72]: 6. Concentratie

## 11. Waarom luisteren jullie naar muziek?

GL: En ehmm.. waarom luisteren jullie naar muziek?

R9: Genot. Genieten. Sfeer.

Comment [JV73]: 11. Vermaak

R10: Ja het voegt wel iets toe denk ik. En het kan ook afleiden soms ook juist, bewust ook. Dat je denkt van.. als je niet lekker in je vel dit dat je even.. bezig kan zijn of ja.. stilte kan verbreken.

Comment [JV74]: 11. Afleiden

Comment [JV75]: 11. Stemming/emotie

R8: Het is gewoon zo'n onderdeel van.. hoe ik ben in ieder geval. Dat ik niet zonder kan. Dus ja ik denk daar ook niet zo over na ofzo.. Het is gewoon zo.

Comment [JV76]: 11. Ontwijken

Comment [JV77]: 11. Gewoonte van huis uit

R7: Waarom.. het is er gewoon.

Comment [JV78]: 11. Gewoonte van huis uit

GL: Nee maar het kan ook gewoon hele functionele redenen hebben. Weet ik veel je burens maken lawaai en je wil de burens niet meer horen.

R8: Nee ja ik bedoel..

R10: Ja dat is ook zeker zo.. maar ik heb ook wel eens als ik ga sporten bijvoorbeeld. Dat ik dan heel bewust..

R11: Ja lichaam, je gehoor reageert daar op dus voor mij is het 's ochtends inderdaad om even rustig wakker te worden.. met sporten inderdaad.

Comment [JV79]: 11. Ontspannen

R7: Ja op de fiets als tijdverdrijf inderdaad. Als je lang moet fietsen dat je dan lekker iets hebt om te luisteren. Want als je op zo'n lange weg aan het fietsen bent..

Comment [JV80]: 11. Tijdverdrijf

R8: Maar ik denk ook zeg maar 60% van de tijd dat het niet eens met een echte doel of een rede is maar dat het gewoon fijn is.

**Comment [JV81]:** 11. Gewoonte van huis uit

R10: Ja ook gewenning.

**Comment [JV82]:** 11. Gewoonte van huis uit

GL: Oke, en als je ehm.. muziek luistert vinden je, ja je hebt opgeschreven als je bewust luistert naar muziek vinden jullie emotie en structuur en techniek in sommige gevallen belangrijk. Als jullie gewoon naar muziek luisteren vinden jullie dan ook.. belangrijk?

R11: Wat bedoel je met gewoon?

GL: Ja niet zo bewust als bewust.. dus meer parallel of.. nevenactiviteit.

R8: Het is wel belangrijk want ik merk wel dat het me wel gaat afleiden als het niet ehm.. mijn ding is om het zo maar even te zeggen.

**Comment [JV83]:** 6. Concentratie

R11: ja als ik bijvoorbeeld skyradio hoor..

R8: Ja nou dan heb ik dat nog liever omdat dat vaak heel.. dat gaat gewoon door en is allemaal een beetje hetzelfde. Maar als je bijvoorbeeld 3FM op hebt staan en weet ik veel. Er komt een of andere technoplaat voorbij.. dan denk ik wel... woow wat is dit nou weer.

R7: Ja of van die Ronnie Flex zoi. Dan denk ik van what the fuck? Komop hoe slecht is dit? En de tekst is slecht en de muziek zit kut in elkaar.

R8: Maar dat is hetzelfde.. het is als, bij wijze van , ik heb het niet die dag gehoord dat ze valse artiesten uitzenden weetje die live iets doen.. en dan vals. Ja daar, dan word ik echt.. dan moet er echt iets anders op want daar kan ik heel slecht tegen. Ook al zit ik daar eigenlijk niet.. ja.

R7: Bewust naar te luisteren.

R8: maar blijkbaar dus wel.

GL: Ja of juist bewust omdat je iets hoort wat je niet aanspreekt ofzo.

