

AGORA

MAGAZINE VOOR SOCIAALRUIMTELIJKE VRAAGSTUKKEN

Muziek



Dichterbij Michael Jackson | De globalisering van muziek
Muziek voor het goede doel | **VARIA** Het leukste land ter wereld

AGORA 2019-1 JAARGANG 35

REDACTIONEEL

'De kracht van muziek'

Vraag 1: In de VS worden verschillende staten of steden vaak gezien als de 'hoofdstad' van een bepaalde muziekstijl. Zoek de juiste 5 steden bij de juiste muziek: Chicago, Detroit, Nashville, New Orleans, Seattle + Country, Grunge, House, Jazz, R&B (*voor het goede antwoord, zie onderaan de pagina). Met deze vraag begon de muziekronde in een Geopubquiz die ik ooit met en voor collega's op de universiteit georganiseerd heb. Andere, gedenkwaardige, vragen hadden betrekking op de hoesjes van albums met een geografisch tintje (denk bijvoorbeeld: 'Born in the USA' van Springsteen) of het afmaken van geografische muziekteksten. Er bestaan meer dan genoeg nummers, bands en albums om een avondvullend programma te maken rondom het thema Muziek en Geografie. Hoog tijd dan ook voor AGORA om eens aandacht te besteden aan dit thema en dan met name te kijken naar de geografie van muziek.

Muziekgeografie is weliswaar een bescheiden subdiscipline in België en Nederland, toch zijn er genoeg interessante invalshoeken te vinden die muziek en ruimtelijke vraagstukken met elkaar in verband kunnen brengen. Muziek doet namelijk wat met de mens. Zo speelt muziek bijvoorbeeld een rol in de manier waarop wij als mensen betekenis geven aan onze omgeving en onze identiteit. Zo luisterden mijn broer en ik vroeger op de achterbank in de auto naar opa en oma in Klundert (Noord-Brabant) altijd een bepaald cassettebandje met 'megahits' uit eind jaren '80. De nummers op dat bandje zijn voor mij uitgegroeid tot de soundtrack van de verschillende plaatsjes in het Brabantse kleilandschap die tijdens de autoruit aan mij voorbij flitsten. Nog steeds heb ik een bepaald nummer in mijn hoofd als we op de snelweg ter hoogte van Made rijden. En zo heeft iedereen vast ook een bepaalde soundtrack die je doet denken aan een specifiek moment of een speciale gebeurtenis. Veel mensen hebben bijvoorbeeld een vakantiesoundtrack; van die ene mix-cd die je zo terug brengt naar die eindexamenreis naar Albufeira of de playlist die je doet denken aan die roadtrip door de Verenigde Staten.

Muziek heeft de kracht om bepaalde beelden en emoties die je hebt bij een bepaalde plek te versterken. Het nummer 'Brabant' van de Nederlandse zanger Guus Meeuwis is daarvan een mooi voorbeeld. Dit is zeker niet mijn favoriete nummer, maar op menig feestje waar dit nummer gedraaid wordt vallen mensen (al dan niet zichzelf identificerend als 'Brabander') elkaar in de armen. En zo kennen veel steden in Nederland (ik heb minder weet van de situatie in België) nummers die specifiek over die stad gaan en die op de gemiddelde stapavond in bijna elke kroeg wel voorbij komen. Die dien je als inwoner van die stad dus eigenlijk ook wel te kennen. Zodoende kan muziek aanleiding geven om te verbreederen en de sociale banden tussen mensen te versterken. Een ander passend voorbeeld is het filmpje van comedian James Corden van afgelopen zomer. Hierin gaat hij met Beatle Paul McCartney een stukje rijden door Liverpool, waar McCartney is opgegroeid en van waaruit de Beatles groot werden. In het filmpje vertelt McCartney hoe verschillende plekken in de stad de inspiratie vormden voor veel van zijn bekende liedjes, waardoor Liverpool onlosmakelijk met de Beatles verbonden is tot op de dag van vandaag.

Ook brengt muziek mensen samen, op festivals, in concertzalen of op de hoek van de straat. Mensen mogen graag naar muziek, in welke vorm dan ook, luisteren en zijn nog altijd bereid om te betalen om hun favoriete band te zien optreden of om op een festival verschillende artiesten voorbij te zien komen. Voor steden

wordt het dan ook steeds belangrijker om een passend muziek- en festivalaanbod te kunnen bieden aan hun inwoners en bezoekers. In veel citymarketing strategieën spelen muziek en festivals een belangrijke rol en steden beconcurreren elkaar met hun muzikaal aanbod om zoveel mogelijk bezoekers naar hun stad te trekken. Muziek brengt niet alleen voor de uitvoerende artiesten of de organisatoren van concerten en festivals geld in het laatje, ook steden worden er financieel beter van.

Er zijn dus meer dan genoeg raakvlakken tussen geografie en muziek te bedenken. In dit themanummer passeert een breed scala aan onderwerpen de revue, wat duidelijk laat zien dat muziek veel verschillende ruimtelijke uitwerkingen heeft. Ik ben intussen geïnspireerd geraakt om eens een playlist te maken met alle nummers die mij doen denken aan vakanties uit het verre en nabije verleden. En om zodoende te genieten van de kracht van muziek. Veel lees- en luisterplezier gewenst!

Marianne de Beer, Hoofdredactie AGORA

* De goede combinaties moesten zijn:
Chicago + House; Detroit + R&B; Nashville + Country; New Orleans + Jazz; Seattle + Grunge.

COVERFOTO

Saxofonist op Bethel College in Mishawaka, Verenigde Staten.
Foto: Zachary Nelson

INFOGRAPHIC

Rapmap Nederland. Gemaakt door: Yordi Dam.

Thema

Muziek

4 - De onontgonnen wereld van de muziekgeografie

INLEIDING Jorn Koelemajj, Valerie De Craene, Emiel Maliepaard & Nicolas Dewulf

8 - Detroit in 10 liedjes

CASUS Leonieke Bolderman

12 - Dichterbij Micheal Jackson

ESSAY Fardo Eringa

16 - 'My Hometown': Bruce Springsteen, chroniqueur van de Amerikaanse stad

ESSAY Robert C. Kloosterman

20 - De globalisering van muziek

ESSAY Marc Verboord & Amanda Brandellero

24 - Live popmuziek in stedelijke ruimten

ESSAY Martijn Mulder, Pauwke Berkers, Rick Everts, Erik Hitters & Arno van der Hoeven

28 - Een chaotische spons

BOEKRECENSIE Nicolas Dewulf

30 - Muziek voor het goede doel

CASUS Britt Swartjes

Foto: Rachel Lynette, Unsplash

Varia

35 - Een stad op zoek naar balans

RECENSIE Demi van Weerdenburg

36 - Stigma op achterstandswijken: onjuist, onwaar en oneerlijk

ESSAY Christian Zielinski & Isa van der Wielen

40 - Het lelijkste land ter wereld

RECENSIE Clemens de Olde & Griet Juwet

42 - Voortschrijdend regionaal ontwerp

VRIJE RUIMTE Annet Kempenaar



DE ONONTGONNEN WERELD VAN DE MUZIEKGEOGRAFIE

Muziek en geografie zijn nauwelijks los van elkaar te zien. Muziek wordt geproduceerd op plekken waar mensen samenkomen en elkaar inspireren. Muziek representeert daarnaast regelmatig een specifieke geografische plaats of identiteit. Merkwaardig eigenlijk dat AGORA in haar 35-jarige bestaan nog nooit een themanummer aan muziek heeft gewijd.

*Sometimes I wonder if the world's so small,
Then we can never get away from the sprawl,
Living in the sprawl,
Dead shopping malls rise like mountains beyond mountains,
And there's no end in sight,
I need the darkness someone please cut the lights.*

Suburbia geldt voor de meeste kunstenaars en muzikanten niet als de meest inspirerende of geliefde omgeving. De eentonigheid, de socialecontrole, en de kleinburgerlijke normen en waarden ontnemen 'andersdenkenden' de gevoelsmatige ruimte om zich onafhankelijk, vrij en alternatief te kunnen uiten. Het is daarom niet verwonderlijk dat verreweg de meeste succesvolle muzikale carrières uiteindelijk tot wasdom komen in een meer centrumstedelijke omgeving. Toch kan, zoals bovenstaande songtekst van de Canadese indie rockband Arcade Fire aantoont (van het nummer *Sprawl II* op het album *Suburbs* uit 2010, red.), juist de opgekropte frustratie tijdens iemands suburbane jeugd leiden tot een prachtige artistieke aanklacht, waar veel mensen zich vervolgens in herkennen en aan kunnen spiegelen.

Dergelijke aanklachten zijn nochtans nog altijd eerder uitzonderingen. Veel muzikanten die niet uit de suburbs komen

zingen of rappen juist liefkozend over hun buurt, stad, of regio van herkomst. Zo wordt er in Liverpool veel geld verdiend met toeristische rondleidingen langs plekken waar ooit door The Beatles aan is gerefereerd, en zijn The Beach Boys onlosmakelijk verbonden met de stranden van Californië. Hetzelfde geldt overigens voor Lynyrd Skynyrd en (het minder stedelijke) Alabama, Frank Sinatra en New York, Jacques Brel en Brussel, en ga zo maar door. In de hip-hop scene is de geografische identiteit van artiesten vaak zelfs nog sterker aanwezig. Rappers benadrukken graag waar ze vandaan komen, zeker wanneer die plek *street credits* oplevert. In West-Europa, waar veel rappers een migratieachtergrond hebben, geldt dit voor zowel de buurt waar men is opgegroeid als voor de etnische gemeenschap waar zij deel van uitmaken. Raptaksten zijn, zeker in bijvoorbeeld Frankrijk en Duitsland, maar ook in België en Nederland, regelmatig politiek geëngageerd en vormen zo een manier om onvrede te uiten over ruimtelijke achtergesteldheid, uitsluiting, en de geïndividualiseerde en egoïstische maatschappij. Dat hoeft overigens niet altijd gepaard te gaan met 'wij-zij denken.' Zeker in Nederland wordt hip hop, zowel van eigen bodem als uit het buitenland, namelijk populairder onder een steeds breder publiek, ongeacht klasse, etniciteit of woonplaats. En ook in de Verenigde Staten behoort de ruimtelijke rivaliteit tussen de 'East Coast' (denk

aan de New Yorkse Notorious BIG) en de 'West Coast' (denk aan de uit Los Angeles afkomstige Tupac Shakur) inmiddels al geruime tijd tot het verleden en kennen nieuwe sterren als Kendrick Lamar een brede *fanbase*.

Waar muziek dus een collectieve ruimtelijke identiteit kan creëren, is ze op haar beurt ook afhankelijk van de aanwezige infrastructuur, kennis en identiteit(en) van een bepaalde stad of omgeving. De padafhankelijkheid, zoals geografen dat zouden noemen, speelt hierin dus een belangrijke rol. Daarnaast geldt dat de clustertheorie van Porter, alsook de groeipooltheorie van Perroux, in veel gevallen van toepassing zijn wanneer gekeken wordt naar de geografische locaties waar commercieel succes tot stand komt. Deze theorieën suggereren namelijk dat de nabijheid van bedrijven en actoren in een bepaalde branche of industrie zullen leiden tot de kennisuitwisseling die nodig is om tot groei en/of innovatie te komen. Uiteraard kan dit per genre verschillen, maar over het algemeen geldt dat veel wereldberoemd geworden artiesten op een bepaald moment van hun carrière hebben samengewerkt met

Met name rappers benadrukken meestal graag waar ze vandaan komen

de gevestigde platenlabels uit New York, Nashville, Los Angeles of Londen. Bij innovatie speelt de 'face to face' ontmoeting met collega-artiesten bovendien een cruciale rol: het Chelsea Hotel in New York was in de jaren '60 bijvoorbeeld een specifieke plek waar cultureel kapitaal werd uitgewisseld tussen -inmiddels- bekende kunstenaars en zanger(e)s(sen) als Patti Smith, Leonard Cohen and Bob Dylan. De wisselwerking tussen de ruimtelijke context, artiesten en muziek(genres) wordt eind jaren '70 ook mooi weerspiegeld door de Berlijnse periode van de bevriend geraakte David Bowie en Iggy Pop. Terwijl de aanwezigheid van de Berlijnse muur Bowie inspireerde tot het schitterende 'Heroes', blaaide Pop dankzij de snelle opkomst van de plaatselijke punkscene zijn eerdere band The Stooges nieuw leven in, wat op haar beurt weer invloed had op de Berlijnse punk in de daaropvolgende jaren. De val van diezelfde muur in 1989 had overigens weer een grote invloed op de ontwikkeling van de legendarisch geworden Berlijnse technoscene; een genre dat merkwaardig genoeg haar oorsprong vindt in het Duitse Düsseldorf. Kraftwerk gold in de jaren '70 namelijk als pionier op het gebied van elektronische muziek, en was dus zeer invloedrijk en innovatief vanuit een plaats die niet bepaald te boek stond of staat als muziekhub. De eerdergenoemde theorie van Porter lijkt dus lang niet in alle gevallen op te gaan.

Bij het brainstormen over mogelijke interessante onderwerpen voor dit themanummer passeerden veel ideeën de revue: over de ontwikkeling van zowel muziekgenres als specifieke artiesten valt praktisch altijd een interessant geografisch verhaal te vertellen. Hetzelfde geldt voor hun populariteit of hun invloed op diaspora's, regio's, gemeenschappen en individuen. Hoewel muziek soms kan leiden tot vervreemding of conflicten tussen bevolkingsgroepen, werkt muziek toch nog altijd vooral verbindend. Daarbij gaat het uiteraard lang niet altijd over wereldberoemd geworden muzikanten, maar juist ook over laagdrempelige en toegankelijke volksmuziek, straatmuziek, dorpsfanfares, of kerkkoren. Ons doel is om met dit thema de AGORA-lezer een beeld te verschaffen van hoe muziek op een brede sociaal-ruimtelijke, wetenschappelijke en transdisciplinaire manier kan worden bestudeerd en

besproken. Het geeft, met andere woorden, een indruk van de aanwezige academische 'muziekgeografie' in de lage landen. Want hoewel culturele geografie, en dus ook muziekgeografie, in de Angelsaksische wereld een stuk meer ontwikkeld is dan bij ons, zijn we er vrij snel in geslaagd om een diverse samenstelling van auteurs bereid te vinden een bijdrage te leveren, opdat wij op muzikale wijze ons jubileumjaar kunnen aftrappen.

De stad als inspiratiebron

Zoals reeds werd aangegeven gelden stedelijke decors veelal als inspiratiebronnen voor verschillende kunstenaars en muzikanten. Dit is zeker het geval wanneer er een zogeheten 'rafelrandje' aan de stad zit, of wanneer sprake is van opvallende politieke, maatschappelijke, sociale of economische transitie binnen een stad of stedelijke omgeving. Zo gaf de Nederlandse singer-songwriter Thomas Azier onlangs aan voor zijn nieuwe album onder meer inspiratie te hebben gezocht in de Ivoriaanse stad Abidjan, omdat dit "hem deed denken aan het Berlijn van na de val van de muur."

Als er een stad is die bij uitstek bekend staat om economische voorspoed gevolgd door verval, dan is dit wel het Amerikaanse Detroit. Het is daarom ook niet verwonderlijk dat juist Detroit de laatste decennia de bakermat is geweest van genres als Motown en Techno, en diverse grote artiesten heeft voortgebracht, waaronder Aretha Franklin, The Jackson 5, Madonna, Eminem en The White Stripes. Leonieke Bolderman beschrijft in haar artikel de historische ontwikkeling, en dus de voor- en tegenspoed van de stad, aan de hand van tien karakteristieke *songs*. Van 'What's going on' van Marvin Gaye tot 'Lost in America' van Alice Cooper en 'Lose Yourself' van Eminem: de stedelijke onrust en uitzichtloosheid die in bepaalde buurten heerst komt bij artiesten uit verschillende genres uitgebreid aan bod. Kan deze rijke muziekgeschiedenis van Detroit mogelijkheden bieden voor toekomstige stedelijke ontwikkeling en toerisme?

Ouderenkoor in Leeuwarden. Foto: Erik Tjallinks



Op andere plekken vindt dergelijk muziektoerisme reeds enige jaren plaats. Behalve de eerdergenoemde Beatles-tours in Liverpool, reizen fans van Michael Jackson massaal af naar Los Angeles om plekken te bezoeken die in verband staan met *The King of Pop*. Fardo Eringa beschrijft hoe de deelnemers aan deze pelgrimstochten, veelal vrouwen van middelbare leeftijd, de dood van hun idool gezamenlijk trachten te verwerken, terwijl ze op zoek gaan naar positieve energie op plekken waar Michael zich volgens hen het gelukkigst heeft gevoeld. Daarnaast trachten zij het omstreden imago van 'Wacko Jacko' op te vijzelen, en zien zij het als hun verantwoordelijkheid zijn humanitaire, activistische en filantropische levensbeschouwing in hun eigen levens voort te zetten. In tegenstelling tot hun middeleeuwse evenknieën gaat het bij deze pelgrimages dus vooral om een innerlijk proces van zelfontwikkeling met ruimtelijke implicaties.

Hoewel voor veel artiesten geldt dat zij sterk geconnecteerd zijn met een specifieke stad of regio, is er van alle wereldberoemde artiesten binnen de populaire muziek echter eentje bij uitstek het meest sociaal-geografisch, namelijk Bruce Springsteen. Robert Kloosterman beschrijft aan de hand van zijn omvangrijke oeuvre hoe *The Boss* gezien kan worden als chroniqueur van de Amerikaanse stad. Vanaf de prille jaren '70 besteedt Springsteen in zijn songteksten ruimschoots aandacht aan hoe de-industrialisering hechte gemeenschappen in steden heeft ontworcht. Gaandeweg wordt in zijn albums deze sombere tendens steeds nadrukkelijker merkbaar: waar de stad eerder nog vooral het decor was van avontuurlijke zoektochten van adolescenten, wordt ze in later werk meer en meer een plek van criminaliteit, teloorgang en uitzichtloosheid. Dit laatste komt, volgens Kloosterman, het allermeest tot uiting in het meesterwerk 'Youngstown' uit 1995. Hoewel Springsteen zich voornamelijk baseert op zijn 'eigen' New Jersey, zijn dergelijke processen uiteraard van toepassing op een hele gordel aan Amerikaanse steden die zichzelf moeten heruitvinden na het verdwijnen van veel industriële werkgelegenheid.

Het belang van aanwezige infrastructuur

Behalve de wisselwerking tussen de identiteit van locaties en artiesten, is de aanwezigheid van stedelijke infrastructuur en netwerken traditioneel van groot belang voor succesvolle en innovatieve muziekproductie. Hierbij gaat het over fysieke plekken

In veel Nederlandse dorpen brengt traditionele volksmuziek de mensen dichter bij elkaar. Foto: Dick Vos



zoals oefenruimtes, poppodia of culturele centra, maar ook over de rol van platenmaatschappijen, radiostations, tussenpersonen, talentenjagers, muziekscholen en, zoals gezegd, andere kunstenaars. De vraag is echter of dergelijke infrastructuren nog altijd even belangrijk zijn in de gemondialiseerde en gedigitaliseerde 21^{ste} eeuw. Heeft de opkomst van platforms als YouTube en Spotify populaire muziek diverser en toegankelijker gemaakt?

Marc Verboord en Amanda Brandellero geven in hun bijdrage een overzicht van hoe populaire muziek vanaf de jaren '60 op

Berlijn inspireerde David Bowie en Iggy Pop, maar ook vice versa

verschillende manieren over de wereld is verspreid, en welke factoren hierin van belang zijn. Zij tonen aan hoe verschillende landen binnen Europa, ieder met hun eigen muziekcultuur, in meer of mindere mate ontvankelijk zijn geweest voor de dominante Amerikaanse en Britse popmuziek, en waar dit vooral mee te maken heeft. Daarnaast vragen zij zich hardop af in hoeverre de rol van de grote internationale platenlabels de laatste jaren is veranderd. Zij concluderen vervolgens dat hun hegemonie alleen nog maar verder is toegenomen. Het lijkt tegenwoordig uitdagender dan ooit tevoren om als beginnend artiest de concurrentie aan te gaan.

De muziekindustrie is, met andere woorden, continu in verandering. Als gevolg van zowel de eerdergenoemde digitale ontwikkelingen, als de veranderende maatschappelijke tendensen, is livemuziek tegenwoordig de voornaamste inkomstenbron voor veel muzikanten. Volgens Martijn Mulder, Pauwke Berkers, Rick Everts, Erik Hitters en Arno van der Hoeven is de vrijetijdconsumptie van vandaag een veeleisende omnivoor die zoekt naar vernieuwing, verrassing en verwondering. Mede daarom is het aantal concertbezoeken de laatste jaren enorm toegenomen, om nog maar te zwijgen over de groei van stedelijke muziekfestivals in Nederland en België. Voor beginnende bands is het essentieel om hier strategisch mee om te gaan, en daarbij is het belang van de voornoemde stedelijke infrastructuur nog altijd onverminderd groot. In hun artikel gaan de auteurs overigens niet alleen in op het perspectief van de band of muzikant, maar ook op de gevolgen van de groeiende livemuzieksector op stad en samenleving. In hoeverre wegen de lusten op tegen de lasten?

Nicolas Dewulf beschrijft in zijn boekrecensie van *9000 Toeren* tevens hoe de Gentse muziekcene in de loop der jaren is geëvolueerd, en gaat daarbij specifiek op zoek naar het belang van plaats en locatie. Hoewel het boek geen uitgesproken stadsgeografisch karakter heeft, blijkt dat er inderdaad een aantal plekken in de stad zijn geweest die gedurende de decennia een specifieke rol hebben gespeeld in het *boosten* van de befaamde Gentse muziekcene. Ook de rol van de Gentse Feesten, in 1969 een nieuw leven ingeblazen door onder andere Walter de Buck, mag daarin niet onderschat worden.

Muziek en verbroedering

De Gentse Feesten brengen niet alleen Gentenaren samen, maar ook mensen van ver buiten de eigen stad of streek. Zelfs de soms ietwat moeizame banden tussen Vlamingen enerzijds en 'Hollanders' anderzijds lijken met de aanwezigheid van door beide groepen gewaardeerde muziek (denk aan Boudewijn de Groot, Anouk, Marco Borsato, De Jeugd van



Tegenwoordig en Gers Pardoel, of aan Eddy Wally, Lasgo, Stromae, Triggerfinger en Oscar and the Wolf, red.) warmer dan ooit.

Muziek kan bijdragen aan het gevoel van eigenwaarde van kwetsbare groepen door het creëren van een eigen identiteit, maar het kan ook groepen samenbrengen die normaliter niet zo snel met elkaar in contact zouden komen. Britt Swartjes beschrijft in haar artikel hoe de stichting MusicGenerations projecten opzet in Nederland om mensen van verschillende leeftijden en culturele achtergronden met elkaar in contact te brengen via muziek. Aan de hand van vaste repetitieavonden ontstaan er banden tussen de deelnemers die gemeenschapsgevoelens en het gevoel 'erbij te horen' tastbaar maken. Door middel van muziek komen eenzame ouderen of asielzoekers op een informele en positieve manier in contact met anderen. Volgens Swartjes zijn dergelijke projecten in staat om andere werkelijkheden te laten zien, en kunnen zij 'door vragen te stellen' tegenwicht bieden aan diverse maatschappelijke tendensen.

Muziek kan soms zelfs Nederlanders en Vlamingen met elkaar verbinden

Conclusie

Een van de overkoepelende, terugkerende thema's in dit nummer is dat muziek bij uitstek een middel kan zijn dat mensen, buurten en gemeenschappen samenbrengt. Het is een medicijn tegen eenzaamheid, individualisme en eentonigheid. Muziek is bovendien een bindmiddel dat regelmatig schaalniveaus overschrijdt. Om een beter begrip te krijgen van hoe muziek wordt geproduceerd en beleefd en wat de betekenis ervan is, is het noodzakelijk om aandacht te besteden aan de sociaal-ruimtelijke dynamieken erachter. Met dit themanummer geven we hiertoe een eerste aanzet. Hopelijk inspireert dit toekomstige studenten, promovendi

en senior onderzoekers om de komende jaren nog dieper in de muziekgeografie van de lage landen te duiken.

Literatuurselectie

- Connell, J & Gibson, C. (2003). *Sound Tracks: Popular Music, Identity and Place*. London: Routledge.
- Gibson, C. & Connell, J. (2005). *Music and Tourism: On the Road Again*. London: Routledge.
- Kloosterman, R.C. (2015) One-Hit City Wonder: Düsseldorf and Kraftwerk. *The Proto City*, 6 juli 2015.
- Kloosterman, R.C. & Brandellero (2016) "All these places have their moments": Exploring the Micro-Geography of Music Scenes: The Indica Gallery and the Chelsea Hotel. *M/C Journal*, 19(3).
- Valenta, S. (2016) Geographies of Hip Hop and Gangster Rap. *The Proto City*, 8 februari 2016.
- Watson, A. (2012) The world according to iTunes: mapping urban networks of music production. *Global Networks*, 12(4), pp. 446-466.

Jorn Koelemaj (Jorn.Koelemaj@UGent.be) is als assistent en promovendus verbonden aan de Vakgroep Geografie van de Universiteit Gent, en hoofdredacteur van AGORA. **Valerie De Craene** (Valerie.De.Craene@vub.be) is promovenda aan de afdeling Geografie en Toerisme van KU Leuven en werkt als onderzoekster op het Steunpunt Wonen van de Vrije Universiteit Brussel, Departement Geografie. **Emiel Maliepaard** (e.maliepaard1@gmail.com) werkt als onderzoeker en beleidsadviseur bij Atria: kenniscentrum voor emancipatie. **Nicolas Dewulf** (nicolasdewulf@gmail.com) is MSc. Geografie en Msc. Politieke Wetenschappen (UGent). Valerie, Emiel en Nicolas zijn als redacteur actief bij AGORA.



DETROIT

IN 10 LIEDJES

Wat hebben techno, Kid Rock, Aretha Franklin, Madonna, Marvin Gaye, Alice Cooper, The Jackson Five, Aaliyah, Eminem, Joni Mitchell, Motown en The White Stripes gemeen? Ze hebben allemaal een band met Detroit. Hoe kan één stad zoveel muziek voortbrengen, en welke rol speelt muziek in de wederopstanding van Detroit?

De dood van Aretha Franklin deze zomer bracht het nog eens duidelijk naar voren: Detroit en muziek zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. De stad was de geboorteplaats van de genres Motown en techno, en is een vruchtbare bodem voor Eminem's hip-hop. Daarom rijst de vraag: waaruit bestaat deze verbondenheid precies, en welke rol speelt de rijke muziekgeschiedenis in de huidige ontwikkeling van de stad? Een antwoord op deze vragen is het best te geven via de muziek zelf; daarom een beschrijving van Detroit in 10 liedjes.

Detroit City – Bobby Bare

*Last night I went to sleep in Detroit City
I dreamed about them cotton fields of home
I dreamed about my mother, dear old pappy, sister and brother
And I dreamed about the girl who's been waitin' for so long*

De stad Detroit werd gesticht door de Fransen in 1701, en fungeerde als blanke handelspost waar met name bont verhandeld werd. De stad beleefde haar sterkste groei in de jaren tussen 1820 en 1930, toen de populatie van de stad duizendmaal toenam. Het liedje 'Detroit City' verhaalt over de volksverhuizingen die plaatsvonden

tijdens de Great Migrations, toen mensen vanuit de zuidelijke staten van Amerika op zoek gingen naar beter werk en betere leefomstandigheden. Alhoewel het overheersende beeld bij de katoenplantages van het zuiden is dat het overwegend zwarte mensen waren die hun geluk in Detroit kwamen beproeven, is het tegendeel waar. Detroit oefende niet alleen een grote aantrekkingskracht uit op zwarte arbeidsmigranten, maar ook op witte mensen, zowel vanuit het zuiden van de Verenigde Staten als vanuit Europa. De bevolking van Detroit was hierdoor lange tijd overwegend wit: in 1950 was de verhouding 90 procent wit, 10 procent zwart.

Het centraal station van Detroit, de plek waar velen vanuit het zuiden aankwamen, is een sterk symbool van de stad. Het staat zowel voor het vroegere succes van Detroit, als voor het latere verval. Het imposante gebouw dat laat zien hoe rijk de stad ooit was, kwam immers vanaf 1988 leeg te staan en raakte daarna in verval, waarmee het een van de bekendste ruïnes van de stad werd. Afgelopen zomer werd bekend dat Ford het gebouw opgekocht heeft om er de afdeling innovatie te vestigen en een Ford campus te creëren. Wederom is het station daarmee een symbool voor de veranderende stad.

My Guy – Mary Wells

Motown is onlosmakelijk verbonden met Detroit. Vernoemd naar de bijnaam van Detroit, 'motor town', werd Motown als genre het muzikale symbool van het succes van de stad, met name in de jaren 1950 en 1960. De 'my guy' van Detroit is zonder twijfel Henry Ford. Hij was bepalend voor de industrialisatie aan het eind van de 19e eeuw door de uitvinding van de lopende band, de standaardisering van productieprocessen, en zijn idee om de positie van arbeiders te verbeteren. Hij verhoogde hiertoe het loon van 2 dollar naar 5 dollar per dag, en dat terwijl de werknemers een uur minder hoefden te werken (8 uur in plaats van 9). Voor het eerst realiseerde men zich dat fabrieksarbeiders ook een afzetmarkt vormden voor de auto's die ze zelf produceerden. Het succes van Detroit zette door met de Tweede Wereldoorlog, waarin Detroit het 'arsenaal van de democratie' produceerde. Hier waren veel fabrieksarbeiders voor nodig, en er werd veel geld mee verdiend. De auto-industrie en de oorlogsindustrie zorgden voor een enorme rijkdom in de sterk gegroeide stad, die tegen 1950 bijna 2 miljoen inwoners telde.

Motown ontwikkelde zich in deze context. Berry Gordy, de oprichter, startte Motown in 1959 met geld uit zijn familie-investeringsfonds - een lening van een paar honderd dollar. Het was niet gek voor een zwarte familie om een investeringsfonds te hebben, want door de goede arbeidsomstandigheden in de Ford fabrieken had de zwarte middenklasse het goed voor elkaar in Detroit. Gordy produceerde platen geïnspireerd op de lopende band van Ford. Zijn ideaalbeeld was dat je als talent binnenkwam, vervolgens geleerd werd hoe je te gedragen en kleden, waarna je aan de slag ging met een vast team aan schrijvers en producers. Het muzikale materiaal werd vervolgens ingespeeld door een vaste huisband, waarna het product, je plaat, werd gecontroleerd door een heuse kwaliteitsafdeling. Dit betekende dat het gehele kantoor van Motown bij elkaar kwam in de studio, en naar de muziek luisterde. Was men bereid te betalen voor de muziek in plaats van voor de lunch, dan was het nummer goed genoeg om uitgebracht te worden onder het Motown label en ging de marketingafdeling ermee aan de slag. De verbondenheid tussen Motown en de auto-industrie ging verder dan alleen het productieproces: de producers maakten muziek die bij uitstek goed tot haar recht kwam via de autoradio.

Motown groeide uit tot een wereldwijd succes met artiesten als the Supremes en Diana Ross, Stevie Wonder, Marvin Gaye, en The Jackson 5. Het was een vroeg voorbeeld van zwarte muziek die ook bij een wit publiek aansloeg en een cross-over werd met de mainstream pop van dat moment. Om de aantrekkingskracht voor een breed publiek te behouden, was de Motown muziek generiek in tekst en hadden de artiesten een netjes opgepoetst uiterlijk. Politieke boodschappen werden buiten de muziek gehouden; men zong vooral over de liefde en het leven. De toenemende spanningen in de stad zouden daar echter verandering in brengen.

What's going on – Marvin Gaye

Een van de grootste hits van Motown is het nummer en het bijbehorende album *What's Going On* van Marvin Gaye. Het is het eerste politiek uitgesproken werk van Gaye en van Motown, en werd geïnspireerd door de oorlog in Vietnam. Gaye ageerde tegen de ongelijkheid in de Verenigde Staten. Het nummer is zeker relevant als we kijken naar de stad. Vanaf de jaren 50 begon de industrie zich te vestigen in de randgemeenten van Detroit. De witte inwoners, die vaker hogere posities in de fabrieken bekleedden, konden deze werkgelegenheid volgen. De zwarte middenklasse kon dat niet, aangezien ze over het algemeen minder verdienden, maar bovenal niet welkom waren in de witte wijken en gemeenten.

In 1967 kwam de sociale onrust tot een uitbarsting. De (witte) politie viel een illegaal nachtcafé (een 'blind pig') binnen in een zwarte wijk waar mensen de terugkeer van veteranen uit Vietnam aan het vieren waren. Er ontstond een groot protest, dat zich al snel uitbreidde over de stad. De nationale garde moest eraan te pas komen om het protest uiteen te slaan: 42 mensen kwamen

om, 1200 raakten gewond, en 2000 gebouwen werden verwoest. De rellen zetten de rassenverhoudingen op scherp, en versterkten de 'white flight' – de vlucht van de witte middenklasse naar de buitenwijken. En passant betekende het ook het voorlopig einde van de ontwikkeling van de Detroit blues, aangezien muzikanten veelal speelden in de 'blind pigs'.

De leegloop van de stad was enorm. Van 2 miljoen inwoners in 1950 nam het inwonertal van de stad Detroit af tot 951.000 in 2010. Deze afname zette zich alleen maar voort: in 2017 telde de stad slechts 673.000 inwoners; iets meer dan de stad Rotterdam. De mensen verdwenen niet zomaar in het niets: het inwoneraantal van de randgemeenten nam navenant toe. Ondanks het einde van het zogenaamde 'redlining', dat ervoor gezorgd had dat zwarte mensen moeilijker konden verhuizen naar aantrekkelijke, witte buurten, is de metropool regio Detroit (de stad Detroit en de randgemeenten, vaak aangeduid met 'Metro Detroit') nog steeds een van de meest gesegregeerde gebieden in de Verenigde Staten.

Material girl - Madonna

De tragiek van de stad Detroit is precies deze grote tegenstelling tussen de randgemeenten en de stad, en het liedje Material Girl van Madonna symboliseert dat heel mooi. Madonna werd geboren in Bay City, Michigan, en groeide op in Rochester Hills, een van de randgemeenten van Detroit. Ze studeerde dans aan de University of Michigan Ann Arbor, één van de beste universiteiten van de Verenigde Staten op ongeveer een uur rijden van de stad Detroit.

Terwijl Detroit wijken omvat die aanzienlijk onder de armoedegrens liggen, zijn enkele van de rijkste postcodegebieden van Amerika te vinden in Metro Detroit - in de regio dus. Het verhuisproces naar deze rijke, overwegend witte randgemeenten gaat nog steeds door, en wordt door geograaf George Galster de 'housing disassembly line' van Detroit genoemd: inwoners bouwen nieuwe huizen in de randgemeenten, en laten zo letterlijk de huizen en problemen in de stad achter. Er komen geen nieuwe stadsbewoners voor hen in de plaats, en zo groeit het aantal leegstaande panden in de stadswijken. Hiermee nemen de problemen voor de stad alleen maar toe, want de stad verliest met de inwoners ook de belastinginkomsten, terwijl de criminaliteit en sociale problemen erger worden.

Waar andere grote Amerikaanse steden simpelweg hun grondgebied uitgebreid hebben, en daarmee belastinginkomsten konden opstrijken uit de buitenwijken, kon Detroit haar stadsgrenzen niet verleggen door politieke beslissingen op het niveau van de staat Michigan. Hierdoor kon en kan de stad nog steeds niet profiteren van de enorme rijkdom die eigenlijk binnen handbereik ligt. Deze 'housing disassembly line' is een van de oorzaken waardoor de stad in 2013 failliet is gegaan, als grootste Amerikaanse gemeente ooit.

Lose Yourself – Eminem

De film '8 Mile' met rapper Eminem geeft een inkijkje in het harde leven in de arme wijken van Detroit. *8 Mile Road* is een symbolische grens voor het personage van Eminem in de film, terwijl hij als witte lopende-band-medewerker in een autofabriek probeert door te breken als rapper in een overwegend zwart muziekgenre.

Waar 8 Mile een symbolische grens is in de film, is het in werkelijkheid zowel een symbolische als een daadwerkelijke grens tussen verschillende werelden. 8 Mile Road is de noordelijke stadsgrens van de gemeente Detroit, en vormt een etnische grens tussen de arme, zwarte stadswijken en de rijke, overwegend witte buitenwijken. Waar de stad Detroit in de jaren '50 voor 90 procent wit was en 10 procent zwart, is de verhouding in de stad nu precies andersom: 90 procent van de inwoners is zwart, 10 procent wit.

No UFO's – Model 500

Het muzikale erfgoed van Motown en de context van de auto-industrie zijn de voedingsbodem geweest voor een tweede muziekgenre dat zich ontwikkelde in Detroit: techno. De pioniers van techno staan bekend als The Belleville Three: Juan Atkins (model

500, Metroplex), Derrick May (Transmat) en Kevin Saunderson (KMS). Belleville, een gemeente in de buurt van het grootste vliegveld van Detroit, Detroit Metropolitan Wayne County Airport, was in de jaren '80 een middenklasse zwarte wijk, relatief welvarend door de werkgelegenheid die de auto-industrie had geboden.

De naam 'techno' is een verwijzing naar Alvin Toffler's *'techno rebels'*: mensen die zich niet laten afschrikken door nieuwe technologie. De jongeren die techno maakten hadden een positieve houding ten opzichte van nieuwe technologie, ondanks de precaire positie van Metro Detroit ten tijde van de post-industrialisatie. Er was wel genoeg geld in de buitenwijken om goedkope Japanse apparatuur te kopen waarmee zelf muziek opgenomen en gemixt kon worden; er was dus geen dure opnamestudio meer nodig. In

In de rest van de Verenigde Staten was techno totaal onbekend

de stad Detroit waren ook mankracht en knowhow aanwezig qua producers en radio-dj's die ooit voor Motown hadden gewerkt. Op deze vruchtbare bodem kon techno zich ontwikkelen.

De techno dj's richtten eigen platenlabels op, en waren in die zin net zo ondernemend als Berry Gordy tientallen jaren eerder. Qua stijl was techno een combinatie van funk, wat voortkwam uit de combinatie van Motown, blues en jazz, en elektronische muziek uit Duitsland zoals Kraftwerk, gedraaid op de radio door een bekende dj uit Detroit. De band met Europa zorgde voor een rare situatie: techno werd erkend en beroemd in Europa (en de kleine techno scene in Detroit), maar was totaal onbekend in de rest van de Verenigde Staten. In Europa traden de zwarte grondleggers op voor een publiek van overwegend witte mensen, terwijl in de Verenigde Staten in de jaren '90 een groeiend wit publiek denkt dat techno uit Europa komt en wit is.

De plek aan Gratiot Street waar de platenlabels zich vestigden, staat bekend als de technoboulevard en ligt vlakbij Eastern Market. Dit is de plaats waar de inwoners van Detroit hun verse groenten halen. Dat is hard nodig in een stad waar het soms lang zoeken is naar een supermarkt – Detroit is een food desert, een gebied met overwegend lage inkomens waar je moeilijk aan verse en voedzame voedingsmiddelen kunt komen. De grote supermarkten hebben namelijk tijdens de aftakeling van de stad net als de rijkere inwoners hun heil in de buitenwijken gezocht. Tegenwoordig is Eastern Market een attractie voor dagjesmensen uit de rijke buitenwijken en voor toeristen. Je ziet er met name op zaterdagen hipsters met knotjes en baarden, en er lopen *'soccermoms'* rond met hun gezin.

Sing a song of song – Kenny Garrett

Hoewel de stad bekender is vanwege de link met Motown en techno, heeft ook jazz een stevige basis in Detroit. Baker's Keyboard Lounge, geopend in 1934, claimt zelfs de oudste jazz club ter wereld te zijn – ook al opende Green Mill in Chicago in 1907. Tegenwoordig heeft Detroit het succesvolle Detroit Jazz Festival, dat zichzelf promoot als 's werelds grootste gratis jazz festival. Het festival wordt gesponsord door Quicken Loans, het bedrijf van de rijke Detroitse zakenman Dan Gilbert.

Gilbert is een grote speler als het aankomt op de herinrichting van het centrum van de stad: vrijwel alle gebouwen zijn in zijn eigendom, en hij heeft ervoor gezorgd dat er weer wat bedrijvigheid en leven in het stadscentrum teruggekeerd is. Door het sponsoren van grote

festivals en evenementen probeert Gilbert het centrum aantrekkelijk te maken voor zowel bezoekers uit de buitenwijken als voor toeristen. De ontwikkelingsstrategie is gericht op entertainment, sport en muziek, onder andere geënt op de theorieën en het advies van Richard Florida. Florida gaat uit van het idee dat een stad met aantrekkelijke voorzieningen een creatief en potentieel welvarend publiek aantrekt, alhoewel kritische vragen bij deze theorie gesteld kunnen worden. Detroit is hierdoor momenteel de enige grote Amerikaanse stad waar alle grote sportstadions in het centrum te vinden zijn.

De opknappbeurt beperkt zich niet tot het centrum. Onderdeel van het masterplan was ook om de grote toegangswegen en het vliegveld aan te pakken. Op deze manier kun je tot in het centrum van de stad komen zonder het andere gezicht van de stad te hoeven zien, het gezicht waar Detroit de afgelopen jaren beroemd en berucht om is geworden: de ruïnes van de vroegere rijkdom.

Lost in America – Alice Cooper

*I can't get a girl / 'Cause I ain't got a car
I can't get a car / 'Cause I ain't got a job
I can't get a job / 'Cause I ain't got a car
So I'm looking for a girl with a job and a car*

Het is welhaast onvoorstelbaar, maar de muzikale erfenis van Detroit behelst nóg een bekend muziekgenre: rock. De stad bracht een aantal bekende rockers voort, zoals Alice Cooper die in Detroit werd geboren. Zoals de titel van dit liedje aangeeft: op sommige plekken binnen de stadsgrenzen is Detroit de weg volledig kwijt – *Lost in America*. Door de afnemende inwoneraantallen en het gebrek aan belastinginkomsten is er een situatie ontstaan waarin delen van de stad aan het verkrotten zijn. Dit betekent niet dat deze gebieden volledig verlaten zijn: er wonen nog steeds mensen, maar ze wonen in zeer slechte omstandigheden, waar ze ook nog eens weinig tot niets aan kunnen veranderen. Deze situatie is des te schrijnender als je bedenkt dat op niet meer dan een half uurtje rijden de rijkste mensen van Amerika wonen.

Inwoners noemen de stad daarom de *'Doughnut of Despair'*: het stadscentrum is weer in opkomst (het gat van de doughnut), daaromheen ligt een ring wijken waarmee het heel slecht gaat (de doughnut zelf – ook een verwijzing naar het gebrek aan voedszaam eten in deze wijken), en daarna kom je terecht in de welvarende buitenwijken. De situatie van Detroit is dus, zoals geograaf Brian Doucet al eerder opmerkte, alleen te begrijpen in de regionale context van het gebied.

Seven Nation Army – The White Stripes

The White Stripes zijn afkomstig uit Detroit, en Jack White noemt zijn muziek dan ook blues punk, een verwijzing naar de invloed die de lokale blues op zijn muzikale ontwikkeling heeft gehad. De titel van dit liedje, *Seven Nation Army*, is een verbastering van *'Salvation Army'*, het Leger des Heils. Heilsoldaten kwamen bij de familie White aan de deur toen Jack jong was, maar hij kon de naam niet goed uitspreken en maakte er *Seven Nation Army* van.

Er zijn ontzettend veel initiatieven in Detroit om de stad leefbaar te maken of te houden. In lijn met wat veel gebruikelijker is in Amerika dan in Europa, gebeurt dat op privé-initiatief. Dan Gilbert is hier een voorbeeld van, maar er zijn ook veel not-for-profit organisaties actief om de wijken tussen het stadscentrum (Downtown), en 8 Mile leefbaarder te maken. Het gevecht van Detroit tegen het verval is gaande, en een centrale vraag daarbij is: voor wie wordt de stad beter gemaakt? Is dat voor de oorspronkelijke bewoners van de oude stadswijken, of voor de hipsters en young professionals die het stadscentrum ondertussen ook aantrekt?

H.O.M.E.S. - Mic Write

Die laatste vraag is precies waar lokale artiest Mic Write een nummer over schreef: je kunt wel ambiëren om de ruïnes op te

ruimen en een nieuwe stad neer te zetten, maar die plekken hebben een geschiedenis en hebben betekenis voor de mensen die er wel degelijk wonen en hun dagen doorbrengen – in tegenstelling tot de leegte die je op de zogenaamde 'ruin porn' ziet, de foto's die genomen worden door toeristen die vaak zonder toestemming ruïnes en verlaten gebouwen verkennen.

Bonus track: Put Your Hands Up for Detroit – Fedde Le Grand

De vraag is nu wat de toekomst gaat brengen voor de stad en haar inwoners, en welke rol het muzikale erfgoed in deze toekomst kan spelen. Een rijke muziekgeschiedenis kan mogelijkheden bieden voor stedelijke ontwikkeling, met zowel sociale als economische gevolgen. De bekendste voorbeelden van muzieksteden die goed boeren op de lokale muziekgeschiedenis zijn Memphis (Graceland, Beale Street) en Liverpool (The Beatles). De lokale toerismebureaus becijferen de bezoekersaantallen in de miljoenen, en de bijdrage aan de lokale economie in de miljarden. De vraag blijft echter in hoeverre de impact van muziektoerisme daadwerkelijk te meten is, en welke groepen mensen profiteren van de opbrengsten.