R8: Maar het zijn wel hele specifieke dingen want ik heb met grote hap kan ik prima door. Ik bedoel nu met de top2000 ook. Ik zet dat gewoon aan want dat vind ik wel lachen.. en af en toe denk ik oh ja dit! Maar dat gaat gewoon langs, dat kan ook gewoon helemaal op de achtergrond zijn.

R10: Ja ik heb ook wel met de top 2000 dat je dan gaat kijken wat het afgelopen uur eh wat je geluisterd hebt en dat je denkt he dat heb ik helemaal gemist.

R8: Ja precies!

R10: zo van hoe kan dat nou??

R11: ja daar zat ik ook nog wel aan te denken van eh.. want jij had het over foutjes. Ik zet wel heel vaak live dingen van bands op youtube op. Juist omdat het af en toe een foutje is. Dat maakt het weer een stuk menselijker allemaal.

R8: ja maar als je het als ruis op de achtergrond wil hebben dan is het heel vervelend.

R11: nee zeker, zeker. Maar ik zat net te denken van..

R7: maar omdat het fouten zijn.. het is wel tof dat het anders is dan het origineel. Dat je emotie hoort in iets.. of ergens.

R10: Ja helemaal plat geproduceerde dingen waarvan je denkt zit hier uberhaupt een muzikant achter?

R8: maar als het gewoon echt heel erg vals is dan.. eh,.. zoals hoe heet die band ook alweer met Farewell to the Playground.. eh.. die versie...

R12: White lies, white lies.

R8: JA! Oh my god.. dat is echt.. dat is gewoon.. zelfs als je.. het voor de lol luistert is het gewoon niet.. is het gewoon niet leuk.

R12: terwijl ik ze een paar keer live heb gezien en dat ze toen best wel goed waren.

R8: dat is het verschil.. als je er bent... het verschil tussen een live opname thuis horen en .. want af en toen kijk je en dan ben je naar Lowlands of Pinkpop whatever geweest.. en dan ga je het thuis kijken en dan denk je wow. Dat was slecht!

R7: Ja Years & Years op lowlands... heb je die terugluisterd? Ongelooflijk Years & Years. Die zong echt helemaal vals jongen.

R10: Nee maar ik heb het hier ook wel eens.. dat als hier een bandje staat. dat is meestal een voorprogramma toch wel. En dat ik gewoon, dat ik de zaal uit loop. Dat ik denk ik dit is gewoon te vals en dan vind ik het ook.. een beetje zielig ofzo.

R8: ja je schaamt je een beetje dan ofzo.

R10: Niet zo zeer dat het geluid dan verschrikkelijk kut is maar dat je dan.. ja soort ja. Plaatsvervangende schaamte.

---

#### 14. Functie concert

GL: Maar waarom wil je dan nog wel iets live horen?

R7: omdat er ook heel veel coole en goeie dingen bijzitten. Bijvoorbeeld ik heb een nummer van Queen dat ik heel vaak live terugluister. Omdat daar iets gebeurt dat.. je hoort zijn stem een beetje zo overslaan. Breken. En daar zit zoveel emotie in en dat is echt fucking mooi om te horen. En in een studioversie hoor je dat niet.

Comment [JV84]: 14. Emotie

GL: Dus dat is wat live toevoegt nadat je eventueel al.. audio ervaring hebt gehad op een..

R8: Ja

R11: Ja, dat maakt het ook weer mensenwerk.

GL: en maakt dat nog iets uit of je.. als je dat luistert op een platenspeler, of een laptop. Maakt dat..

R7: Dat maakt mij niet uit.

R11: nee...

R10: en ik denk ook een live plaat is ook vaak nog wel. Geproduceerd ja. Terwijl een YouTube filmpje is dat vaak niet. Vaak een andere versie denk ik ja.

GL: En wat is dan de functie van een concert ten opzichte van de audio? Want veel mensen nemen een concert bijvoorbeeld op. En dan..

R8: Ja daar moeten ze ook mee kappen.

R7: een heel concert terug kijken bedoel je?