Ondertussen wordt er in Downtown Detroit volop ingezet op het aantrekken van publiek door middel van grote evenementen op het gebied van sport en muziek. Festivals zoals Detroit Jazz en het jaarlijkse Movement festival – het grootste techno festival in

Detroit kan niet profiteren van de enorme rijkdom die eigenlijk binnen handbereik ligt

Amerika – trekken inderdaad een aanzienlijk publiek aan van ver buiten de stad. Ook het Chene Park amfitheater aan het water, waar het afscheidconcert van Aretha Franklin plaatsvond, zorgt voor grote groepen bezoekers. In 2019 zal dit theater als eerbetoon omgedoopt worden tot Aretha Franklin Park.

Criticasters wijzen er echter op dat deze plekken en evenementen vooral een rijk, jong en overwegend wit publiek aantrekken. Gestructureerd onderzoek naar deze ontwikkelingen is nog niet gedaan. Anekdotische informatie en incidentele observaties en cijfers bevestigen de kritiek ten dele. Het Movement festival is bijvoorbeeld overwegend wit, maar Detroit Jazz laat een meer divers beeld zien.

Een belemmering voor succesvol muziektoerisme in Detroit is de financiering en structurele ondersteuning. In 2016 kondigde het Motown Museum bijvoorbeeld een grote uitbreiding aan, met als expliciet doel om de buurt te laten profiteren van extra werkgelegenheid en hogere uitgaven van rijke toeristen. Vooralsnog lijkt er echter weinig terecht te komen van de uitbreiding, omdat het werk pas kan beginnen als de benodigde 50 miljoen dollar aan privaat geld bij elkaar gebracht is. Een moeilijke opgave in een stad die nog bijkomt van het recente faillissement, waarbij eerst het 'Detroit Institute of the Arts' gered is door rijke private fondsen uit de randgemeenten. De deal waarmee de collectie van het kunstmuseum geruild is tegen de pensioenen van de gemeenteambtenaren is bekend komen te staan als de 'Grand Bargain'. Eenzelfde steun voor het Motown Museum mobiliseren, lijkt op dit moment nog een brug te ver. De toekomst zal uitwijzen welke richting de stad inslaat, welke rol muziek daarbij zal kunnen spelen, en vooral: voor wie?



Detroit wordt gezien als de bakermat van de technomuziek, en nog altijd zijn er vele platenlabels uit dat genre in de stad gevestigd.

Foto: MacQ (Flickr)

Literatuurselectie

- Doucet, B. (2017). *Why Detroit Matters. Decline, Renewal and Hope in a Divided City*. Bristol: Policy Press.
- Fraser, E. (2017). *Unbecoming place: urban imaginaries in transition in Detroit*. *Cultural Geographies* 00, nr. 0, pp. 1-18.
- Galster, G. (2012). *Driving Detroit: The Quest for Respect in the Motor City*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Leonieke Bolderman (S.l.bolderman@rug.nl) is universitair docent Culturele Geografie aan de faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen. In 2018 promoveerde ze op een proefschrift over muziektoerisme. Momenteel woont ze part time in Detroit, USA.



DICHTERBIJ

MICHAEL JACKSON

Ieder jaar reizen Michael Jacksonfans af naar Los Angeles om daar in de voetsporen van Jackson te treden. Dit fenomeen wordt 'Michaeling' genoemd. Veel van hen beschrijven deze reis als 'pelgrimage' en zichzelf als 'pelgrim'. Wat motiveert deze fans om de plekken te bezoeken die hen met Jackson verbinden?

In 2015 kwam het boekje *Travelling with a King* uit; een soort Lonely Planet voor de Michael Jackson fan. De reisgids beschrijft plekken over de hele wereld die op een of andere wijze gelinkt zijn aan *the King of Pop* – variërend van studio's tot Jacksons favoriete restaurants. De belangrijkste plekken bevinden zich in en rondom Los Angeles: Neverland (het huis waar Jackson heeft gewoond), Jacksons graf in Forest Lawn en zijn *Star of Fame* op Hollywood Boulevard. Neverland is voor velen de intiemste Michael-plek omdat Jackson dit landgoed zelf had vormgegeven. De fans menen dat Jackson zich hier het gelukkigst heeft gevoeld en zij geloven daarom dat op deze plek Jacksons positieve energie het meest voelbaar is. Forest Lawn is een belangrijke plek omdat daar Jacksons lichaam ligt: dichterbij de popster kun je niet komen.

Ter plaatse gaan de meeste fans hun eigen gang. Het belangrijkste is er simpelweg 'zijn' en de rust ervaren die inherent is aan de plekken. Tegelijkertijd benoemen de fans de behoefte om andere fans te ontmoeten om samen Jackson te herdenken. Een belangrijke gelegenheid hiervoor is Jacksons sterfdag op 25 juni: dan verzamelen de fans voor het mausoleum waar de popster wordt bewaard. Om 14:26 – het exacte tijdstip van Jacksons dood – houden de fans elkaars hand vast in een grote cirkel en staan gezamenlijk stil bij het verlies van hun idool.

De meeste fans reizen tijdens 'Michael-week': de week voorafgaand aan Jacksons sterfdag (25 juni 2009) waarin allerlei activiteiten worden georganiseerd ter ere van de popster. In dit artikel bespreek ik de ervaringen van 15 vrouwen van middelbare

leeftijd die op latere leeftijd bewust hebben gekozen voor Michael Jackson als inspiratiebron voor hun leven. Het reizen naar, en ervaren van Michael-plaatsen is voor deze groep fans een essentieel onderdeel van hun identiteit en zingeving – die gericht is op het verinnerlijken van Jacksons boodschap van liefde, eenheid en sociaal activisme. Hoewel fans van alle leeftijden – zowel man als vrouw – 'Michael-week' bezoeken, zijn de vrouwen in mijn studie onderdeel van een gezelschap van fans dat elkaar regelmatig treft tijdens 'Michael-week', waarin vrouwen van middelbare leeftijd de meerderheid vormen.

Een plotseling overlijden

Jacksons onverwachte overlijden ontketende een groot verdriet in de wereld. Jackson stond aan de vooravond van zijn *Come Back Tour 'This is It'*. Drie weken voor de aftrap van de tour overleed Jackson aan een hartstilstand naar aanleiding van een overdosis propofol. Fans waren gechoqueerd: iedere fan weet nog precies waar hij of zij was toen in het nieuws kwam dat Jackson was gestorven. Jacksons dood werd een media evenement: dagenlang was de popster één van de belangrijkste onderwerpen in de media. Zijn publieke begrafenis werd in Amerika live uitgezonden op 18 zenders die in totaal 31 miljoen kijkers trokken. Jacksons dood is een keerpunt in het leven van de fans in mijn studie omdat het hen transformeerde van 'fan' tot 'activist'. Velen spreken van een leven 'voor' en een leven 'na' de gebeurtenis. Een opvallend patroon binnen de fan-verhalen is dat de vrouwen over het algemeen weinig

geïnteresseerd waren in Jacksons humanitaire kant voor zijn dood, noch in het zelf steunen van goede doelen. Jacksons overlijden ontketende een besef bij de fans van wat Jackson had betekend voor de wereld. Tegelijkertijd startte het een reflectie op de eigen sterfelijkheid en de zin van het leven. De vrouwen realiseerden zich dat ze niet genoeg hadden gedaan om zelf de wereld te verbeteren. De fans voelen zich geestelijk verbonden met Jackson maar distantiëren zich van religie; liever zien zij zichzelf als 'spiritueel'. De vrouwen zijn gericht op zelfontwikkeling in het hier-en-nu en gebruiken het leven en de kunst van Jackson als inspiratie voor hun individuele groeiprocessen. Binnen deze leefwijze is het bezoeken van specifieke plaatsen, ofwel 'Michaeling', een manier om letterlijk en figuurlijk dichtbij Jackson te komen. De vrouwen besteden hun 'Michaeling'-tijd het liefst met gesprekken over hun interpretatie van Jackson en hoe deze hun leven beïnvloedt. Zij analyseren bijvoorbeeld Jacksons aandacht voor de natuur en dierenwelzijn en onderzoeken hoe zij dit kunnen toepassen in hun eigen leven. De interpretatie van Jackson als gids voor een moreel goed leven vormt een schril contrast met het imago van 'Wacko Jacko' dat gecreëerd werd door de pers naar aanleiding van Jacksons excentrieke leefstijl. Dat Jacksons 'missie' in zijn leven niet werd erkend, motiveert veel fans om zijn naam postuum te zuiveren. 'Michaeling' is een manier om Jackson publiekelijk te eren en buitenstaanders te laten zien dat Jackson een goed persoon was die de wereld een stukje beter probeerde te maken. De vrouwen in mijn onderzoek gaan nog een stapje verder en zien het ook als hun verantwoordelijkheid om Jacksons humanitaire nalatenschap voort te zetten nu hij er niet meer is.

'Michaeling' geeft een impuls aan de leefwijze van de vrouwen en vervult hen met inspiratie

Motivatie voor 'Michaeling'

De onverwachte openbaring die Jacksons dood betekende, zette de wereld van de vrouwen op hun kop. Ze waren dusdanig overweldigd door verdriet dat velen van hen de weken na deze gebeurtenis beschrijven als een periode van intensieve rouw. De fans stuiten vaak op onbegrip in hun omgeving: familie en vrienden begrepen het grote verdriet niet voor iemand die de vrouwen nog nooit hadden ontmoet. Het internet bood uitkomst als veilige plek waar de fans gelijkgestemden vonden en hun gevoelens konden delen. Maar de vrouwen beschrijven een behoefte naar meer. Ze verlangden ernaar om hun medefans persoonlijk te ontmoeten om fysiek samen te kunnen zijn op de voor hen zo betekenisvolle plekken en om hun verdriet te kunnen delen. Ook gaf het bezoeken van de Michael-plekken de vrouwen de mogelijkheid om afscheid te nemen van Jackson en hem persoonlijk te bedanken voor hun nieuw verworven inzichten en voor alles wat hij gedaan had voor de wereld met zijn leven en kunst.

Het bezoeken van Michael-plekken begon dus voor velen als rouwverwerking en dit geldt ook voor de fans die centraal staan in dit artikel. 'Michaeling' bleek echter niet een eenmalige reis: door de jaren heen ontwikkelde de reis zich tot een manier voor fans om Jacksons nalatenschap te vieren en elkaar te treffen. De vrouwen in mijn studie gebruiken 'Michaeling' tegenwoordig als ritueel om contact te maken met Jackson en zijn boodschap. Zij beschrijven de Michael-plekken als 'magisch': het zijn plaatsen waar zij Jacksons energie voelen en ervaren. Het reizen naar 'magische' plekken doet

denken aan het eeuwenoude ritueel van pelgrimage. Veel vrouwen in mijn studie noemen hun 'Michaeling'-reis ook een pelgrimage en refereren aan zichzelf als 'pelgrim'. Hun wens om zo dicht mogelijk bij Jackson te komen, komt overeen met aloude motivaties van pelgrims om in contact te komen met de geest van een overleden heilige. Van oudsher is binnen pelgrimage het idee van plaats ook belangrijk: in de middeleeuwen bezochten Christelijke pelgrims het graf van een heilige in de hoop op een wonder of om de heilige om een gunst te vragen – waarbij de pelgrim meestal vroeg om fysieke heling.

De fans zijn niet op zoek naar fysieke heling. Zij zijn gericht op een innerlijk vooruitkomen. De fans menen dat Jackson – misschien zelfs door God gezonden – op de wereld is gekomen om deze te genezen. De vrouwen zien Jackson niet als een nieuwe Jezus of een heilige, maar als een boodschapper. Voor de fans functioneert de moraal die zij hem toedichten als inspiratie voor hun eigen handelen. Om beter te begrijpen wat zij zien als Jacksons boodschap is het belangrijk om een moment stil te staan bij het effect van Jacksons muziek.

Jackson als belichaming van liefde

De vrouwen beschouwen Jackson als ongeëvenaard artiest, maar zien hem met name als succesvol filantroop. In zijn leven doneerde Jackson meer dan 300 miljoen aan goede doelen, waarbij hij met name aandacht vroeg voor het welzijn van milieu, dieren en kinderen. In Jackson vinden de fans een concreet voorbeeld voor hoe ze de wereld moeten begrijpen. De vrouwen putten hoop uit Jacksons leven: in een wereld waar haat en onrecht soms de stap tot actie blokkeren, toonde Jackson hoe je ook in tegenspoed moet vechten voor verandering. In de ogen van de vrouwen gebruikte Jackson zijn muziek als medium om zijn boodschap van liefde en sociaal activisme te verkondigen om zo de wereld te verbeteren ('Heal the World'). Pelgrim Claudia (Duitsland, 50+) zegt hierover: "Heal the World, 'We are the World', of 'Man in the Mirror', dat zijn niet alleen nummers. Daar zit echt een belangrijke boodschap in voor ons. Om dat te doen en om de wereld te veranderen en te verbeteren." Het luisteren naar Jacksons muziek brengt de vrouwen dichtbij Jackson en motiveert hen om goed te doen. Pelgrim Susan (Canada, 45+) beschrijft bijvoorbeeld hoe zij door Jacksons muziek meer open staat voor anderen om haar heen omdat ze meer liefde voelt.

Door bewust te concentreren op de ethische thema's in Jacksons liedjes verbinden de vrouwen zich met Jacksons activisme. Zo heeft Jackson pelgrim Nikki (Verenigde Staten, 50+) geïnspireerd om zich in te zetten voor dierenwelzijn; ze is veganist geworden en doet vrijwilligerswerk bij een dierenasiel. Het dagelijks luisteren naar Jacksons muziek werkt voor de fans als een tastbaar geheugensteuntje: het zorgt voor het internaliseren van Jacksons boodschap en activeert de ontwikkeling van een moreel bewustzijn. Jacksons muziek is met name thuis een belangrijk medium, wanneer de fans fysiek weer van Jackson verwijderd zijn en de muziek nodig hebben om dichtbij hem te komen. Hoewel de muziek van Jackson ook als een rode draad door 'Michaeling' loopt – Jacksons muziek schalt uit alle auto's van de fans – vindt de echte introspectie en connectie op Michael-plekken plaats in stilte.

Fan-activisme en 'Michaeling'

De fans zien het als onderdeel van hun pelgrimsmissie om Jacksons boodschap te verkondigen en te verspreiden. Nu Jackson er zelf niet meer is, is het aan de fans om de wereld te verbeteren. 'Michaeling' geeft een impuls aan de leefwijze van de vrouwen omdat het hen verbindt met Jackson en vervult met inspiratie. 'Michaeling' vormt een periode waarin de fans hun volledige aandacht kunnen schenken aan het herdenken van hun grote voorbeeld op plekken waar hij zelf is geweest. De reis zet aan tot een innerlijke transformatie omdat ze leidt tot een versterking van het verbond tussen de fan en Jackson. Met hernieuwde energie komen de fans weer thuis met

de motivatie om vanuit Jacksons boodschap van liefde en eenheid verder te leven. Ieder doet dit op haar eigen manier – bijvoorbeeld door een boek te schrijven over Jacksons morele boodschap of door zich in te zetten voor Greenpeace. De vrouwen proberen om in hun dagelijks leven een goede afspiegeling van Jackson te zijn. Ze steunen en initiëren bijvoorbeeld goede doelen die verbonden zijn aan Jacksons humanitaire erfgoed. ‘Michaeling’ is voor hen een manier om bewustzijn te creëren voor Jacksons leven; het is een eerbetoon aan Jacksons boodschap.

De fans worden niet alleen in hun leefwijze gesterkt door de persoonlijke connectie met Jacksons energie die zij op een Michael-plek ervaren. Hun overtuiging wordt ook bevestigd omdat zij tijdens ‘Michaeling’ gelijkgestemden ontmoeten. Het delen van ervaringen bekrachtigt het onderlinge broederschap en de gezamenlijke missie om Jacksons naam te zuiveren en om zijn humanitaire nalatenschap voort te zetten. De vrouwen zijn onderdeel van een hechte online community – veel fans spreken over elkaar in termen van familie – waar zij vrijuit kunnen praten over hun interpretatie van Jackson. ‘Michaeling’ geeft hen de kans om elkaar in een offline omgeving te ontmoeten. Deze fysieke ontmoeting sterkt de onderlinge band. De fans zijn allemaal naar Michael-plekken gereisd met dezelfde motivatie: om hun liefde en bewondering voor Jackson te uiten en Jackson niet te doen vergeten. Samen bespreken de fans elkaars morele zelfontwikkeling en hoe ze een bijdrage kunnen leveren aan een betere wereld. De vrouwen stimuleren elkaar dus om goed te doen. Of, zoals Susan het beschreef, na een ‘Michaeling’-reis gaat iedereen naar huis *“with work to do”*.

Een moeilijk afscheid

Waar ‘Michaeling’ in de eerste jaren met name een manier was om te accepteren dat Jackson er niet meer was, speelt het idee van afscheid tegenwoordig alleen nog een rol aan het einde van de pelgrimage wanneer de vrouwen de Michael-plekken weer verlaten. De fans hebben vaak moeite met dit afscheid en vinden het lastig om weer terug naar huis te gaan. Een periode waarin ze zich vrijuit konden overgeven aan Jackson moet weer worden ingeruild voor het ‘echte leven’. Maar iedereen vertrekt met nieuwe inzichten en een hernieuwd verbond met Jackson en de opgedane inspiratie van de ‘Michaeling-reis’ kan na thuiskomst geïmplementeerd worden in het eigen dagelijks leven. De vrouwen zeggen dat ze zich ‘anders’ voelen na een ‘Michaeling’-reis. Ze voelen zich spiritueel weer verbonden. Wat de fans mee naar huis nemen verschilt per fan per pelgrimage omdat de fans ieder jaar zijn veranderd. Ieder jaar

Het bezoeken van Michael-plekken begon voor velen als rouwverwerking

zijn er andere behoeften die stroken met de dingen die de fan dat jaar bezig houden en daarmee andere inzichten en verrijkingen die gevonden worden in de ‘Michaeling’-reis. Waar de middeleeuwse pelgrim vaak verzocht om fysieke heling, gaat het bij de vrouwen in mijn studie om een innerlijk proces van zelfontwikkeling. Op de Michael-plekken ervaren de fans innerlijke rust en creëren ze de ruimte om bewust stil te staan bij hoe ze in het leven staan, wie ze willen zijn en hoe ze kunnen groeien.

De bezoeken werken concreet door in het dagelijks leven van de fans; het gaat om zowel alledaagse, praktische inzichten over bijvoorbeeld werk, pensioen, of de relatie met man en kinderen als om een reflectie op de morele vraag hoe in het algemeen te leven in liefde, openheid en met aandacht voor het verbeteren van de wereld.



Ontmoetingsplaats voor Michael fan
Foto: Fardo Eringa.

Deze reflectie heeft maatschappelijke gevolgen: de vrouwen zetten zich in door geld te doneren aan goede doelen die Jackson nauw aan het hart lagen. Zo zamelen fans op dit moment geld in voor de brandschade in California. Ondanks dat het soms zwaar valt om de Michael-plekken te verlaten, troosten de fans zich met de gedachte dat het geen afscheid is maar een tot ziens. Of zoals fan Violet (Nederland, 47) zegt: *“wat is mooier dan om weg te gaan en te denken ‘misschien kom ik nog wel een keer terug?’”* Teruggaan doen de fans zeker; bij thuiskomst begint alweer de voorpret voor de volgende reis. En in de tussentijd is er de muziek om dichterbij Jackson te komen.

Literatuurselectie

- Lynch, G. (2006). The Role of Popular Music in the Construction of Alternative Spiritual Identities and Ideologies, *Journal for the Scientific Study of Religion* 45, nr. 4, pp. 481-488.
- Margry, P. J. (2008). The Pilgrimage to Jim Morrison's Grave at Père Lachaise Cemetery: The Social Construction of Sacred Space. In: P. J. Margry (Ed.) *Shrines and Pilgrimage in the Modern World: New Itineraries into the Sacred*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Reader, I. (2007). Pilgrimage growth in the modern world: Meanings and implications, *Religion* 37, nr. 3, pp. 210-229.

Fardo Eringa (f.eringa@rug.nl) is promovendus aan de faculteit Godgeleerdheid en Godsdienstwetenschap van de Rijksuniversiteit Groningen. Fardo promoveert op het onderwerp ‘Michaeling’.

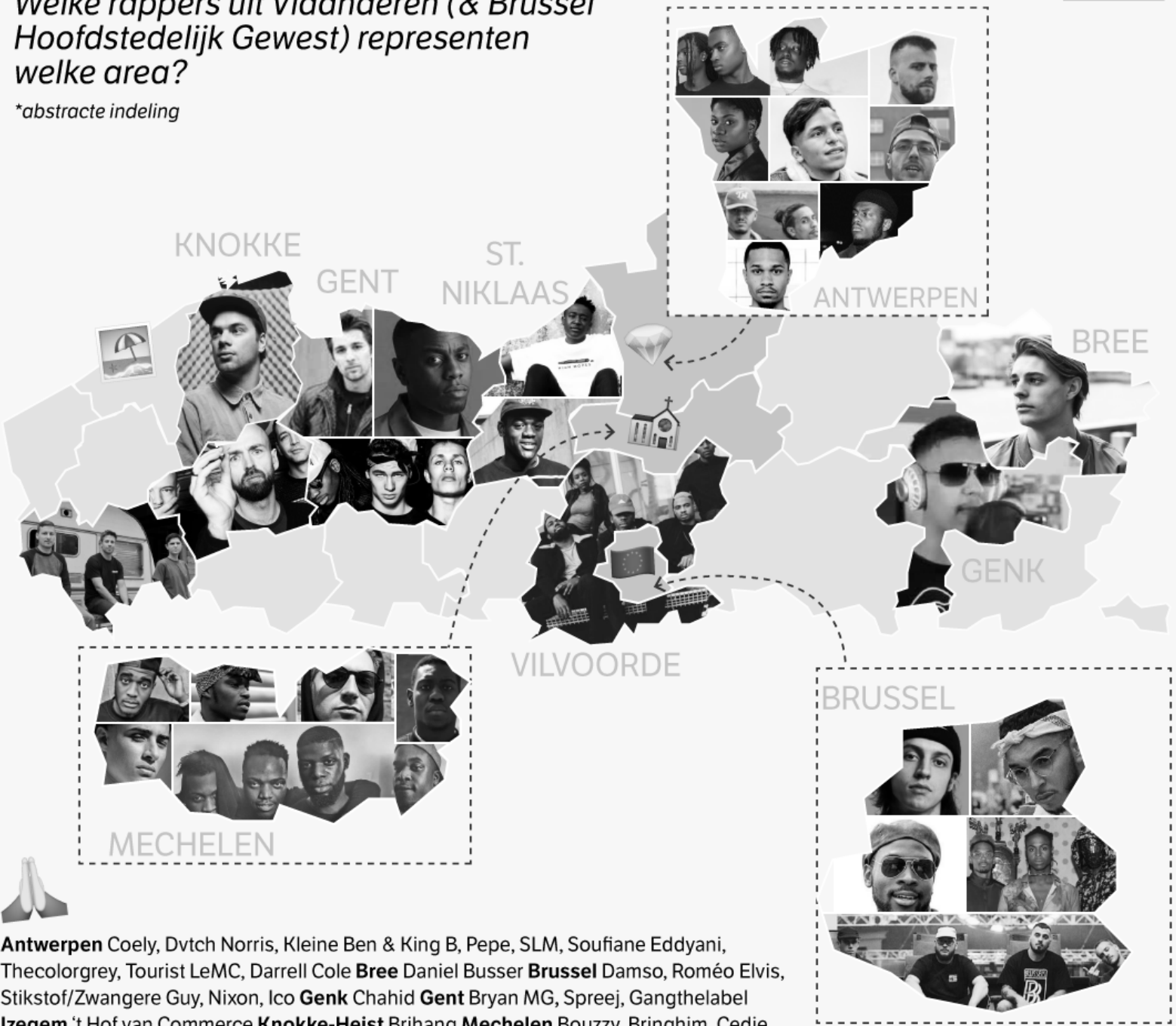
This is: Vlaanderen



rap
fact
check.

Welke rappers uit Vlaanderen (& Brussel Hoofdstedelijk Gewest) representen welke area?

*abstracte indeling



Antwerpen Coely, Dvtch Norris, Kleine Ben & King B, Pepe, SLM, Soufiane Eddyani, Thecolorgrey, Tourist LeMC, Darrell Cole **Bree** Daniel Busser **Brussel** Damso, Roméo Elvis, Stikstof/Zwangere Guy, Nixon, Ico **Genk** Chahid **Gent** Bryan MG, Spreej, Gangthelabel **Izegem** 't Hof van Commerce **Knokke-Heist** Brihang **Mechelen** Bouzzy, Bringhim, Cedje, Safi, Yuboy Jeffrey, Zwart Werk **Roeselare** Ntrek **Sint-Niklaas** K1D, Woodie Smalls **Vilvoorde (/Mechelen)** Soul 'Art



'MY HOMETOWN'

BRUCE SPRINGSTEEN, CHRONIQUEUR VAN DE AMERIKAANSE STAD

Binnen de populaire muziek geldt Bruce Springsteen als een van de meest expliciete sociaal-geografische artiesten. Aan de hand van zijn omvangrijke oeuvre wordt het geleidelijke verval van de industriële Amerikaanse stad op aangrijpende wijze geïllustreerd.

In 1984 brengt Bruce Springsteen een bitterzoete ode aan de plaats waar hij opgroeide. Die ode, *'My Hometown'* was de afsluiting van *Born In The USA*, zijn commercieel gezien meest succesvolle album. De song begint nostalgisch met een herinnering van de ik-figuur aan zijn jeugd en hoe hij als achtjarige zittend op schoot bij zijn vader de auto (*"that big old Buick"*) mee mocht sturen door zijn thuisstad. De vader, blakend van lokale trots, zegt *"This is your hometown"*. Jaren later ziet de stad er heel anders uit. De winkels in de hoofdstraat staan leeg en de textiel fabriek heeft de deuren gesloten. De ik-figuur, dan 35 jaar (net zo oud als Springsteen zelf toen *Born In The USA* uitkwam) is inmiddels zelf vader geworden, ziet het desolate beeld aan en overweegt om zijn *hometown* te verlaten nu de economische bodem onder de stad is weggeslagen. *'My Hometown'* staat voor veel meer dan Freehold, New Jersey waar Springsteen (geboren in 1949) opgroeide. Het is emblematisch voor heel veel Amerikaanse steden waar processen van economische transformatie en met name de-industrialisering genadeloos hebben toegeslagen.

In de al meer dan vier decennia omspannende carrière van Springsteen zijn steden vaak het decor en regelmatig ook het centrale onderwerp van zijn songs geweest. Je zou zelfs kunnen zeggen dat hij daarmee het meest uitgesproken sociaalgeografisch is van de grote tekstschrijvers in de popmuziek. Waar Leonard Cohen, Bob Dylan, Morrissey en Patti Smith doorgaans de innerlijke

landschappen van liefde en leed hebben verkend met slechts meer incidentele verwijzingen naar concrete stedelijke contexten, zien we bij Springsteen juist een verfijnde aandacht voor (Amerikaanse) steden als een rode draad door zijn grote oeuvre lopen. Die aandacht, zo zal ik hieronder aan de hand van zijn teksten illustreren, is in de loop der jaren verschoven van de stad als plaats om uit te gaan, meisjes te ontmoeten en te ontsnappen aan het gewone burgerlijke leven, naar de stad, en haar bewoners, als slachtoffers van de-industrialisering. Toen zijn biografie *Born To Run* in 2016 uitkwam, noemde de recensent van *The Economist* Springsteen met recht *"the bard of deindustrialisation"*.

Om iets te begrijpen van die veelomvattende transformatie van veel Amerikaanse steden kan men te rade gaan bij de vele academische studies die dit onderwerp uitdiepen. Maar men kan ook naar het werk van Springsteen luisteren, waarin levensechte personen worstelen met de teloorgang van het Fordistische productiesysteem. De kennis daarover ontleende Springsteen deels aan het leven van zijn vader (een klassieke *'blue collar'* fabrieksarbeider) en zijn eigen lange tochten door de Verenigde Staten (alleen of met de *'E Street Band'*), maar ook aan boeken en films. De hoge mate van authenticiteit en zijn grote talent om in slechts een paar minuten een unieke situatie verfijnd te schetsen en die juist ook een universele strekking mee te geven, maken dat

de songs van Springsteen een bron van empathie, troost, hoop en inspiratie vormen.

Bruce Springsteen als onderwerp van studie

Dat werk van Springsteen is inmiddels zelf het onderwerp van uitgebreid academisch onderzoek. Het moet voor Springsteen, die zelf slechts *high school* heeft doorlopen, een vreemde gewaarwording zijn dat hij nu een hoofdrol speelt in een snel groeiend aantal wetenschappelijke tijdschriften en boeken. Maar de combinatie van enerzijds de omvang en de kwaliteit van dat werk en anderzijds zijn grote invloed en populariteit, met een verkoop van meer dan 65 miljoen geluidsdragers in de Verenigde Staten en 120 miljoen wereldwijd, maken zijn songs tot interessant onderzoeksmateriaal. Er zijn artikelen in *peer-reviewed journals*, monografieën, minstens één proefschrift en zelfs *Boss: The Biannual Online-Journal of Springsteen Studies*, een periodiek dat verbonden is aan McGill University in Montreal.

Die beschouwingen richten zich bijvoorbeeld op de optredens van Springsteen en zijn bijzondere relatie met het publiek, maar er wordt vooral gekeken naar saillante aspecten uit zijn teksten die regelmatig terugkeren. Over de muziek zelf is - anders dan bijvoorbeeld in het geval van 'The Beatles' - veel minder geschreven. De academische literatuur richt zich vooral op hoe Springsteen in zijn teksten sociale klasse en de rol van ras en etniciteit behandelt, hoe hij masculiniteit projecteert en daarmee verbonden de rol van vrouwen beschrijft, en gaat in op zijn politieke engagement met onder meer het openlijk steunen van de kandidatuur van Barack Obama. Opvallend is het gebrek aan een geografisch perspectief in deze studies. Ik doe hieronder een bescheiden poging om een begin te maken die lacune te vullen. Hoe beschrijft Springsteen steden en stedelijkheid en welke veranderingen doen zich dienaangaande in zijn songteksten voor? Om deze vragen te beantwoorden heb ik de songteksten van zijn officieel uitgebrachte werk vanaf 1973 doorgelopen en die teksten geselecteerd waarin 'stad' of 'stedelijkheid' een belangrijke rol speelt. Een simpele, meer generieke verwijzing naar een stad (*'I'm going back to lucky town'*) zonder verdere verbijzondering is dan te weinig, maar een concrete, meer inhoudelijke verwijzing naar een plek in een stad (*'Streets Of Philadelphia'*), met daarbij een beschrijving van stadse scènes, is dan wel relevant. De aldus geselecteerde sleutelteksten worden chronologisch geanalyseerd, zodat de ontwikkelingen daarin zichtbaar kunnen worden gemaakt.

De stad is nu een plek om aan te ontsnappen – in een auto met een vriendin de highway op

De stad als decor

Al op zijn eerste officiële album, *Greetings From Asbury Park*, dat in 1973 uitkwam, is de stedelijke oriëntatie van Springsteen evident. Twee van de negen songtitels verwijzen expliciet naar een stadse context: *'Does This Bus Stop At 82nd Street?'* en (prachtige titel) *'It's Hard To Be A Saint In The City'*. Ook op zijn tweede album, *The Wild, The Innocent, And The E Street Shuffle*, eveneens uit 1973, zien we de stad al in de titels van de songs figureren: *'4th Of July, Asbury Park (Sandy)'*, *'Incident On 57th Street'* en *'New York Serenade'*. De teksten van deze songs hebben een meer, naar zijn eigen zeggen, impressionistisch karakter waarin observaties van mensen en situaties in assemblages bijeen worden gebracht, doorgaans vanuit het impliciete of expliciete perspectief van een jonge man op zoek

naar zijn eigen identiteit. Springsteen lijkt in die beginfase voor zijn teksten nog sterk beïnvloed te zijn door Bob Dylan uit diens *Blonde On Blonde* periode waarin teksten vooral lyrisch zijn met een snelle opeenvolging van soms obscure metaforen en woordcombinaties. Toch zien we hier al de aandacht voor stedelijkheid in de vorm van de grote diversiteit van de bevolking naar etniciteit (Latinos, zwarten), sociale klasse, kledingstijl en zeker ook gedrag in morele en wettelijke zin (*"pimps"*). We komen ook verwijzingen tegen naar straten, straathoeken en steden, naar concrete stedelijke artefacten (*"fire escape"*, stadstreinen) en naar wat we nu een 24-uurs economie zouden noemen. Deze eerste songs geven derhalve niet zozeer expliciete beschrijvingen van een stedelijk landschap, maar fungeren meer als een impliciet stedelijk decor waarin de hoofdpersoon al dwalend en observerend zijn weg probeert te vinden.

De doorbraak naar een groot publiek vond plaats in 1975 met het uitbrengen van het album *Born To Run*, dat muzikaal en qua teksten veel volwassener is dan de twee voorgangers. Springsteen zelf zei daarover: *"I left behind my adolescent definitions of love and freedom"*. Nog steeds is romantisch individualisme het dominante perspectief en zien we een bont gezelschap van personen de revue passeren met opnieuw aandacht voor de bebouwde stedelijke omgeving (*"They'll meet 'neath that giant Exxon sign, that brings this fair city light"*), maar nu is de toonzetting somberder. De hoofdpersonen in de titelsong, *'Backstreets'*, *'Meeting Across The River'* en *'Jungleland'* zijn zich veel meer bewust van de kloof tussen de Amerikaanse droom en de alledaagse realiteit die door het einde van de oorlog in Vietnam en de oliecrisis in een ander daglicht is komen te staan. De stad is nu een plek om aan te ontsnappen – in een auto met een vriendin de *highway* op. Waar naartoe lijkt niet echt belangrijk, als het maar weg is.

De stad en sociale klasse

Het daaropvolgende album met de evocatieve titel *Darkness On The Edge Of Town*, uitgebracht in 1978, vormt een evidente stijlbreuk voor wat betreft zijn songteksten. Springsteen wilde afstand nemen van het romantische escapisme en in plaats daarvan *"life in the close confines of the small towns I grew up in"* beschrijven met daarbij expliciete aandacht voor de rol van sociale klasse. Een song als *'Factory'* weet in drie coupletten het leven van een arbeider in een Fordistisch productiesysteem te vatten. Die sociale breuklijnen vallen in de titelsong ook samen met geografische patronen. De hoofdpersoon is aan lager wal geraakt en is gedwongen om aan de rafelrand van de stad zijn leven te leiden. Meer specifiek is de setting in *'Racing In The Street'* waarin de ik-figuur met zijn partner Sonny deelneemt aan (illegale) straatraces – meer uit wanhoop dan uit vrije wil. Ook daar lijkt de kans op sociale stijging vervlogen. Uiteindelijk zijn de teksten van de songs op *Darkness* al met al minder persoonsgebonden: zij geven een meer algemeen beeld van de beperkte vooruitzichten van de arbeidersklasse in de Verenigde Staten, zonder dat daar – ondanks de prachtige albumtitel – veel concrete stedelijkheid in voorkomt.

Het daaropvolgende album, *The River* (1980), is minder geografisch dan de voorgaande. Het merendeel zijn generieke love songs, maar ook op dit album komt de geograaf in Springsteen toch nog even boven. *'Out In The Street'* combineert de verdovende sleur van het leven van een fabrieksarbeider met de mogelijkheden die de stad biedt om uit te gaan. De titelsong biedt een heel ander beeld. Het combineert de begrenzingen van sociale klasse met een specifieke geografie:

*"I come from down in the valley
Where mister, when you're young
They bring you up to do like you're daddy done."*



We zien ook de-industrialisering de kop opsteken met de wanhoop van de hoofdpersoon als deze zijn baan verliest "on the account of the economy". In een andere sleutelsong, 'Independence Day', verlaten de mensen de stad – nu niet uit romantisch escapisme, maar uit bittere noodzaak.

Waar *The River* de energie van de zevenkoppige E Street Band liet zien, was het album *Nebraska* (1982) juist een exercitie in soberheid: Bruce Springsteen, alleen met zijn gitaar en mondharmonica, puttend uit de rijke traditie van de Amerikaanse folkmuziek. Dit album exploreert nog meer dan alle voorgaande de betekenis van sociale klasse of, preciezer, van de onderklasse. De hoofdpersonen zijn veelal mannen die hun baan verliezen en daarmee ook hun anker in het leven. Zij kiezen dan voor een heel ander soort escapisme dan in het eerdere werk van Springsteen: een crimineel bestaan. Die sociale daling en kwetsbaarheid wordt op *Nebraska* in songs als 'Atlantic City' en 'Johnny 99' in een concrete geografie geplaatst. De hoofdpersoon van 'Atlantic City' verliest zijn baan en heeft schulden "that no honest man can pay". In 'Johnny 99' wordt Ralph, de hoofdpersoon, ontslagen omdat de autofabriek in Mahwah sluit. Hij probeert ander werk te krijgen, maar is niet succesvol en zakt steeds verder weg tot in het deel van de stad 'waar je niet stopt voor een rood stoplicht'. Beide personen raken van het pad – in de geografische en sociale betekenis – en met hen vele anderen die ooit hechte gemeenschappen van arbeiders vormden.

De stad en de-industrialisatie

Born In The USA (1984) is zijn meest verkochte album. Wederom zien we hoe de-industrialisering mensen kan treffen. Zijn hoofdpersonen kijken terug op gelukkiger tijden en zijn op zoek naar hoe ze hun leven weer zin kunnen geven. In 'Downbound Train' zijn ontslag en relatiebreuk nauw met elkaar verbonden en eindigt de hoofdpersoon in de gevangenis. 'My Hometown' schetst, zoals eerder gezegd, in

minder dan vijf minuten de geschiedenis van een stad van bloei in de jaren vijftig, naar een stad van rassenrellen in de jaren zestig en diep verval in de jaren tachtig.

De stad is desolaat, de kerk is leeg en daarmee is ook de lokale gemeenschap kapot

Tunnel Of Love (1987), een zogeheten *break-up album*, *Lucky Town* en *Human Touch* (beide uit 1992) bevatten nauwelijks sociale geografie. De single 'Streets Of Philadelphia' (1993) was de titeltrack van een film over aids. De song beschrijft de existentiële angst en eenzaamheid van een aidspatiënt met Philadelphia als decor zonder in detail op de stad in te gaan.

Dat was wezenlijk anders met *The Ghost Of Tom Joad* uit 1995. Net als in *Nebraska* zijn de teksten gefocust op de vele soorten verliezers en *outcasts* die de Verenigde Staten in de jaren negentig (en daarna) bevolken. Illegalen, werklozen, zwervers, voormalige bajesklanten, veteranen, Mexicaanse drugshandelaren, smokkelaars en Vietnamese migranten. Vrijwel elke song behelst een subtiele sociaalgeografische schets door de hoofdpersonen in een concrete setting van een plaats. Daar was Springsteen zich zelf zeer van bewust. Om de songs te kunnen schrijven had hij feitelijk veldwerk gedaan: hij had, in zijn eigen woorden, "the geography of the thing" moeten verkennen om de wereld van de hoofdpersonen te leren kennen en hun keuzes te begrijpen. Meerdere songs verdienen

een nadere bespreking, maar ik beperk me tot één meesterwerk: 'Youngstown'. In een bestek van een paar minuten en vijf coupletten (plus vier refreinen) wordt de *Werdegang* van deze voormalige industriestad bezongen. Het begint met de ontdekking van ijzererts in 1803 en vervolgt dan met de lokale industriële revolutie en de rol die de fabrieken en de werkers van Youngstown hebben gespeeld bij het winnen van de burgeroorlog en vooral de Tweede Wereldoorlog. Van die fabrieken is inmiddels nog slechts "*scrap and rubble*" over en dat verval is allerminst beperkt gebleven tot Youngstown; ook in de Monongahela Valley, de Mesabi Range en de Appalachen is de ruggengraat van de lokale economie gebroken. 'Youngstown' is wellicht de meest uitgebreide en geïnformeerde beschrijving van de gevolgen van de-industrialisatie in de populaire muziek.

Na de *Ghost Of Tom Joad* valt er een gat van zeven jaar voordat weer een echt nieuw album van Springsteen verschijnt. In 2002 komt *The Rising* uit. Springsteen reflecteert op de terroristische aanslagen van 9/11 in het jaar daarvoor. 'Empty Sky' gebruikt de metafoor van de veranderde skyline van New York door het verdwijnen van de Twin Towers voor het gemis van de geliefde die lijkt te zijn omgekomen bij de aanslag. 'My City Of Ruins', net als 'My Hometown', het slotnummer van het album, leek op het eerste gezicht ook te zijn gewijd aan New York na 9/11, maar was eigenlijk opgedragen aan zijn "*adopted hometown*" van Asbury Park, New Jersey. De stad is desolaat, de kerk is leeg en daarmee is ook de lokale gemeenschap kapot: jonge mannen die op de hoek van de straat rondhangen als "*scattered leaves*", dichtgetimmerde ramen en lege straten. Een stad geruïneerd door tamelijk abstracte economische processen van de-industrialisering en globalisering. Springsteen gaf zelf aan dat hij hoopte dat zijn 'City Of Ruins' ook stem zou geven aan andere getroffen steden in de VS en daarbuiten.

De hoofdpersonen zijn veelal mannen die hun baan verliezen en daardoor ook hun anker in het leven

De stad als gemeenschap

Na *The Rising* is de aandacht voor de stad aanvankelijk meer sporadisch. Op *Devils And Dust* (2005) speelt de stad geen rol. Op het album *Magic* uit 2007 zien we wel een korte verwijzing naar het gevoel van gemeenschap dat een stad kan oproepen in 'Long Walk Home':

"My father said 'Son we're lucky in this town
It's a beautiful place to be born
It just wraps its arms around you"

Er valt zowaar zelfs een song met een hele zonnige kijk op de stad te beluisteren; het mooie 'Girls In Their Summer Clothes', met de voor Springsteen zo typerende aandacht voor kleding en straatbeelden. Het daaropvolgende album *Working On A Dream* (2009) bevat geen stadse beelden, of het zou 'Queen Of The Supermarket' moeten zijn. Net als in 'Girls In Their Summer Clothes' bezingt Springsteen daarin het genot van het aanschouwen van vrouwelijk schoon, ditmaal van de medewerkster die de boodschappen inpakt.

Wrecking Ball (2012), het album dat verscheen vier jaar na het uitbreken van de kredietcrisis, is zijn meest uitgesproken politieke

album. In 'We Take Care Of Own', 'Easy Money', en 'Wrecking Ball' stelt Springsteen niet alleen de gevolgen van de financiële crisis aan de kaak, maar neemt hij ook onomwonden stelling tegen wie in zijn ogen de verantwoordelijken – met name de financiële elite - van die crisis zijn. De link met stedelijk verval wordt direct gelegd in 'Death To My Hometown':

"The marauders raided in the dark
And brought death to my hometown
They brought death to my hometown
They destroyed our families, factories
And they took our homes"

Bruce Springsteen: een geëngageerd sociaal geograaf

Met 'Death To My Hometown' uit 2012 is de cirkel met 'My Hometown' uit 1984 rond. De situatie in veel Amerikaanse steden is in die bijna dertig jaar verder achteruit gegaan en de opkomst van rechts populisme is hier niet los van te zien. Springsteen begon met de stad als rijkgeschakeerd decor waarin hij als jonge man zijn weg probeerde te vinden. Met 'Darkness On The Edge Of Town' wil Springsteen bewust een andere kant van de stad laten zien met mensen die verstrikt raken in een web van sociale problemen met daaraan gekoppeld duidelijke ruimtelijke patronen. Die sociale problemen krijgen steeds scherpere contouren als de de-industrialisering verder doorzet in het voormalige Fordistische hartland van de Verenigde Staten. Hieraan ontsnappen wordt steeds moeilijker voor de slachtoffers van deze transformatie. Bruce Springsteen weet de hopeloosheid die dit met zich meebrengt voor lokale gemeenschappen en steden aangrijpend te verwoorden met 'Youngstown' als een uniek hoogtepunt.

Met het ingaan van de 21ste eeuw is er geen verbetering opgetreden. Integendeel, de-industrialisering zet door en de crisis van 2008 slaat hard toe. De plekken in New Jersey die veel voor Springsteen en zijn creativiteit betekend hebben, zakken nog verder weg. Een pijnlijk gevoel van nostalgie overheerst, als zijn *hometown* verlaten en dichtgetimmerd raakt. Bruce Springsteen heeft dat verval voor veel Amerikanen tastbaar gemaakt.

Literatuurselectie

- Clark, S. (2017) "This American Skin": Bruce Springsteen and the complexity of American identity (Doctoral dissertation, Murdoch University).
Coles, R. (2003) Bruce Springsteen's America; The People Listening, A Poet Singing. New York: Random House.
Garman, B. (1996) The ghost of history: Bruce Springsteen, Woody Guthrie, and the hurt song. *Popular Music & Society*, 20(2), pp. 69-120.
Springsteen, B. (1998/2005) Songs. New York: Avon Books.
Springsteen, B. (2016) Born to Run. London/New York: Simon Schuster.

Robert Kloosterman (R.C.Kloosterman@uva.nl) is hoogleraar Economische Geografie aan de Universiteit van Amsterdam. Zijn onderzoek richt zich op sociale, economische en culturele veranderingsprocessen binnen stedelijke economieën. Hij is de lead partner van het Horizon 2020 project Creative Industries Cultural Economy Production Network (CICERONE).