GL: Nouja ook, maar zeg maar je, als jij bij een concert bent kom je daar denk ik voor de live ervaring. Maar er zijn, ik weet niet of jullie dat doen, veel mensen die de hele tijd zo met hun mobiel staan. Ja dat beïnvloed natuurlijk je hele ervaring. Wat is dan nog de functie van een concert?

R10: ik begrijp dat echt niet.

R11: ik begrijp dat ook echt niet nee.

R8: het liefst ook met een iPad he. Of met een laptop.

R10: ik denk ook dat het voor heel veel mensen, ook weer om te laten zien aan andere mensen.. ik ben hier geweest. En zeker met foto's.. want ik denk dat foto's..

Comment [JV85]: 14. Identiteit

R11: Ja is hetzelfde als met de Mona Lisa he, want iedereen weet het en iedereen kent het maar toch wil je er zo voor gaan staan en dat is met concerten net zo.

Comment [JV86]: 14. Identiteit

R10: ik heb dat dus helemaal niet.

R11: nee ik ook niet.

R8: Nee. Maar ik maak sowieso nooit foto's.

R10: Nee.. ik maak wel eens filmpjes hier of als er iets grappigs gebeurt bij een concert ofzo en dan stuur ik het naar collega's ofzo.. maar dat zijn niet echt concerten.. meer dansnacht dingen.

R8: Ja precies. Maar een concert wil je toch ook gewoon voelen en je wilt meezingen.. en je wilt met je vrienden er over kletsen op dat moment. "ohh dit is episch" of iets.

Comment [JV87]: 14. Emotie

Comment [JV88]: 14. Samenzijn

R9: maar het is met alles ook. Met een feestje of met een vakantie.. mensen die alles maar willen delen.

Comment [JV89]: 14. Identiteit

R8: ja dat vind ik echt vermoeiend. Lijkt me ook heel vermoeiend.

## Lijst van audiomedia en platfora

### Audiomedia

Vaste radio	Draadloos toestel voor het ontvangen van radioprogramma's
Autoradio	Radiotoestel in een auto
Internet radio	Radio die beschikbaar is en beluisterd wordt via het internet
Platenspeler	Apparaat om grammofonplaten (LPs) af te spelen
Band-/cassetterecorder	Apparaat om cassettes af te spelen
Cd-speler	Apparaat om cd's af te spelen
Mp3-speler/iPod	Draagbaar apparaat voor het afspelen van mp3-bestanden <u>Bibliotheek functie</u> : eigen muziek ((illegaal) gedownload of gekocht).
Computer/Laptop	Elektronisch apparaat voor het opslaan en verwerken van gegevens. / Laptop is een draagbare variant. <u>Bibliotheek functie</u> : eigen muziek ((illegaal) gedownload of gekocht. / <u>Streamingfuctie</u> : Spotify, Luisterpaal, Youtube, Boilerroom.
Mobiele telefoon/Tablet	Computer van klein formaat met relatief groot aanraakscherm en zonder toetsenbord. / Mobiele telefoon biedt ook de mogelijkheid tot telefonische communicatie. <u>Bibliotheek functie</u> : eigen muziek ((illegaal) gedownload of gekocht. / <u>Streamingfuctie</u> : Spotify – Discover weekly
Televisie	Apparaat dat televisieprogramma's uitzendt (bewegende beelden)
Dvd-speler	Apparaat om dvd's af te spelen.
Sonos	Draadloos speakersysteem.
Dockingstation	Apparaat om muziek van een mp3-speler/iPod, mobiele telefoon of tablet af te spelen

### Platfora

Spotify	Muziekstreamingdienst
Luisterpaal	3voor12, muziekwebsite ( <a href="http://3voor12.vpro.nl/luisterpaal/">http://3voor12.vpro.nl/luisterpaal/</a> )
YouTube	Website met (muziek)video's ( <a href="http://youtube.com">http://youtube.com</a> )
Boilerroom	Videostreamdienst van dj/live sets in muziekclubs over de hele wereld. Deze uitzendingen zijn realtime.