DE GLOBALISERING VAN MUZIEK

Mondiale muziekindustrieën zijn continu in verandering. Ondanks nieuwe trends en technologieën is de binding met een plaats ook voor artiesten in de 21^{ste} eeuw nog altijd belangrijk. In dit artikel bespreken wij de geografische ontwikkeling van populaire muziek in de afgelopen decennia.

Populaire muziek wordt traditioneel vaak geassocieerd met locaties en plekken waar ze wordt gemaakt en beleefd – in sommige gevallen wordt ze zelfs symbool voor de betreffende streek of stad. Niet voor niets heet de klassieke geschiedenis van de rock-'n-roll van Gillett uit 1970 *“The Sound of the City”*. Gillett zag rock-'n-roll als de ultieme belichaming van 20e eeuwse steden, met een ritme dat ongegeneerd het moderne stadsleven verheerlijkte, zoals geen enkele andere muziekstroming ooit had gedaan. Sinds zijn boek zijn talloze stedelijke veranderingen vergezeld van nieuwe muziekstijlen, die onze verbeelding van de stad hebben gevoed, tot vaak ver buiten de betreffen rock-'n-roll de landsgrenzen.

Maar welke rol speelt locatie precies in de verspreiding van populaire muziek, hoe is dit in de loop der tijd veranderd? Welke factoren vergroten de kans op internationaal succes, en wat betekent de opkomst van het internet voor het belang van plaats? Dit stuk probeert een antwoord op deze vragen te geven door verslag te doen van een aantal studies. Er is in de afgelopen jaren veel onderzoek gedaan naar de sociale, ruimtelijke, en culturele aspecten van muziekproductie en muziekconsumptie, en dit artikel brengt een aantal van die studies samen.

Hoe plaats en muziek samenhangen

Laten we beginnen met een aantal redenen waarom populaire muziek en plaats vaak met elkaar in verband worden gebracht. Muziek is traditioneel ingebed in hechte ecosystemen, die

bestaan uit makers, productiebedrijven, tussenpersonen – zoals scouts, muziekjournalisten, marketingmensen – en publiek, die allemaal behoefte hebben een zekere materiële infrastructuur – zoals concertzalen, mediabedrijven, muziekinstrumentwinkels, muziekscholen – en immateriële factoren, zoals talent, creativiteit en muzikaal erfgoed.

In de eerste plaats is muziek verbonden aan plaatsen, puur omdat muziek gemaakt wordt op bepaalde locaties. Muziek maken draait voor een groot deel om muziekscholen, studio's, concertzalen, kortom, plekken waar mensen met dezelfde smaak samen kunnen komen. Populaire muziek is oorspronkelijk een cultuurvorm waarbij live-optredens centraal staan maar - anders dan bij elitairdere culturele genres als opera, theater en ballet – met weinig barrières voor artiesten en publiek. In de loop der tijd werd ook de concentratie van productiemaatschappijen (platenlabels) steeds meer een onderdeel van deze clustering. Zo werd Parijs in de jaren zestig en zeventig eerst een belangrijke plek voor livemuziek van Afrikaanse artiesten, waarna steeds meer platenlabels voor wereldmuziek ontstonden. Ook in Amerikaanse steden als Nashville (country) en Atlanta (hiphop) zagen we dat soort patronen in het verleden: eerst zijn er veel artiesten, dan volgen de entrepreneurs en platenlabels.

Ten tweede, de ontwikkeling van “scenes”, “stromingen” en uiteindelijk soms zelfs “genres” toont aan hoe collectieve en vaak ruimtelijk gebonden gemeenschappen de ontwikkeling van gedeelde identiteiten rondom muziek stimuleren en in stand

Het wereldwijde succes van Psy's Gangnam Style en de daaropvolgende K-pop rage is nog altijd eerder een incident. Het komt niet vaak voor dat Aziatische artiesten in Europa doorbreken. Foto: Republic of Korea

houden. Muziek helpt om een gevoel van plaats te creëren, waarin de specifieke kenmerken van een locatie worden gevangen en vertaald naar de geluiden die er geproduceerd worden, zoals Gillett schreef. Voorbeelden zijn de surfsound van het California van de jaren 60, hiphop uit de Bronx eind jaren 70, begin jaren 80, en, in Nederland, de palingpop die al sinds de jaren 60 in Volendam wordt gemaakt.

Ten derde voedt muziek ook de verbeelding van plaatsen, door wat we ons herinneren en wat we koesteren: muziek kan gevoelens van trots losmaken wanneer plaatsen worden verbonden aan helden die er hun roots hadden en vervolgens doorbraken in nationale en internationale hitlijsten. Liverpool zal voor eeuwig geassocieerd worden met The Beatles. In Nederland blijft Den Haag verbonden aan de muziekgeschiedenis door alle rock- en beatartiesten die daar in de jaren zestig groot werden en in sommige gevallen een internationale carrière bouwden, denk maar aan The Golden Earring of Shocking Blue).

De Nederlandse casus geeft interessante inzichten over de relatie tussen plaats en muziek. Ons onderzoek naar de geschiedenis en plaatsen van populaire muziek na de Tweede Wereldoorlog laat drie typen muzieksteden zien. Allereerst de "grote muziekstad", zoals Den Haag en Amsterdam, die kan worden gekenmerkt door een voortdurende vernieuwing van genres en stijlen, en kan rekenen op een kritische massa van makers en publieksgroepen in de stad. Verder de "mediastad", zoals Hilversum, die drijft op het lanceren van carrières van mainstream artiesten, en waarin de samenwerking van muziek-, televisie-, en entertainmentindustrieën centraal staat. Tot slot zien we de "niche-locatie", zoals Volendam, waarin het veel meer draait om lokale netwerken en het creëren van een mythologie en een verhaal rondom de *sound* die de stad (of het dorp) voortbrengt. Plaats en muziek hangen dus op diverse wijzen samen, en door een combinatie van een sterke lokale identiteit, slim ondernemerschap, en een goed sociaal netwerk, kunnen kleinere steden ook een stempel drukken op de populaire muziekgeschiedenis.

Daarnaast worden voor populaire muziek doorgaans andere

Volendam, waar al sinds de jaren 60 'palingpop' wordt gemaakt, geldt als een typische nichelocatie, waarin het meer draait om lokale netwerken en het creëren van een mythologie en een verhaal rondom de sound die de stad (of het dorp) voortbrengt. Foto: Mike Lien

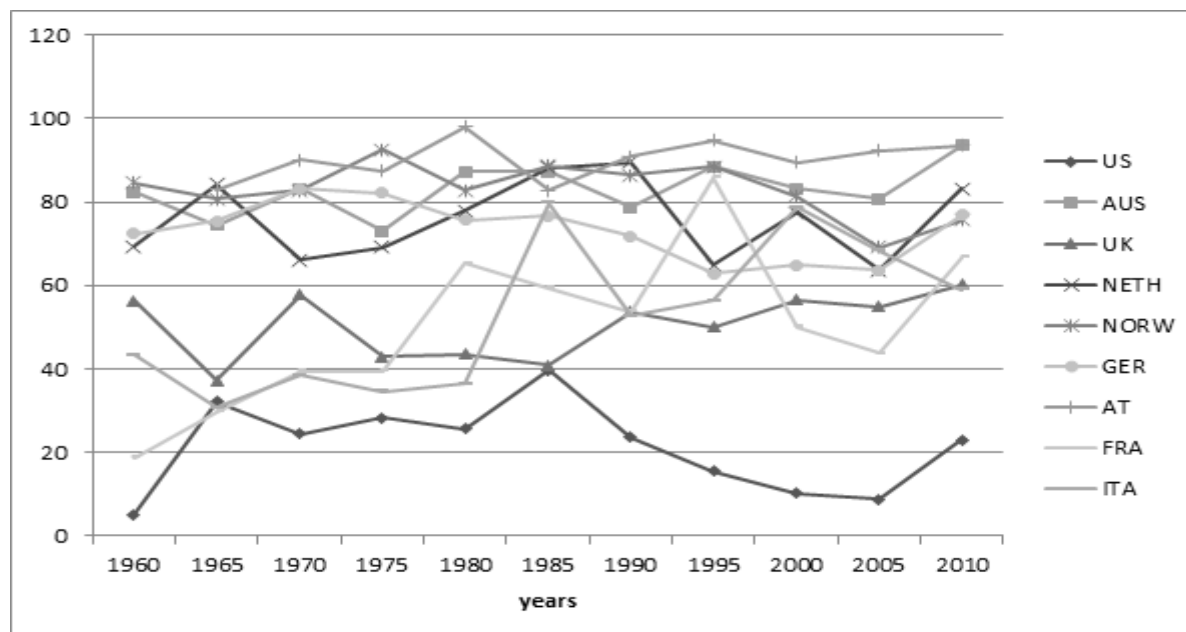
criteria gebruikt om haar te beoordelen dan voor de "hoge kunsten". Waar in dat type cultuur technische vaardigheden, esthetische waarden, en intellectuele verantwoording (denk aan conceptuele kunst) bepalend zijn, is voor populaire muziek "authenticiteit" vaak belangrijker. Uiteraard is authenticiteit een relatief begrip, zoals Richard Peterson liet zien in zijn klassieke studie naar hoe authenticiteit in country muziek in feite "gefabriceerd" werd op grond van wat het publiek verwachtte van het genre (met specifieke kleding, hoeden, etc.). Maar juist de herkomst van muziek kan bijdragen aan een acceptatie en erkenning van authenticiteit: wanneer hip hop artiesten kunnen laten zien dat ze uit een specifieke plek komen (bv. The Bronx, Compton) versterkt dit hun authenticiteit, en wordt hun muziek hoger aangeslagen door critici dan van artiesten die deze roots missen.

Globalisering

Uiteraard beperkt de reikwijdte van muziek zich allang niet meer tot steden en streken. In de naoorlogse periode speelden taal en media een cruciale rol voor hoe artiesten op een nationaal niveau een publiek opbouwden. Lokale helden konden nationale bekendheid verkrijgen door veel op te treden, (meestal) te zingen in de eigen taal, en vooral door hun muziek te promoten in nationale media. Radio was aanvankelijk cruciaal, maar vanaf de jaren 60 werd televisie steeds belangrijker. In veel landen speelden radiopiraten een grote rol, omdat ze vaak progressiever programmeerden dan de nationale radiozenders. Dit patroon is zichtbaar in de meeste Europese landen, al verschillen de details in hoe het exact werkte. Zo zien we dat in Nederland de nationale zenders én de belangrijkste piraten zoals Radio Veronica de smartlappen en volksmuziek vrijwel links lieten liggen, terwijl in Duitsland de schlagers van bijvoorbeeld Rex Gildo en Freddy Breck wel aandacht kregen. En in Italië vormde een jaarlijks muziekfestival de ultieme springplank voor succes: het Sanremo festival werd live uitgezonden op televisie en artiesten schreven speciaal nummers in de hoop het festival te winnen en door te breken. Nationaal succes voor popartiesten werd in diverse landen anders gevormd, omdat het sterk ingekaderd was in nationale instituties en mediasystemen.

Maar hoe nationaal georiënteerd zijn landen eigenlijk in hun muziekconsumptie, en wat verklaart openheid voor muziek uit





andere delen van de wereld? We hebben een analyse gemaakt van popmuziekhitlijsten uit de periode 1960 tot en met 2010, voor negen landen: Nederland, Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk, Noorwegen, Oostenrijk, Italië, en, buiten Europa, de Verenigde Staten en Australië. We onderzochten hoeveel artiesten met een andere nationaliteit in de hitparades voorkwamen. Ons doel was ten eerste om trends vast te stellen. Daarnaast zochten we naar verklaringen voor de mate van globalisering in hitlijsten. De theorie leidde ons naar drie typen mogelijke verklaringen.

Eerst zijn er veel artiesten, dan volgen de entrepreneurs en platenlabels

Ten eerste zijn er verklaringen die zich op een mondiaal niveau bevinden en die landenkenmerken centraal stellen. Culturele globalisering is wel voorgesteld als een proces waarbij bepaalde landen een centrale positie hebben in de wereld en andere een meer perifere positie, op grond van politieke, economische en cultureel-symbolische macht. Hoewel deze benadering kritiek heeft gekregen in de loop der tijd vanwege het simplificeren van de culturele wereldeconomie en het negeren van regionale netwerken, is er redelijk veel bewijs voor het belang van economische en symbolische positie. Landen die zelf veel cultuur produceren voor eigen gebruik (bv. de Verenigde Staten of Japan), importeren over het algemeen minder cultuur uit andere landen, en andersom: landen met beperkte productie staan vaak open voor buitenlandse cultuur. Bovendien kunnen landen op die manier een reputatie verwerven: in de ogen van inwoners uit andere landen vertegenwoordigen ze een grote "culturele centraliteit". Voorbeelden zijn Amerikaanse films, Engelse en Amerikaanse popmuziek, Franse literatuur, Belgische stripboeken, etc.

Een andere factor in culturele uitwisseling betreft hoe goed de match tussen (inwoners van) landen is in termen van de culturele context. Als landen veel gemeenschappelijk hebben

– bijvoorbeeld taal, geschiedenis, religie, waardensystemen, etc. – wordt uitwisseling makkelijker omdat mensen de thema's en boodschappen in een product sneller kunnen begrijpen. Communicatiewetenschapper Joseph Straubhaar noemde dit "culturele nabijheid". Een grotere culturele nabijheid van landen leidt tot meer uitwisseling.

Een tweede set verklaringen bevindt zich op het niveau van de landen zelf. Zoals al gememoreerd, verschilt de organisatie van culturele velden en mediasystemen van land tot land. Bepaalde landen, zoals Frankrijk, hebben bescherming en promotie van de nationale cultuur tot politiek speerpunt gemaakt. Voor popmuziek hebben landen als Australië, Canada, en Frankrijk quota geïntroduceerd om een minimale hoeveelheid nationale muziek op de radio te garanderen (in Frankrijk 40%). Ook lijkt de inrichting van het televisiesysteem belangrijk, met name sinds de introductie van muziektelevisie begin jaren 80. Eerst was dit vooral het Amerikaanse MTV dat prioriteit gaf aan Engelstalige muziek, maar later kwamen ook de lokale muziekzenders op, die veel meer lokale artiesten programmeerden (zoals TMF in Nederland).

Een laatste groep van verklaringen betreft individuele kenmerken van artiesten. Met de toenemende machtsconcentratie van platenmaatschappijen in een klein aantal conglomeraten is ook het belang van *winner-takes-all* strategieën gegroeid. Voor de grote platenmaatschappijen (*majors*) vormt het investeren in globale supersterren een attractieve en – door de transnationalisering van media – haalbare manier om efficiënt het marktaandeel te vergroten. Sterstatus mag derhalve niet onderschat worden als verklarende factor. In ons onderzoek hebben we sterstatus gemeten als het eerdere succes in de Engelse en Amerikaanse muziekmarkten (aangezien dat toonaangevende landen zijn). Bovendien hebben we opgezocht of artiesten deelnamen aan talentenshows op televisie zoals *Idols* en *The Voice*.

Welk bewijs vinden we voor deze verklaringen? In bovenstaande grafiek staat het aandeel van hits door buitenlandse artiesten per bestemmingsland (d.w.z. het land van de hitparade). We zien dat grote Europese landen als Duitsland, Frankrijk en Italië in de jaren 60 nog erg nationaal georiënteerd waren, terwijl kleinere landen als Nederland en Noorwegen al relatief veel muziek importeerden (in lijn met het idee van culturele centraliteit). Eind jaren 70, begin jaren 80 nam globalisering in alle Europese landen toe. Het enige land dat achterbleef was de Verenigde Staten. Op geen enkel moment in onze trendreeks kwam het aandeel buitenlandse

muziek daar boven de 40%. 1985 vormde de piek, omdat in die periode MTV relatief veel Britse muziek programmeerde. Britse artiesten hadden als snel de waarde van muziekvideo's door en wisten daarom door te dringen tot de Amerikaanse, en uiteraard andere markten. De jaren 80 vormden daardoor de hoogtijdagen van de globalisering van popmuziek. In de jaren 90 en 00 waren er pieken en dalen. De verklarende analyses (die we hier niet in detail kunnen rapporteren) geven aan waar de verklaring gezocht moet worden. Artiesten uit landen met meer "culturele centraliteit" hebben inderdaad meer kans op internationaal succes. Ook wordt de culturele nabijheidstheorie bevestigd. De sterkste impact gaat uit van de *star power* van artiesten: wie in voorafgaande jaren al succes had in de Amerikaanse en/of Engelse markt, heeft veel meer kans op verder internationaal succes. Daarnaast vinden we bewijs dat lokale muziekzenders (die opkwamen in de jaren 90) een negatieve impact op globalisering hebben. Bovendien kwamen in de jaren 00 meer en meer artiesten voort uit het "*Idol format*": deze artiesten kenmerken zich door een kleinere kans op internationaal succes omdat ieder land zijn eigen talentenshows heeft. We vonden weinig bewijs voor het belang van quota.

Wanneer hip-hop artiesten uit wijken als The Bronx of Compton komen verstevigt dit hun authenticiteit

Technologische veranderingen en de toekomst

De muziekindustrie is sterk veranderd sinds de jaren zestig. De grote platenmaatschappijen hebben systematisch alle kleinere labels opgekocht, en zetten zwaar in op het lanceren van een kleine groep artiesten als wereldsterren. Tegelijkertijd hebben maatschappelijke veranderingen een omwenteling teweeggebracht in de plaats van muziek in het leven van mensen: van een bescheiden plek in het huis, beperkte programmeringen in livelocaties, en op de achtergrond in uitgaansgelegenheden, is muziek nu overal. Nieuwe media en technologieën hebben productie, distributie en consumptie sterk vereenvoudigd. Startende muzikanten kunnen thuis muziek opnemen en verspreiden via het internet. Voor het publiek betekent dit dat het aanbod groter is dan ooit. Lange tijd zag het ernaar uit dat deze ontwikkelingen de muziekindustrie democratischer en diverser zouden maken, met meer kansen voor jonge artiesten om een publiek te bereiken. Maar met de opkomst van streamingdiensten op een beperkte hoeveelheid platforms die afhankelijk zijn van de grote platenmaatschappijen voor hun aanbod, lijken deze laatste hun greep op de muziekindustrie weer verstevigd te hebben. Weliswaar kunnen artiesten zelf hun muziek op platforms zoals Spotify zetten, maar de inrichting van de platforms en de betaalmodellen zijn vooral gunstig voor de grote namen (al zijn er natuurlijk uitzonderingen zoals hiphop violist Lindsey Stirling).

Het is dan ook maar de vraag of deze veranderingen het aanbod aan populaire muziek meer divers hebben gemaakt. In onze hitparadegegevens vinden we daar weinig bewijs voor. Transnationale media hebben een rol gespeeld in het verspreiden van artiesten over de grenzen, maar nieuwe vormen van mediadistributie zijn nog steeds afhankelijk van contracten met grote mediaconcerns en het belang van *winner-takes-all* markten is niet afgenomen. Globalisering betekent derhalve nog steeds vaak de verspreiding van muziek geproduceerd in de Verenigde

Staten of Groot-Brittannië (in ieder geval voor het Europese publiek). Dit kunnen ook artiesten met een andere nationaliteit zijn, al lijken Engelstalige personen nog altijd een voordeel te hebben (denk aan Canadees Justin Bieber; of aan Rihanna uit Barbados). Deze ontwikkelingen compliceren uiteraard de discussie over globalisering en het belang van lokale *sounds*.

YouTube heeft geholpen met het genereren van aandacht voor bepaalde sterren en genres uit andere delen van de wereld, zoals reggaeton en K-pop, maar de voorbeelden zijn nog steeds schaars. Ook voor lokale artiesten die buiten het systeem om willen doorbreken is het internet niet per se de oplossing. Zoals met veel geanticipeerde winstpunten van het internet, is het probleem dat het voordeel tijdelijk is: zodra iedereen sociale media gebruikt voor zelfpromotie zijn artiesten weer een van de velen. En waar artiesten die onder contract staan bij grote platenmaatschappijen ondersteuning krijgen (weinig tweets en Facebookberichten zijn daadwerkelijk door de artiest zelf verstuurd), zijn beginnende artiesten aangewezen op zichzelf. Voor veel startende artiesten lijkt deelname aan talentenjachten op televisie dan ook nog steeds de meest belovende route op weg naar commercieel succes. Dit verstevigt de positie van de '*majors*' en, in geografische termen, het belang van de '*mediastad*' waar diverse productiebedrijven samen bepalen welke muziek op de markt komt.

Lange rijen fans en hooggespannen verwachtingen bij het concert van de Koreaanse boyband BTS in Amsterdam in oktober 2018 doen vermoeden dat jongere publieksgroepen wellicht een geografisch breder palet van muziek omarmen dan voorgaande generaties. Maar hoe gevarieerd en werkelijk geglobaliseerd het landschap van pophits zal worden blijft de vraag. Tegelijkertijd signaleren we dat de Nederlandse YouTube *charts* en Spotify streaminglijsten de afgelopen jaren gedomineerd werden door lokale hiphop acts als Ronnie Flex, Broederliefde en Lil' Kleine. De band met de eigen stad bestaat ook nog in het digitale tijdperk.

Literatuurselectie

- Brandellero, A. & Pfeiffer, K. (2015) Making a scene: exploring the dimensions of place through Dutch popular music, 1960-2010. *Environment and Planning A*, 47, pp. 1574-1591.
- Cheyne, A. & Binder, A. (2010) Cosmopolitan preferences: The constitutive role of place in American elite taste for hip-hop music 1991-2005. *Poetics* 38(3), pp. 336-364
- Gillet, C. (1984[1983]) *The Sound of the City: het klassieke boek over de geschiedenis van de popmuziek* (vert. uit het Engels Mariëlla de Kuyper). Amsterdam: Loeb.
- Leyshon, A., Matless, D. and Revill, G. (Eds.) (1998) *The Place of Music*. London: Guilford Press.
- Verboord, M. & Brandellero, A. (2018) The globalization of popular music, 1960-2010: A multilevel analysis of music flows. *Communication Research* 45(4), pp. 603-627.

Marc Verboord (verboord@eshcc.eur.nl) is Universitair Hoofddocent bij de afdeling Media en Communication aan de Erasmus University Rotterdam en lid van ERMeCC (Erasmus Research Centre in Media, Communication and Culture). Zijn onderzoek richt zich op culturele consumptie en productie, culturele globalisering, en de impact van internet op hoe culturele producten worden gewaardeerd.

Amanda Brandellero (brandellero@eshcc.eur.nl) is Universitair Docent aan de Erasmus School of History, Culture and Communication en lid van ERMeCC (Erasmus Research Centre in Media, Communication and Culture). Ze is een economische geograaf met een grote interesse in ruimtelijke en sociologische vragen met betrekking tot de ontwikkeling van de culturele en creatieve industrie. Haar recente onderzoek richt zich op culturele globalisering in muziek en beeldende kunst.



LIVE POPMUZIEK IN STEDELIJKE RUIMTEN

Popmuziek speelt een belangrijke rol in de aantrekkelijkheid van onze steden. Gezien de dynamiek van zowel stedelijke ontwikkeling als de muziekindustrie verandert die rol in rap tempo. In dit artikel geeft het onderzoeksteam POPLIVE een inkijk in hun onderzoeksproject naar duurzame livemuziekecologieën voor Nederlandse steden.

Popmuziek is een belangrijk onderdeel van de Nederlandse cultuur en is voor veel steden een beeldbepalend element: Den Haag wordt van oudsher gezien als *popstad*, in Amsterdam dragen Paradiso en de Ziggo Dome beide op hun eigen manier bij aan de identiteit van de stad, en in Groningen staat ieder jaar de gehele binnenstad vier dagen in het teken van Eurosonic Noorderslag. De publicatie *De Waarde van Pop 2.0* uit 2018 stelt dan ook: *“De impact van een gezond popmuziekbeleid op een gemeente en haar bevolking is divers en betaalt zich direct en indirect terug voor grote en diverse groepen mensen op vlakken als economie, diversiteit, talentontwikkeling, inclusiviteit, sociale cohesie en uitstraling. Een gemeente die investeert in popcultuur, creëert kansen voor zichzelf en haar burgers.”* Popmuziek kan waarde(n) creëren voor een stad, maar om als stad die potentie te benutten is het van belang om de transitie waarin de muziekindustrie zich bevindt, te begrijpen en vanuit een integraal perspectief naar popmuziek en steden te kijken.

Van geluidsdragers naar livemuziek

De muziekindustrie heeft de afgelopen jaren een gedaanteverwisseling ondergaan, waarbij de focus is verschoven van de verkoop van geluidsdragers als cd's en vinyl naar livemuziek als voornaamste inkomstenbron. Enerzijds is de verkoop van fysieke muziek ingestort: de omzet uit de verkoop van fysieke geluidsdragers in Nederland is teruggelopen van 500 miljoen euro

in 2000 naar zo'n 55 miljoen euro in 2017. De ontwikkeling in de VS is vergelijkbaar: van 18 miljard USD in 2000 naar ongeveer 2 miljard in 2015. De belangrijkste reden hiervoor is de opkomst van digitale technologieën, die het mogelijk maakten digitale muziek te downloaden en – met de introductie van de smartphone – te streamen. Met deze ontwikkelingen is de bereidheid van consumenten om voor muziek te betalen afgenomen. Anderzijds is de omzet van livemuziek flink gestegen: het aantal concertbezoeken aan poppodia is toegenomen en ook de gemiddelde ticketprijs is omhooggegaan. De grootste groei in livemuziek zien we echter bij de festivals. Zo is het aantal Nederlandse festivals gestegen van 708 in 2012 naar 954 in 2017. Met name het aantal binnenstedelijke festivals is de afgelopen tien jaar flink toegenomen.

Deze transformatie heeft grote gevolgen voor stedelijke livemuziekecologieën. We beschouwen de livemuzieksector als een netwerk van verschillende sociale actoren (zoals muzikanten, programmeurs, beleidsmakers) dat ingebed is in materiële ruimtes (zoals poppodia, stedelijke omgeving). Om te weten welke waarde popmuziek in de toekomst voor steden kan hebben, is het noodzakelijk om de gehele ecologie in ogenschouw te nemen. Ten eerste richten we ons daarbij op de makers (popartiesten), die in toenemende mate afhankelijk zijn van liveoptredens om in hun levensonderhoud te voorzien. Welke waarde creëren artiesten en stad voor elkaar en in hoeverre zijn artiesten lokaal verankerd?

Ten tweede analyseren we de ontwikkeling van aanbieders van livemuziek: de livemuziekindustrie van podia, festivals en *pop-up stages*. Welke gevolgen heeft de sterke festivalisering voor de vaste poppodia en voor de steden waarin ze plaatsvinden? In hoeverre is de stad zelf het podium? Ten derde analyseren we livemuziek als middel voor lokale overheden ten behoeve van grootstedelijke waardecreatie. Op welke manieren kan livemuziek bijdragen aan de stad en welke vormen van waardecreatie zijn hierin te onderscheiden?

De stad biedt ruimte voor muzikanten

Door de juiste randvoorwaarden te creëren kunnen steden bijdragen aan een gezond klimaat voor de makers van popmuziek en zorgt de stad dat nieuwe generaties artiesten zich kunnen ontwikkelen. Denk bijvoorbeeld aan de aanwezigheid van betaalbare repetitieruimtes en het aanbod aan popeducatie waar artiesten de vaardigheden leren en de vlieguren maken die nodig zijn om een professioneel artiest te worden. Ook bouwen jonge muzikanten op dit soort locaties een netwerk op van collega-artiesten, en komen ze in contact met managers, boekers, labels, muziekuitgevers en andere spelers die kunnen bijdragen aan hun ontwikkeling. Goede voorbeelden hiervan zijn de popafdeling van het Conservatorium in Amsterdam, waar veel bandjes gevormd worden en initiatieven zoals Kytopia in Utrecht, De Basis in Nijmegen en NEST in Gent, die allen muzikale broedplaatsen zijn waar repetitieruimtes, studio's en relevante professionals te vinden zijn. Op deze plekken wordt stedelijk waarde gecreëerd voor zowel de muziekindustrie als de muziekliefhebber door verschillende facetten van de muziekindustrie met elkaar te verbinden. Ook showcasefestivals en popprijzen zoals de Popronde, Jonge Wolven, We Are Open, de Beloften, de GRAP Amsterdamse Popprijs, Humo's Rock Rally en Noorderslag bieden artiesten de mogelijkheid om ervaring op te doen met *turen*, optreden en zich presenteren aan pers en professionals.

Op deze manier kan talent door de industrie bijtijds opgepikt en gesteund worden. Omdat in Nederland veel belangrijke actoren in de popmuziekindustrie zich ophouden in de Randstad, hebben de grote steden daar een grote aantrekkingskracht op beginnende bandjes. Ondanks dat met de komst van het internet artiesten meer zelf kunnen – en moeten – doen, blijft de steun van managers, labels en pers noodzakelijk.

Naast de artiesten zijn podia het belangrijkste tastbare element van de stedelijke muziekecologie

Naast de hiervoor genoemde randvoorwaarden moeten bandjes ook kunnen optreden in de stad. Om de groei van een act te kunnen ondersteunen is het belangrijk om podia te hebben voor elke fase van de ontwikkeling van een band: van het café waar een band debuteert voor vrienden en familie (wat bijvoorbeeld de Popunie ondersteunt in Rotterdam), tot het kleine podium waar ze hun eerste clubtournee kunnen doen voor 50 tot 100 bezoekers om publiek op te bouwen en de grotere zalen waar artiesten kunnen spelen voor volle zalen en inkomsten mee kunnen genereren. Ook de aanwezigheid van festivals is gunstig voor bands: in de zomer kan daar opgetreden worden voor nieuw publiek, dat dan hopelijk in de winter ook weer een optreden komt bezoeken in de club. Wel zit er een keerzijde aan de aanwezigheid van veel podia en acts in de stad: overvloedig aanbod zorgt voor concurrentie bij het binden van

het publiek, zodat het moeilijk is je zaal vol te krijgen. Ook bestaat er een risico dat het publiek na een poosje weer afhaakt bij een band, en op zoek gaat naar de volgende nieuwe hippe acts, waardoor de houdbaarheidsdatum van acts snel afneemt en ze weinig tijd krijgen zich te ontwikkelen.

Het effect van veel optreden in de eigen stad kan tweeledig zijn: enerzijds is de kans groot dat artiesten in de thuisstad het meeste publiek opbouwen, anderzijds blijken veel bands voorzichtig te zijn met te veel optreden op (gratis toegankelijke) lokale festivals, gezien het risico dat ze als gevolg daarvan te weinig publiek trekken voor hun cluboptreden in de stad, waar ze zelf kaarten voor moeten verkopen.

Livemuziek heeft een intrinsieke culturele, sociale en ruimtelijke impact

De nieuwe podia voor livemuziek

Naast de artiesten zijn podia het belangrijkste tastbare element van de stedelijke muziekecologie. Voor podia en festivals kan gesteld worden dat livemuziek het afgelopen decennium een totaal andere positie heeft gekregen binnen de stedelijke omgeving in Nederland. De belangrijkste oorzaken daarvan zijn de festivalisering van livemuziek en de deinstitutionalisering van muziekpodia.

Nederland is met 954 festivals in 2017 – voor zover bekend – het meest *gefestivaliseerde* land ter wereld; in geen ander land zijn per inwoner meer festivals te bezoeken. Zeker tweederde van die festivals bestaat minder dan tien jaar, wat aangeeft hoe snel de markt de afgelopen jaren gegroeid is. Waar in het verleden bovendien het grootste deel van de nieuwe festivals plaatsvond in niet-stedelijk gebied (bijvoorbeeld Lowlands dat in 1993 startte op landbouwgrond in Biddinghuizen), vond de groei het afgelopen decennium vooral in binnenstedelijk gebied plaats. Die toename is weliswaar deels te danken aan de opkomst van *food festivals* en de groei van het aantal filmfestivals met een voornamelijk grootstedelijk publiek, maar ook het aantal muziekfestivals in steden is sterk toegenomen. De groei van het aantal binnenstedelijke muziekfestivals is te verklaren vanuit zowel de vraag- als de aanbodkant. Veranderingen in de samenleving hebben ook het aanbod aan livemuziek getransformeerd. In de huidige fluïde, vluchtige samenleving hebben mensen behoefte aan nieuwe vormen van verbondenheid en betekenisgeving. De vrijetijdconsument is een veeleisende omnivoor die zoekt naar vernieuwing, verrassing en verwondering. Het traditionele muziekaanbod voldeed onvoldoende aan die behoefte. Tussen 2008 en 2017 is bijna de helft van alle traditionele discotheken – met wekelijks dezelfde dj's en muziek – verdwenen in Nederland; de muziekfestivals voldoen met hun tijdelijkheid en hoge belevingswaarde een stuk beter aan de wensen van de consument van nu. Bijkomende factor is het feit dat festivalbezoek mainstream is geworden: waar de festivalweides voorheen het domein waren van vooral alternatieve jongeren met lang haar en *kisten* vind je er tegenwoordig mensen met verschillende leefstijlen en achtergronden. Ook de leeftijd van festivalbezoekers wijzigt: voor 40-plussers is het tegenwoordig een gangbare vrijetijdsbesteding.

Een tweede ontwikkeling is de deinstitutionalisering van stedelijke culturele voorzieningen. Theaters, schouwburgen en poppodia waren voorheen vaak losstaande, gevoelsmatig vaak zelfs gesloten gebouwen waar alleen de mensen die zich rekenden tot de betreffende *community* de weg naar binnen



vonden. De afgelopen jaren hebben veel instellingen zich echter op verschillende manieren meer onderdeel van de stad gemaakt. Ten eerste hebben veel muziekpodia een verandering doorgemaakt van een focus op het gebouw naar een focus op het eigen *brand*. In Amsterdam is Paradiso een merk dat op verschillende locaties in de stad programmeert en in Rotterdam geldt hetzelfde voor Rotown. Een tweede ontwikkeling is te zien bij podia, die zelf (*spin-off*) festivals gaan organiseren in de stad, zoals Encore Festival vanuit Melkweg (Amsterdam) en WOO HAH! dat deels vanuit 013 (Tilburg) geïnitieerd is. In Brussel organiseert Ancienne Belgique jaarlijks in het hart van de stad de genre-overschrijdende festivals Feeërieën en Boterhammen in het Park. Ten derde worden de gebouwen zelf in sommige gevallen opener en multifunctioneler, zoals TivoliVredenburg in Utrecht.

De twee geschetste ontwikkelingen hebben de stedelijke muziekecologie veranderd. Het aanbod van livemuziek in steden is sterk toegenomen en ook beter zichtbaar, toegankelijker en beter ingebed. Deze ontwikkeling kent echter ook een keerzijde: ten eerste zorgt het toegenomen aanbod niet per definitie voor een betere stedelijke humuslaag. Voor veel poppodia blijkt het steeds lastiger om de rol van aanjager van lokaal talent te vervullen (bijvoorbeeld als gevolg van commercialisering, verdwijnen van oefenruimtes) terwijl festivals, gezien het tijdelijke karakter, niet in staat zijn die rol over te nemen. Daarnaast vindt de geschetste groei plaats in steden waar tegelijkertijd een enorme verdichting plaatsvindt. Dat zorgt niet alleen voor een afname van het aantal geschikte festivallocaties maar ook een groeiend risico op overlast, met name in het geval van festivals die een weliswaar tijdelijke maar zeker ook substantiële claim leggen op de openbare ruimte. Het gevolg is de spagaat waarin het sterk gegroeide aantal gebruikers van de stad enerzijds vermaak wil en anderzijds de bron vormt van een groeiende ervaring van overlast. In veel steden zoekt de lokale overheid dan ook naar nieuwe vormen van beleid op het gebied van livemuziek.

De waarde van livemuziek voor steden

Binnen de geschetste transformatie van een *recorded* naar een *live*-muziekindustrie heeft de livemuziek sector zich de afgelopen decennia sterk ontwikkeld en geprofessionaliseerd. Poppodia

en festivals krijgen daardoor een steeds prominentere rol in het cultuurbeleid van steden. Hoewel de lokale subsidies aan live popmuziek minder hoog zijn dan die aan andere cultuurvormen, investeren veel Nederlandse gemeenten een substantieel bedrag in podia en festivals, voornamelijk vanwege de waarden die zij vertegenwoordigen voor de omgeving waar optredens plaatsvinden. Ten eerste heeft livemuziek culturele waarde. Het is een creatief uitdrukkingmiddel dat bijdraagt aan een levendig lokaal cultureel aanbod en aan de talentontwikkeling van mensen. Livemuziek kan inspireren en op die manier zorgen voor artistieke ontwikkeling bij zowel muzikanten als kunstenaars in andere cultuurdisciplines. De intrinsieke culturele waarde van livemuziek is echter doorgaans geen hoofdzak voor lokale politici en beleidsmakers. Doorslaggevende factor voor het subsidiëren van podia en festivals is eerder het te verwachten positieve economische effect. Optredens genereren omzet, zorgen voor werkgelegenheid, versterken de aantrekkelijkheid van een stad en kunnen het toerisme doen toenemen. Een gevulde culturele agenda zorgt voor een positief imago onder toeristen en potentiële inwoners.

De kern van livemuziek is het op een fysieke plek samenkomen van muzikant en publiek

Een ander belangrijk argument voor het ondersteunen van de livemuzieksector is de sociale impact van optredens. Het gezamenlijk bezoeken van concerten kan de sociale relaties tussen mensen versterken. Voor subculturen en stedelijke gemeenschappen zijn liveoptredens momenten waarbij een collectieve identiteit tot uitdrukking komt. Ook kunnen podia of festivals bijdragen aan de identiteit van een buurt of stad. Op



de Appeltjesmarkt in Amsterdam vindt bijvoorbeeld jaarlijks het Jordaan Festival plaats. Hier wordt de rijke geschiedenis van de Jordaan gevierd met levensliederen. De sociale waarde van livemuziek blijkt ook uit de maatschappelijke betrokkenheid van veel podia en festivals. Zij organiseren bijvoorbeeld activiteiten voor de buurt, doen aan jongerenwerk of stellen maatschappelijke kwesties aan de orde zoals duurzaamheid en inclusiviteit.

Ten slotte is er nog de ruimtelijke waarde van livemuziek. Optredens hebben invloed op de beleving van de fysieke leefomgeving. Leegstaande gebouwen kunnen als poppodium een nieuwe bestemming krijgen. Vaak zijn het de rauwe rafelranden van een stad waarin subculturen goed gedijen. Ook zorgt livemuziek voor positieve effecten op de beleving van een buurt. In Rotterdam heeft het festival Nacht van de Kaap bijgedragen aan de opwaardering van de wijk Katendrecht. Dit voorbeeld illustreert hoe livemuziek tegenwoordig onlosmakelijk verbonden is met stedelijke ontwikkeling.

Naast alle positieve effecten heeft livemuziek in steden, zoals eerder gesteld werd, vaak ook een negatieve impact. Geluidsoverlast is het meest voor de hand liggende effect, dat door de groei van het aantal buitenfestivals recent nog meer impact heeft gekregen. Daarnaast spelen ook overlast van bezoekers, omgevings- en milieuschade, effecten op het gebied van (verminderde) bereikbaarheid en eventueel verdringingseffecten een rol, zeker in de sterk verdichtende stedelijke omgeving.

Een duurzame muziekecologie?

De afgelopen jaren heeft livemuziek zich ontpopt als de nieuwe economische motor van de muziekindustrie. De kern van livemuziek is het op een fysieke plek samenkomen van muzikant en publiek. Aangezien zowel artiesten als publiek zich voornamelijk in steden concentreren, kan de stad gezien worden als het hart van de livemuziekindustrie. Voor steden is het niet alleen van belang zich bewust te zijn van de kracht en waarde van popmuziek of om ruimte te geven aan poppodia en festivals, maar ook om een aantrekkelijk klimaat te scheppen voor muzikanten en andere muziekprofessionals en beleid te formuleren dat recht doet aan zowel het publiek voor livemuziek als de stedelijke bewoner en bezoeker. Om de waarde van livemuziek voor de stad te

optimaliseren en voor de lange termijn duurzaam te maken, is het van belang om te investeren in de gezondheid van de gehele stedelijke livemuziekecologie: het geheel van artiesten, publiek, muziekindustrie, stedelingen, beleidsmakers en de plekken in de stad waar popmuziek beleefd wordt.

Literatuurselectie

- Behr, A., Brennan, M., Cloonan, M., Frith, S., & Webster, E. (2016) Live concert performance: An ecological approach. *Rock Music Studies*, 3(1), pp. 5–23.
- Datagraver (2016) Omzet Nederlandse muziekindustrie 1975-2015. Geraadpleegd via <https://www.datagraver.com/case/omzet-nederlandse-muziekindustrie-1975-2015>
- Naveed, K., Watanabe, C., & Neittaanmäki, P. (2017) Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry – Lessons from the US experiences. *Technology in Society*, 50, pp. 1–19. Geraadpleegd via <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.03.005>
- NVPI (2018) Omzet Nederlandse muziekindustrie stijgt door in 2017. Geraadpleegd via <https://nvpi.nl/nvpi-audio/2018/04/24/omzet-nederlandse-muziekindustrie-stijgt-door-in-2017/>
- Respons Marktonderzoek (2018) Opnieuw groei festivals, bezoek meer verspreid over Nederland. Geraadpleegd van <http://www.respons.nl/nieuws/opnieuw-groei-festivals-bezoek-meer-verspreid-over-nederland-2>
- Vugt, J. van (2018) De Waarde van Pop 2.0. De maatschappelijke betekenis van popmuziek. Amsterdam: POPnl & VNPF

Martijn Mulder, Pauwke Berkers, Rick Everts, Erik Hitters & Arno van der Hoeven vormen samen het onderzoeksteam POPLIVE dat vanuit Erasmus Universiteit Rotterdam en Hogeschool Rotterdam werkt aan het NWO-project Staging Popular Music: sustainable live music ecologies for artists, venues and cities. Meer informatie is te vinden op www.poplive.nl.

EEN CHAOTISCHE SPONS

Wie Gent zegt, zegt rebellie, authentieke no-nonsense en tegendraadsheid. De Stroppendragersstad voldoet ook op muzikaal vlak aan deze premisse. Geen dag gaat voorbij of je vindt er ook anno 2019 op elke straathoek een blues-, jazz of folkconcert. Met als hoogtepunt de jaarlijkse Gentse Feesten, intussen ook welbekend bij de noorderburen.

9000 Toeren is vernoemd naar de postcode van de stad – negenduust in het plaatselijke dialect. Net alshaarelectischemuzikalegeschiedenis, is ook dit werk over Gent tot stand gekomen vanuit een resem anekdotes, verhalen, rode draden, interviews en auteurs van diverse pluimage. Tegelijk vormt dit zowel de sterkte als de zwakte van dit overigens prachtig vormgegeven document. Het werk is zorgvuldig opgedeeld per decennium, startend in de jaren 1960 en afrondend in 2015. Drie belangrijke gitaristen voor de Gentse muzieksène van de fifties, de sixties en zelfs de seventies leerden als jongens gitaar spelen in het vuilbakkot van de hoge woonblokken aan de Watersportbaan: “In Gent was er niets”, aldus Dan Ellery. En zo begon de weelderige chaos.

Niet veel later zouden twee Gentse monumenten voorgoed het landschap hertekenen. Roland Van Campenhout is vandaag wereldberoemd in Gent en Vlaanderen als een van de meest enigmatische langharige bluesgenieën die Gent ooit voortbracht (en die de wereld rondreisde als bandlid van Rory Gallagher). Walter De Buck blies met monumentale baard de Gentse Feesten in 1969 nieuw leven in door enkele bierbakken van planken en twee micro's te voorzien op het Bij Sint-Jacobs-plein om er Gentse volksliedjes zonder pretentie te brengen. Dat (veel te) kleine deel van het plein werd bij zijn dood in 2014 omgedoopt tot het Walter De Buckplein. Het moet gezegd, 9000 Toeren zal misschien vooral de Gentse muziekiefhebber (of de reeds enige tijd in Gent verblijvende inwijkeling) aanspreken. Het boek is tegelijk een trip down memory lane en een weetjesfestival. Je komt er te weten welke concertzaal of organisatie huiste in je favoriete café van vandaag. Je leert er dat wat vandaag een verzamel- en discussieplek is voor literatuur- en kunstminnende Franstalige bourgeois, in de jaren 1980 nog het epicentrum was van de anarchistische punkscène. Dat het Kunstencentrum Vooruit er in 2019 misschien al lang niet meer was geweest. En dat 'de' uitgaansbuurt doorheen de decennia verhuisde van de Veldstraat naar de Boudewijnstraat en via de Kuiperskaai uiteindelijk richting Overpoortstraat en Vlasmarkt zijn weg vond.

Zowat alles muziekgenres komen aan bod: van folk, over rockabilly, dance en metal, tot hiphop. Waar de zestiger jaren en uitlopers richting seventies en eighties nog een relatief chronologisch verhaal vormen, met af en toe zelfs een spannende plot of een ontbrekend puzzelstuk uit een eerder hoofdstuk, verworden de jaren 1990 en vooral de periode na de eeuwwisseling tot een wat onsamenhangend overzicht van bands die iets betekend

hebben voor Gent en dat al dan niet nog steeds doen. Geschiedenis schrijven op het moment dat ze zich voordoet is nu eenmaal lastig. Een afweging van het belang van een artiest, scène of plek van samenkomst en vertier kan pas vele jaren later.

Deze halve eeuw Gentse muziek zal, zoals reeds gezegd, misschien vooral de Gentenaar bekoren. In wijder perspectief kan het echter ook aanslaan bij de muzikant, de socioloog, de

cultuurminnaar, de onderzoeksjournalist en de historicus. Jammer genoeg prikkelt het slechts in beperkte mate mijn interesses als geograaf. Of ruimtelijk planner, indien ik dat was. Het boek ontbeert een passage of rode draad, waarbij de lezer inzage krijgt in de precare relatie, de haat-liefdeverhouding of een andere band die de artiest met zijn of haar stad heeft. Welke vormen van stedelijkheid en haar sociale interacties inspireren hen?

Eén vermelding komt er nog het dichtst bij in de buurt. Een constante komt stevast terug wanneer je je verdiept in 50 jaar muziek in Gent. Niet de gemeenschappelijke thematiek in de teksten, niet de samenvloeiing van Leie en Schelde, niet de Gentse 'r' ('daarvoor staan er teveel West-Vlamingen op de Gentse podia'). "Neen, bijna elk pop- of rockcombo is groot geworden op café". De impact van optredens in het versterken van de sociale relaties tussen mensen,

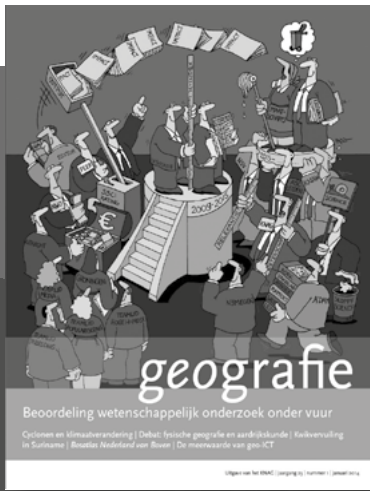
waar Martijn Mulder het eerder in dit themanummer over heeft, komt in Gent sterk tot uiting. Hiermee wordt een 'collectieve identiteit' uitgedrukt.

De Gentse muzieksène wordt net gekenmerkt door het opsorpen en verwerken van diverse invloeden, en dat eclecticisme komt in 9000 Toeren mooi tot uiting. Een chaotische spons, nogmaals. Zolang de creatieve, mild rebelse Gentenaar maar ruimte krijgt om 'zijn ding te doen'. 9000 Toeren is een meer dan verdienstelijke poging om een gigantische ambitie waar te maken. Dit boek kan je vastnemen en lukraak halverwege openslaan om er een passage uit te lezen, of van kaft tot kaft verslinden. Zoals de achterflap enigszins provocatief aangeeft: "Beleef alles terug vanop de eerste rij of dicht eindelijk het gat in uw Gentse muziekcultuur".

Literatuurselectie

Brys, K. (red.) (2015) 9000 Toeren – 50 jaar muziek in Gent. Gent: Borgerhoff & Lamberigts.

Nicolas Dewulf (nicolasdewulf@gmail.com) is Msc. Geografie en Msc. Politieke Wetenschappen (UGent) en redactielid bij AGORA.



geografie

Hèt tijdschrift voor geografen en studenten geografie



| informatie over actuele ruimtelijke ontwikkelingen in Nederland en daarbuiten | reisverhalen | opinies | achtergrondinformatie | recensies | columns | geografische agenda | interviews | nieuwsberichten | boekbesprekingen | aanbiedingen ...



Geografie verschijnt negen keer per jaar en kost studenten slechts € 35 per jaar, aio's en oio's betalen € 71,50 (normale prijs € 95,50 per jaar). Het lidmaatschap van het Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap (KNAG), het belangrijkste netwerk voor geografen in Nederland, is bij de prijs inbegrepen.

Kijk op www.geografie.nl of bel 030 7115 110 voor een abonnement. Een welkomstcadeau ligt klaar!





MUZIEK VOOR HET GOEDE DOEL

Het geloof in de positieve werking van muziek is groot. Diverse onderzoeken suggereren dat muziek positief bijdraagt aan individuele ontwikkeling en het functioneren van groepen. Dat wil echter niet zeggen dat dit vanzelf gaat. Tijd voor een kritische reflectie, gebaseerd op onderzoek dat ik samen met onderzoeksbureau Urban Paradoxes uitvoerde.

We leven in een samenleving waarin gemeenschapszin onder druk lijkt te staan. Binnen een zelf-profileringscultuur, waar het steeds meer om individuen draait, 'doen' we veel niet meer samen. Maar de behoefte om samen te doen, en samen de stad te vormen, is er wel. Stadsmakers proberen bijvoorbeeld cultuur in steden te bevorderen door middel van activiteiten. Dit gebeurt echter niet per definitie op een inclusieve manier. We bouwen aan gemengde wijken, maar ook dat lijkt niet per se te leiden tot inclusiviteit of sociale cohesie. Bovendien is er sprake van een polarisering en verharding van de politiek en de samenleving, wat bevolkingsgroepen juist uiteen drijft. De nadruk op een eenzijdige identiteitspolitiek wordt ook steeds groter: wie is dé Nederlander of Vlaming en wie hoort er wel en niet in 'ons land' thuis? In een maatschappij waar meer verschillen dan overeenkomsten zouden bestaan, zijn velen op zoek naar een tastbare eenstemmigheid. Dat alles maakt duidelijk dat er nood is aan onderzoek naar de vraag hoe we tot gemeenschappelijk handelen en inclusiviteitsdenken komen.

Ook in de kunst- en cultuurwereld zijn er geëngageerde kunstenaars die deze maatschappelijke problematiek onderzoeken, onder andere door het inzetten van muziek. Hoewel muziek al van oudsher mensen samenbrengt, zijn er sinds de tweede helft van de twintigste eeuw nieuwe termen in omloop

gekomen binnen de kunstwereld en academische literatuur: *community-art*, *participatieve kunst* of *social practice art*. Deze termen verwijzen naar praktijken die zich richten op het inzetten van verschillende kunstvormen als middel om bijvoorbeeld gemeenschapsgevoelens aan te wakkeren en verschillen te overbruggen. Door op lokaal niveau te werken en deelnemers de mogelijkheid te geven om te participeren op allerlei manieren, hopen deze zogenaamde geëngageerde kunstpraktijken positieve verandering op individueel, buurt- en soms zelfs stadsniveau te stimuleren.

De belofte van muziek

De belofte van muziek in geëngageerde kunstpraktijken is duidelijk: zij opent kansen voor ontmoeting, kan wederzijds begrip en respect doen ontstaan, laat andere mogelijke werkelijkheden zien en helpt bij het uiten van emoties. Muziek kan verwonderen, verblijden, verwarren en schept het vermogen om de samenleving te bevragen met een open blik, schoonheid te zien en inspirerende toekomstbeelden vorm te geven. Achter geëngageerde kunstpraktijken zit bovendien vaak een verbindingsfilosofie verscholen. Gezamenlijk muziek maken zou gemeenschapsgevoelens aanwakkeren. Muziek creëert een eerste ontmoeting, en dát maakt dat verschillen tussen

mensen overbrugd kunnen worden. Hiermee vergroot muziek gemeenschapsgevoelens op verschillende schaalniveaus: tussen deelnemers, met het publiek, in de buurt of soms zelfs met de stad. Hierin weten deze praktijken zich ook gesteund door internationale wetenschappelijke literatuur, zoals de contacthypothese uit de sociale psychologie. Door een positieve contactervaring te creëren door middel van bijvoorbeeld muziek, kunnen negatieve houdingen en beeldvorming ten opzichte van andere groepen worden verminderd.

Maar hoe prikkelen deze muziekpraktijken burgers tot veranderingen? Hoewel deze kunstpraktijken zich verhouden tot complexe maatschappelijke vragen, of zogenaamde '*wicked problems*', begint de werking die ze hebben vaak op een lager niveau. Door middel van muziek, proberen ze verbindingen tussen burgers die elkaar niet spontaan opzoeken te prikkelen om daarmee verschillen te overbruggen. Een duidelijk voorbeeld hiervan zijn de programma's van 'Stichting MusicGenerations', die op verschillende plekken in Nederland en internationaal worden aangeboden. MusicGenerations initieert en programmeert muzikale ontmoetingen, uitwisselingen en talentontwikkeling tussen mensen met verschillende leeftijden en culturele achtergronden, die een passie hebben voor muziek en verhalen. Haar filosofie bestaat uit vijf kernelementen: inclusiviteit, ontmoeting, talentontwikkeling, muzikale cross-overs en wederzijds versterkende samenwerking met partners in de omgeving van de ontmoetingslocatie. Juist omdat MusicGenerations met haar programma's heeft geleerd over processen die spelen in een diverse samenleving, werkt de organisatie vanuit een inclusieve visie. "Inclusiviteit" gaat hier over de manier waarop een diverse groep mensen in de dagelijkse praktijk goed met elkaar kan samenleven, gebaseerd op wederkerigheid en respect. Voor MusicGenerations draait dit ook om het respecteren van diverse aspecten van de identiteiten van deelnemers en het erkennen van ieders bijdrage, inzet en talenten.

Op iedere nieuwe locatie beginnen de programma's van MusicGenerations met ontmoeting. Hierbij worden potentiële deelnemers benaderd door het team of actieve deelnemers, met de vraag wie er een talent heeft, maar vooral wie er zin heeft om mee te doen. De samenwerkingspartner van de locatie benadert talenten uit de omgeving. In de eerste bijeenkomsten presenteren deelnemers hun muziek aan elkaar en delen zij hun verhalen. In latere sessies maken ze samen nieuw werk. De ontmoeting verloopt hiermee via muziek of een ander talent. Samen met een band, bestaande uit conservatoriumstudenten en lokale musici, vinden repetitiedagen plaats. De duur van projecten is afhankelijk van beschikbare budgetten, en kan lopen van drie maanden tot anderhalf jaar. Ervaring heeft geleerd dat MusicGenerations, om enige impact te hebben, minimaal 3 maanden aanwezig moeten zijn en wekelijkse of tweewekelijkse bijeenkomsten moeten organiseren. Uiteindelijk monden de repetities uit in optredens, die bijvoorbeeld te zien zijn op samenwerkingslocaties, landelijke festivals en in theaters. Twee van haar programma's staan in dit artikel centraal: Talent voor Vrijheid (2015) en het daaropvolgende Talent voor Gastvrijheid (2016-2017). Het eerste project had als thema de herdenking van de Tweede Wereldoorlog, die zeventig jaar daarvoor eindigde, en richtte zich op het vinden van een gemeenschappelijke noemer in muziek en het belang van vrijheid. Het tweede project is een vervolg hierop en wordt gekenmerkt door een inclusieve visie op talentontwikkeling en een dynamische uitwisseling tussen Nederlanders, nieuwkomers en vluchtelingen in en buiten asielzoekerscentra [AZC].

MusicGenerations in de praktijk

Door jong (14-25 jaar) en oud (55- 90 jaar), mensen met verschillende culturele achtergronden en nieuwkomers samen muziek te laten maken, creëert MusicGenerations een nieuwe visie op een inclusieve samenleving. Doordat ze werkt vanuit de principes van inclusiviteit en ontmoeting, is er een grote nadruk op

de erkenning van ieders bijdrage. Muziek is hierbij een middel om een beeld te scheppen van een andere sociale werkelijkheid. Zowel het repertoire van de groep, met muziek uit verschillende delen van de wereld in een weelde aan talen en stijlen, als de gemixte groep mensen die samen op een podium staan, brengt een boodschap over aan het publiek en de samenleving als geheel.

Bij MusicGenerations gaat het dan ook niet om het beroemd worden: het gaat over het delen van een mooie ervaring en plezier hebben met elkaar. Jong en oud, Nederlandse Marokkanen, Nederlandse Nederlanders of welke etniciteit of cultuur dan ook, iedere deelnemer interageert met de ander en deelnemers hebben een wederzijdse positieve houding. Belangrijk is dat er waardering is voor de ervaring die iedereen kan brengen: jongeren waarderen de levenservaring van ouderen, terwijl ouderen voordeel ondervinden van de vitaliteit en energie van jongeren. Liefde en respect maken dat de muzikale ervaringen verschillen overbruggen, of misschien zelfs irrelevant maken. Een superdiverse groep creëert ruimte voor andere bindende factoren, zoals de passie voor muziek. Iedereen is immers 'anders', en dat maakt 'anders zijn' irrelevant. De gedeelde passie vergemakkelijkt het omgaan met verschillen. Verschillende momenten in de optredens voor Talent voor Vrijheid lieten dit ook zien. Een Nederlands-Nederlands meisje is gaan houden van de Koerdische taal en zingt een duet in het Koerdisch met een Koerdisch-Nederlands meisje. Een 80-jarige Indonesisch-Nederlandse vrouw en een 16-jarig Nederlands-Nederlands meisje knuffelen elkaar in een uiting van gedeelde opluchting, nadat zij '*Imagine*' van John Lennon gezongen hadden. Een oudere Nederlands-Nederlandse vrouw is zo enthousiast dat ze de hand van een jonge jongen vastpakt, en ze lachen waarderend naar elkaar. Dit soort momenten maken gemeenschapsgevoelens, het gevoel erbij te horen, tastbaar.

Niet alleen binnen de deelnemersgroep, maar ook daarbuiten versterkt MusicGenerations gemeenschapsgevoelens. Door bijvoorbeeld actief omwonenden uit de omgeving van de AZC's bij het programma Talent voor Gastvrijheid te betrekken, zowel in de rol van deelnemer als van publiek, stimuleert ze bredere betrokkenheid. Om dit te bereiken wordt samengewerkt met lokale partners: zij weten immers hoe dingen lokaal werken, wat zorgt voor draagvlak, en zij mobiliseren talenten uit de omgeving. Hoewel bij de eerste voorstelling van het programma Talent voor Gastvrijheid, met de titel 'Vreemde Gasten', nog weinig omwonenden aanwezig waren, waren er bij de eindvoorstelling meer omwonenden dan mensen uit het AZC aanwezig. De combinatie van muziek, plezier en vrolijk spelende kinderen, leek positief te werken onder de omwonenden. Een publieksonderzoek bij Talent voor Vrijheid, liet ook zien dat het publiek de positieve boodschap over diversiteit en het belang van vrijheid haarfijn oppakte. Zo wordt de boodschap van MusicGenerations ook buiten de deelnemersgroep verkondigd en krijgt deze een plek in de bredere samenleving.

Ruimte maken voor verschillen

Dat muziek een verbindende werking kan hebben, wil niet zeggen dat het vanzelf gaat. Er zijn verschillende voorwaarden waarover organisatoren van geëngageerde kunstpraktijken moeten nadenken in verschillende fases van het project en uitdagingen die ze het hoofd moeten bieden. Sommigen hiervan, zoals het opstellen van concrete doelstellingen of het leren kennen van de deelnemersgroep, zijn vanzelfsprekender dan andere. In de basis moet er rekening mee worden gehouden dat een muziekproject in een diverse groep niet voor iedereen een vanzelfsprekende plek is om in te ontwikkelen of een breed netwerk op te bouwen. Mensen die samenkomen in muziek zijn vaak al geïnteresseerd of hebben al meer muzikale ervaring. Door ook voor mensen die in eerste instantie geen muzikale interesse hebben ruimte te maken, betreft MusicGenerations bij haar programma ook mensen die bijvoorbeeld meer interesse hebben in het vertellen van verhalen of het voordragen van gedichten of die juist nog nooit iets met kunst



hebben gedaan.

Daarnaast wordt vaak aangenomen dat mensen die op projecten afkomen die als doel hebben diversiteit te overbruggen, vaak al openstaan voor diversiteit. De praktijk laat dit niet altijd zien: MusicGenerations trekt deelnemers aan die nieuwsgierig zijn naar diversiteit en er zelf op afkomen, maar ook mensen voor wie kennismaking met andere culturen spannend is en die via andere deelnemers overgehaald worden langs te komen bij MusicGenerations en overstag gaan. De ervaring van MusicGenerations heeft hen wel geleerd dat mensen die geen interesse hebben in diversiteit geen actieve deelnemer zullen worden. Door te werken in de omgeving van AZC's, waar weerstand in veel gevallen groter is, kan MusicGenerations bijdragen aan het actief vormgeven van de beeldvorming. MusicGenerations mobiliseert daarom bewust publiek uit de omgeving om naar concerten te komen en talenten uit de omgeving maken onderdeel uit van de actieve deelnemersgroep. Op deze manier kunnen er nieuwe, positieve interacties ontstaan tussen vluchtelingen in AZC's en omgeving.

Door samen te werken en tijd en energie te steken in het leren kennen van de deelnemersgroep en de buurt, kan vertrouwen opgebouwd worden. Mensen moeten zich thuis kunnen voelen op een plek, waarin ze een vertrouwen ontwikkelen en zich durven te ontplooiën. Door veiligheid te bewaken en neutraliteit te garanderen, kunnen deelnemers vrij spreken en de dialoog aangaan met andersdenkenden. Dit komt ook sprekend naar voren in het sterke familiegevoel dat MusicGenerations bijvoorbeeld met haar project Talent voor Gastvrijheid opwekt. Een deelnemer uit Syrië vertelde bijvoorbeeld: *"MusicGenerations heeft het makkelijker gemaakt. Ik vond er mijn nieuwe familie, andere muzikale talenten en op sociaal vlak, zoveel positieve vibes"*. Dit geldt niet alleen voor nieuwkomers, deelnemers van dichtbij hechten eveneens een grote waarde aan dit familiegevoel. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat deelnemers die bijvoorbeeld vooral met muziek bezig willen zijn en de sociale component van MusicGenerations niet ambiëren, eerder afhaken. Deelnemers die blijven, komen uiteindelijk zowel voor de sociale als de artistieke dimensie.

Samen maken

Daarbij komt dat échte verbinding alleen kan ontstaan als er samen gemaakt wordt. Dit betekent dat de muzikant zich als maker opstelt voor nieuwe activiteiten, deelnemers en ideeën. Dat

heeft ook positieve bijkomende gevolgen: door inclusief te werk te gaan, kan kunst en cultuur toegankelijker worden gemaakt voor een breder publiek. MusicGenerations verwezenlijkt dit met haar methode. In eerste bijeenkomsten presenteren deelnemers hun muziek aan elkaar en delen zij hun verhalen. Later maken ze juist samen nieuw werk. De ontmoeting verloopt hiermee via muziek. Waardering voor iemands muzikale talent en een gedeelde passie voor muziek, zet zich hiermee om in een soepeler sociaal contact.

Dit betekent ook dat een muziekproject inspeelt op deelnemersbehoeften. Als deelnemers hun eigen behoeften op tafel mogen leggen, en vervolgens mede-eigenaar worden van de processen en producten die daaruit voortkomen, vergroot dit de kans op een duurzame en betekenisvolle bijdrage van het project. Hoewel het MusicGenerations team de liedjes selecteerde die werden uitgevoerd tijdens de optredens van Talent voor Vrijheid, kon deze selectie worden aangepast op basis van de voorkeuren en genres waarin deelnemers geïnteresseerd waren. Binnen MusicGenerations worden deelnemers daarmee aangesproken op hun talenten en hun eigen muzikale en culturele voorkeuren. Gedurende het proces, maar met name in het begin, is er daarom veel ruimte in het programma voor het ophalen van de talenten en voorkeuren van deelnemers. Een deelnemer van het project Talent voor Vrijheid gaf bijvoorbeeld aan: *"Ik kom dan misschien wel uit Indonesië, maar ik zing veel liever jazz"*. Deelnemers krijgen hiermee de mogelijkheid om hun, misschien onverwachte, voorkeuren kenbaar te maken.

Continuïteit en langdurig contact

Het is van belang om er bewust van te zijn dat veel projecten niet veel meer kunnen doen dan een eerste ontmoetingsmoment creëren. Dit doet niets af aan het feit dat eerste ontmoetingen waardevol kunnen zijn, maar het betekent wel dat we realistisch moeten blijven over wat een kunstproject kan bewerkstelligen en in welke mate. Om een langdurig gemeenschapsgevoel te doen ontstaan, kunnen projecten niet incidenteel plaatsvinden. Eerste ontmoetingen zijn daarvoor niet genoeg, en vinden bovendien plaats op kleine schaal. Met één kunstproject, in één buurt, ga je de wereld niet veranderen, maar misschien wel, in ieder geval kortstondig, de wereld van één persoon of van die ene buurt. MusicGenerations is zich ervan bewust dat deelnemers en omgeving de kans moeten krijgen om tot een intensievere ontmoeting te komen. De ervaring van MusicGenerations heeft geleerd dat regelmatige workshops



gedurende een periode van 3 maanden minimaal nodig zijn om echte verbinding tussen deelnemers en omgeving te maken, hoewel ze idealiter meer tijd zouden willen om langdurige connecties aan te wakkeren. Kort na afloop van de workshop gaven deelnemers ook aan nieuwe vriendschappen te hebben gesloten en sommigen zelfs dat ze een 'alternatieve familie' hadden gevonden bij MusicGenerations. Aangezien deze vragen zijn gesteld vlak na het programma, kunnen we niet vaststellen of er deze effecten ook op lange termijn blijven bestaan.

Om duurzame contacten te versterken, is continuïteit belangrijk. Door regelmatig samen te komen in een fysieke ruimte, stimuleer je het ontstaan van blijvende contacten tussen deelnemers. Dit bleek bij MusicGenerations lastig. Doordat het project plaatsvindt op verschillende plekken in Nederland, kunnen niet alle deelnemers continu betrokken blijven. Dit ondervinden sommigen van hen als nadelig. De afstanden en het reizen worden hen teveel en daardoor raken ze op de achtergrond. Mensen uit de grote groep (oud-)deelnemers en de mensen die bij het lopende programma betrokken zijn, zullen elkaar dan – in elk geval tijdelijk – minder zien. Een van de deelnemers gaf ook aan dat er binnen de groep een behoefte bestaat om enkele keren per jaar met de 'hele familie' bij elkaar te komen. Het levendig houden van de bredere 'MusicGenerations-community', is daarmee een van de uitdagingen die MusicGenerations het hoofd moet bieden.

Conclusie

In participatieve kunstpraktijken is muziek een middel om dwarsverbindingen te prikkelen en gemeenschapsgevoelens te creëren. Door een aanzet te geven tot ontmoeting door middel van muziek en mensen de ruimte te geven om samen te ontwikkelen, creëren praktijken zoals MusicGenerations, – in elk geval tijdelijk –, nieuwe verbindingen. Er zijn echter veel voorwaarden verbonden aan de manier waarop en in welke mate muziek dit soort processen kan stimuleren. Niet iedereen heeft evenveel interesse in muziek en daarom dienen kunstpraktijken als MusicGenerations ook ruimte te houden voor andere kunstvormen. Een inclusieve houding van de organisatie is noodzakelijk en draagt eraan bij dat er openheid is voor alle leeftijden, culturen en talenten. Echte verbinding kan bovendien alleen ontstaan als er samen gemaakt wordt. Door samen te werken aan een muziekstuk, kunnen mensen een ervaring delen, en dát laat verbindingen ontstaan. Dit betekent ook dat projecten rekening moeten houden met deelnemersbehoeften.

Langdurig contact ontstaat niet zomaar: deelnemers moeten continu bij elkaar worden gebracht in een fysieke ruimte, waar ze zich veilig en vertrouwd voelen om te ontwikkelen.

Tot slot moet er rekening mee worden gehouden dat de kracht van muziek alleen een werking kan hebben als er evenveel nadruk wordt gelegd op artistieke als sociale doelen. Projecten als MusicGenerations bevinden zich ergens tussen de kunstsectoren het sociaal domein in. We moeten er ons juist daarom bewust van blijven dat deze kunstvorm er niet is om problemen op te lossen. Muziek is niet hét antwoord of dé oplossing voor alle sociale problematiek die we waarnemen in de samenleving. Zoals MusicGenerations aangeeft: "Met één muziekproject gaan we de wereld niet redden". Wanneer het instrumentele van geëngageerde kunstpraktijken de boventoon gaat voeren, oftewel als kunst antwoord moet geven op of oplossingen moet bieden voor maatschappelijke vraagstukken, kan het geen kunst meer zijn. Wat deze praktijken wel doen door middel van kunst is vragen stellen. Juist door het stellen van vragen en andere mogelijke werkelijkheden te laten zien, kunnen zij een tegenwicht bieden aan diverse maatschappelijke tendensen. Zij vormen samen met deelnemers een mogelijke leefwereld, waarin het niet om vervreemde individuen draait, maar juist om gemeenschapszin. 'Goede' participatieve kunstpraktijken zijn daarom zowel sociaal als artistiek en stellen voortdurend vragen, in plaats van dat ze oplossingen zouden bieden.

Literatuurselectie

- Matarasso, F. (1997). *Use or Ornament: The social impact of participation in the arts*. Londen: Comedia.
- Trienekens, S. & de Groot, C. (2016). *Age Included: on Music, Generations, Diversity and Freedom*. Amsterdam: SWP Publishers.
- Trienekens, S. & Puijser, M. (2010). *Sociale effecten van Music Matters*. Amsterdam: Kenniscentrum Maatschappij en Recht.
- Trienekens, S., Swartjes, B., Versloot, B., & Logger, J. (2018). *Handreiking voor succesvolle inclusieve cultuurprojecten*. Amsterdam/Rotterdam: Urban Paradoxes & Inholland Lectoraat Dynamiek van de Stad.

Britt Swartjes (brittswartjes1@gmail.com) werkt sinds de zomer van 2017 als junior onderzoeker bij onderzoeksbureau Urban Paradoxes.



Verbreed je kijk met

RUIMTE is een driemaandelijks magazine dat wordt uitgegeven door de Vlaamse Vereniging voor Ruimte en Planning.

RUIMTE is een must voor iedereen die begaan is met ruimtelijke ordening en stedenbouw. Het

magazine belicht ook de ruimtelijke aspecten van aanverwante sectoren (mobiliteit, economie, architectuur, vastgoed, toerisme, natuur, landbouw, publiek domein, woonbeleid, landschapsarchitectuur ...)

RUIMTE brengt in elke editie een themadossier, met diepgravende analyses en genereus geïllustreerde bijdragen over de ruimtelijke actualiteit in binnen- en buitenland.

- De themadossiers in 2019
Regionale gebiedsontwikkeling [maart]
Tuinen [juni] Zorg [september]
De nomadische ruimte [december]

Bestel nu je exemplaar
via www.vrp.be/nl/los-nummer



Extra voordelige tarieven voor studenten.

EEN STAD OP ZOEK NAAR BALANS

"De stad is niet meer. We kunnen het theater verlaten" opende minister Kasja Ollongren (Nederlandse minister van Binnenlandse Zaken) haar betoog tijdens de Dag van de Stad. De quote is afkomstig uit het essay *The Generic City* van Rem Koolhaas. Deze tekst werd geschreven in een tijd waar de stad vervallen was geraakt en afgeschreven werd. Had iemand vijftig jaar geleden geloofd dat de stad vandaag populairder dan ooit zou zijn? Dat de hedendaagse stedelijke problematiek bijna dagelijks terug te lezen en te zien zou zijn in het nieuws? Dat meer dan 1800 professionals, inwoners, wetenschappers, bedrijven en maatschappelijke organisaties samen zouden komen om te praten over de ontwikkeling van de stad en de stedelijke regio's in Nederland?

In de Rijtuigenloods in Amersfoort werd op 29 oktober voor de tweede keer een inspirerende Dag van de Stad georganiseerd. Het onderwerp van gesprek was de stad in balans. Op het hoofdpodium spraken prominente figuren zoals Jan Latten (hoofddemograaf bij het Centraal Bureau voor de Statistiek) en Roger van Bortel (directeur Nederlandse Spoorwegen) over hun allerbelangrijkste boodschap - uitgesproken alsof ze de wereld nog maar één keer mochten toespreken. In verschillende sessies, rondleidingen en in deelcongressen werden bezoekers meegenomen in verschillende vraagstukken rondom wonen, reizen en winkelen in de steeds groter groeiende metropoolregio's. De deelcongressen gingen dieper in op verschillende onderwerpen zoals veiligheid, inclusiviteit, transformatie en duurzaamheid in de stad. Hoe zorgen we voor een goed evenwicht tussen uiteenlopende belangen zoals tussen zorg en veiligheid, bezoekers en bewoners, groen en steen?

Om die veelbesproken balans in de stad te vinden, werd door verschillende sprekers aangemoedigd om te experimenteren en vooral te doen. De burgemeester van Amersfoort, Lucas Bolsius, trapte de dag af met de schaatsen van zijn dochter in de hand. Deze stonden symbool voor durf. Aldus Bolsius: *"We moeten durven onderuit te gaan als het gaat om steden, bedrijven en kennisinstellingen, die samen oplossingen vinden voor de stedelijke uitdagingen"*.

Als speciale gast was Robert Hammond, initiatiefnemer van de *High Line* in New York, ingevlogen. *"Success is boring, failure is more interesting."* stelde Hammond. *"We've made the crazy credible"*. Dit publieke initiatief heeft een enorme waardeontwikkeling teweeggebracht in het omliggende gebied. Wanneer wordt gevraagd wat Hammond nu anders had gedaan, geeft hij aan dat hij buurtbewoners om meer inspraak zou vragen en ervoor zou zorgen dat de buurt – specifiek de sociale woningbouw – mee konden profiteren van de groei die de *High Line* teweeg heeft gebracht.

Inclusiviteit was een gespreksonderwerp dat hoog op de agenda stond tijdens de Dag van de Stad. Eén van de belangrijkste vragen tijdens deze dag was misschien wel hoe voor iedereen plek gemaakt kan worden in onze stedelijke regio's? Ook tijdens het deelcongres 'De Welvarende Stad' stond deze vraag centraal. Onder leiding van journaliste Floor Milikowski, die hier een gelijknamig boek over heeft geschreven, werden verschillende voorbeelden gegeven van hoe de stad economisch succesvol kan zijn en tegelijkertijd een fijne

plek kan blijven om te wonen. De vraag rees hoe deze balans werkt op straatniveau en of elke straat in de stad moet worden ingericht als een ideale mix tussen winkels, horeca, openbare ruimte en wonen? In deze discussie werd duidelijk dat de stad verschillende belangen dient en dat bewoners, bezoekers en ondernemers andere (economische) belangen hebben. De conclusie was dat maatwerk en samenleven de belangrijkste aandachtspunten zijn.

Zal de stad zoals vijftig jaar geleden snel weer afgeschreven worden? De stad staat onder druk: de woningmarkt is zeker in de stedelijke regio's oververhit. De huidige bouwplannen zijn nog lang niet genoeg om iedereen (betaalbaar) te kunnen huisvesten. Keren we op een gegeven moment weer de rug naar de stad? Terug naar de afsluitende woorden van minister Ollongren: *"De stad is nooit af (...) we moeten de kansen benutten die we nu met elkaar zien"*. De Dag van de Stad 2018 stond in teken van uitdagingen maar vooral in het teken van positiviteit, inspiratie en enthousiasme om verder te gaan werken aan de stad. Minister Kasja Ollongren kondigde aan dat er ruimte is voor meerdere seizoenen 'Heel Holland Bouwt'.

De directrice van het Bijlmer Parktheater, Ernestine Comvalius, daagde Nederlandse steden uit om de titel de 'Inclusieve Hoofdstad van Nederland' binnen te slepen. Verschillende projecten hebben laten zien dat het vandaag al mogelijk is om te werken aan de wijken van een duurzame toekomst. De stad is nog lang niet af,

maar de Dag van de Stad liet zien dat er genoeg kansen zijn. De aankondiging voor een nieuwe Dag van de Stad in 2019 laat zien dat de stad - voorlopig - nog blijft bestaan.

Foto: VNG Congressen



Demi van Weerdenburg (dvanweerdenburg@gmail.com) is redactielid bij AGORA en werkzaam als junior adviseur bij Areaal Advies.



STIGMA OP ACHTERSTANDSWIJKEN ONJUIST, ONWAAR EN ONEERLIJK

Achterstandswijken zijn volgens Wacquant een sociale hel voor de bewoners. Dit stelt hij in zijn boek *Urban Outcasts* (2008), waarin hij beweert dat bewoners van deze wijken zich individualiseren omdat zij zich schamen voor het stigma op hun buurt. In dit artikel laten wij aan de hand van literatuuronderzoek zien dat dit zeker niet altijd het geval is. Als Nederlandse casus worden de “Hoodvlogs” over de buurt Poelenburg, gemaakt door Ismail Ilgun, gebruikt.

Poelenburg, in Zaanstad, staat bekend als één van de 40 krachtwijken zoals in 2008 geïdentificeerd door minister Vogelaar. In de tussentijd is er weinig tot niets aan dit imago veranderd. De wijk kreeg in 2016 voornamelijk negatieve media-aandacht door vlogs die Ismail Ilgun op YouTube plaatste. In deze vlogs laat hij zijn kijk op het dagelijkse leven in Poelenburg zien. Naast niet-controversiële beelden van jongeren in de wijk die bijvoorbeeld op hun scooters rondreden en wat rondhingen voor een supermarkt, verschenen er ook beelden die op sommige Nederlanders vrij extreem overkwamen, zoals confrontaties met de politie. Verschillende scènes, geselecteerd uit meerdere video's, werden op tv en door de pers getoond. De vertoning van deze beelden leidde tot heftige en negatieve reacties vanuit de samenleving. In talkshows werden de jonge inwoners van Poelenburg “*straatterroristen*” genoemd, een label waar zij zich niet in herkennen. Zelfs de burgemeester van Zaanstad sprak zich uit tegen de groep jongeren en Mark Rutte noemde ze “*tuig van de rijk*” die het “*leven onmogelijk maken*”.

De jonge inwoners uit Poelenburg wijzen dit beeld af en blijven pleiten voor een genuanceerdere interpretatie van hun dagelijkse levens: niet alles wat zij doen is slecht. Bovendien spreken zij zich uit tegen de negatieve media-aandacht. De jongeren claimen dat de positieve beelden, die ook deel uitmaken van hun vlogs, met opzet niet getoond werden. Om de stigmatisatie tegen te gaan en bij te dragen aan een beter beeld van Poelenburg en

andere ‘achterstandswijken’ begon Ilgun met de YouTube serie *Achter Buurten*. Hier documenteert hij in samenwerking met het Algemeen Dagblad hoe bewoners uit gemarginaliseerde wijken, deze wijken zelf ervaren. Op deze manier poogt Ilgun het stigma op de achterstandswijken tegen te spreken. In de media, maar ook in de politieke sfeer wordt het leven in achterstandsbuurt op een hooguit selectieve en stereotyperende wijze weergegeven. Deze negatieve representatie van gemarginaliseerde wijken wordt door Wacquant omschreven met het begrip territoriale stigmatisatie.

Territoriale stigmatisatie wordt gedefinieerd als de slechte reputatie van een wijk gebaseerd op de (lage) positie binnen de stedelijke hiërarchie. Dit stigma wordt - volgens Permentier - gevormd door een “*continue interactie tussen de manieren waarop wijkbewoners en niet-bewoners een wijk waarnemen*”. Vaak leidt dit tot een negatief en stereotyperend beeld van een buurt dat door de wijkbewoners wordt geïnternaliseerd en bijdraagt aan een negatief zelfbeeld.

Wacquant vergelijkt in zijn beroemde, en vaak geciteerde boek “*Urban Outcasts*” de getto in Chicago en de banlieue in Parijs. Hij stelt dat de internalisering van een territoriaal stigma leidt tot minder contacten. Door dit gebrek aan sociale contacten is er minder sociale cohesie in gestigmatiseerde wijken. Volgens Wacquant is dit een resultaat van een proces waarbij inwoners zich distantiëren van hun wijk en de medebewoners. Deze distantiëring is onderdeel

van de 'sociofugal strategies', waarbij mensen zich terugtrekken uit hun sociale omgeving. Volgens Wacquant is deze strategie een consequentie van territoriale stigmatisatie.

Onderzoek over het effect van territoriale stigmatisatie op de interactie tussen buurtbewoners geeft nog geen eenduidige conclusie over het feit of dit effect positief of negatief is. Binnen deze onderzoeken is er echter weinig aandacht voor de mogelijke positieve effecten van territoriale stigmatisering. Ook wordt er binnen onderzoek nauwelijks geredeneerd vanuit het perspectief van de buurtbewoners. Wij zullen ons focussen op eventuele positieve effecten voor de bewoners die teweeg worden gebracht door het territoriale stigma. Dit kan worden gezien als een kritiek op Wacquant. Binnen dit artikel zal dit punt van kritiek gericht worden gebaseerd op literatuuronderzoek naar drie domeinen: identiteitsvorming, sociale cohesie en *place attachment*.

Gestigmatiseerde wijken worden door bewoners niet altijd als slecht ervaren

Identiteitsvorming

Er zijn ook onderzoekers die het oneens zijn met Wacquant's opvatting dat bewoners van gestigmatiseerde buurten slechts passieve ontvangers van een stigma zijn, waardoor zij zich schamen voor hun buurt en medebewoners. Van de Wetering stelt dat deze bewoners een actieve rol hebben binnen de constructie van hun eigen realiteit, zoals men kan zien in Poelenburg. Hier betwisten de jongeren het populaire narratief over hun buurt, dat volgens hen onjuist, onwaar en oneerlijk is. Vaak is de perceptie van buurtbewoners zelf positiever dan de perceptie van buitenstaanders. Dit kan vooral worden gezien in de serie *Achter Buurten* van Ismail Ilgun, waarin hij het leven in andere achterstandswijken in Nederland vastlegt en hierbij vooral aandacht heeft voor de positieve verhalen. Eén van de afleveringen over de wijk Kanaleneiland, Utrecht, toont een vrouw die stelt dat zij "heel positief" is over de wijk en vindt dat "heel veel wordt overdreven".

Volgens Wacquant hebben bewoners geen actieve rol in het creëren van een narratief. Hij stelt dat, waar mogelijk, bewoners uit hun buurt wegtrekken om het stigma te ontwijken. Dit kan in Europa, in tegenstelling tot de VS, vrij makkelijk aangezien bewoners vooral worden buitengesloten op basis van sociale klasse. Hierdoor is het voor bewoners makkelijker om hun territoriaal stigma te ontwijken door hun buurt te verlaten. Toch heeft niet elke bewoner van een gemarginaliseerde buurt de drang om weg te trekken en zich te schamen voor de buurt. Volgens van de Wetering kiezen vooral jongeren in Frankrijk ervoor om de identiteit van hun gemarginaliseerde buurt - de *banlieue* - actief uit te stralen. Dit doen deze jongeren door te kiezen voor specifieke kleding (sportkleding), muziek (hiphop) en taalgebruik (straattaal). De jongeren zijn trots op deze identiteit. Dit betekent niet dat er sprake is van één identiteit van de *banlieue*, de bewoners benoemen expliciet dat er meerdere groepen binnen hun wijk wonen. Toch hebben ze een gemene deler, namelijk de trots op hún *banlieue*.

Wacquant stelt dat rappers gebruik maken van deze drang tot afzetting tegenover buitenstaanders van jongeren in de gestigmatiseerde buurten, door bedenkelijke morele standaarden en buitensporige materiële consumptie te promoten. Sernhede staat recht tegenover deze opvatting van rapmuziek binnen haar onderzoek naar gestigmatiseerde buurten in Zweden. Hiphop wordt door jongeren gebruikt als middel om de realiteit van hun achtergestelde positie om te zetten in een vorm van zelfexpressie.

Binnen dit muziekgenre worden de levens van bewoners van gemarginaliseerde buurten beschreven. Hiphop kan op deze manier juist worden geïnterpreteerd als een wereldwijde symbolische beweging tegen de gevestigde orde.

Sociale cohesie

Wacquant claimt dat de sociale cohesie binnen gestigmatiseerde buurten slecht is. Hierdoor verminderen de sociale banden, waardoor de bewoners individualiseren en zich uiteindelijk terugtrekken van het sociale leven. Wacquant stelt dat dit vooral het geval is in de gestigmatiseerde buurten van Chicago, waar sterk bende gerelateerd geweld het sociale leven verstoort. Mensen gebruiken hier hun huis als een fort door tralies voor ramen en deuren te plaatsen en kinderen gaan niet naar school omdat het gevaarlijk is. Wacquant argumenteert dus dat territoriale stigmatisatie het sociale leven in gestigmatiseerde buurten zo verstoort, dat het bijna niet meer voorkomt.

Echter, Clampet-Lundquist vond in de Amerikaans context duidelijk minder negatieve motivaties voor sociale cohesie binnen gemarginaliseerde wijken. Nadat kinderen hun gestigmatiseerde wijk moesten verlaten en naar een welvarende wijk moesten verhuizen werd geobserveerd dat het sociale netwerk van kinderen maar ook hun ouders verstoord werd. Vooral *intergenerational closure* was een element dat door de bewoners in hun nieuwe buurt gemist werd. Hierbij worden kinderen door medebuurtenbewoners op een informele manier gecontroleerd, en indien nodig gecorrigeerd in hun gedrag. Dit kwam als een van de grootste assets van informele sociale controle in gestigmatiseerde wijken naar voren. Deze resultaten zijn in strijd met het beeld van gestigmatiseerde wijken van Wacquant die stelt dat sociale cohesie, controle en community juist niet bestaan.

Sociale cohesie en bonding capital in gemarginaliseerde wijken bestaan wél

Ook in de Europese context blijken sociale cohesie en *bonding capital* in gemarginaliseerde wijken wél te bestaan, vaak als resultaat van buitensluiting door de gemeentelijke bestuursorganen en overige stadsbewoners. Jensen en Christensen stelden zich in hun werk recht tegenover de opvattingen van Wacquant. Zij stelden dat binnen hun onderzoek over gemarginaliseerde wijken er niet louter negatieve effecten naar voren kwamen. Zij stelden juist dat buurtbewoners "de wijk als een goede plek ervaren, hoewel zij precies weten dat de wijk een slechte reputatie heeft". Zij bemerkten dat buurtbewoners het stigma niet automatisch internaliseren. Het stigma maakt hen juist bewust van het feit dat er wordt neergekeken op hun buurt, wat weer gebruikt kan worden als beginpunt om het stigma tegen te werken.

De opvatting dat sociale contacten in gestigmatiseerde wijken bijna volledig ontbreken - de tendens van buurtbewoners om zich door schaamte terug te trekken uit de samenleving - is volgens Warr misleidend. Sociale contacten spelen vooral voor kinderen die in armere wijken opgroeien een belangrijke rol. Deze sociale netwerken van kinderen worden door buurtbewoners ingezet om persoonlijke problemen op te lossen. De bewoners hebben een loyaliteitsgevoel tegenover de wijk en elkaar, hierdoor helpen zij hun buuren. Deze netwerken hebben echter ook een negatief aspect, omdat ze voornamelijk weinig sociaal kapitaal bevatten en daardoor sociale mobiliteit kunnen verhinderen.

In gestigmatiseerde wijken bestaat *bonding capital*. Hierdoor zijn wijkbewoners actief in de wijk bezig met het opzetten van nieuwe



instituties (bijvoorbeeld wijkcentra) en ontmoetingsplekken. Het sportcentrum is een voorziening die in meerdere gestigmatiseerde buurten (Kanaleneiland, Schalkwijk, Spangen) naar voor komt, binnen Ilgun's serie van vlogs. Meestal worden deze door buurtbewoners opgericht en onderhouden. Deze centra spelen een belangrijke rol, vooral voor jongeren, omdat zij het contact tussen bewoners vergemakkelijken en daarbij ook positieve rolmodellen aanbieden. Vooral voor jonge bewoners van gestigmatiseerde wijken zijn sportcentra om drie redenen van belang. De centra vergemakkelijken sociale mobiliteit door de productie van sociaal kapitaal, ze vervullen de functie van informele sociale controle, en tenslotte bieden de centra jongeren de mogelijkheid om hun creatief potentieel productief in te zetten. Ook zorgen deze centra ervoor dat jongeren een ruimtelijke verbinding voelen met hun buurt.

Buurtbewoners zijn actief in de constructie van hun eigen realiteiten

Place attachment

Wacquant claimt dat *place attachment* (het ontstaan van affectieve gevoelens voor een locatie) in gestigmatiseerde wijken nauwelijks plaatsvindt, omdat bewoners zich juist proberen terug te trekken uit hun wijk. Hij claimt expliciet dat mensen hun band met de plaats kwijtraken in gestigmatiseerde wijken: de wijk wordt een zone van "pure overleving en meedogenloosheid". Anderen argumenteren dat jongeren juist door deze problemen binnen de buurt meer *place attachment* ervaren, omdat zij *samen* in hetzelfde schuitje zitten.

Er zijn ook verklaringen vóór de aanwezigheid van *place attachment* binnen gemarginaliseerde buurten gevonden. Bewoners van de *banlieue* laten hun vermogen zien tot, wat Kirkness noemt, micro-differentiatie. Dit houdt in dat de bewoners juist de positieve kanten binnen hun gestigmatiseerde buurt zien. Bovendien wordt

place attachment vooral duidelijk wanneer bewoners protesteren tegen de sloop en herindeling van hun buurt. Andere voorbeelden die Kirkness geeft zijn de beschrijving van thuis gevoelens, bewust terugverhuizen naar de banlieue en het openen van kleine bedrijven in het gebied. Kirkness beargumenteert dat juist deze kleine dagelijkse acties bijdragen aan het tegenwerken van het stigma dat rust op de buurt. Deze bevindingen zijn in complete tegenstelling met Wacquant, die stelt dat bewoners vooral trachten uit de buurt te verhuizen, om via deze strategie een beter leven na te streven.

Ondanks dat de buurt een slechte reputatie heeft, hoeven de bewoners de buurt niet op deze manier te beleven. Dit komt vooral door de rol van verschillende lagere statelijke actoren. Deze kunnen een belangrijke mediërende functie vervullen in het stimuleren van een gevoel van gemeenschap en trots. Dat valt ook terug te zien in Ilgun's weergave van gestigmatiseerde buurten binnen Nederland. Activiteiten en mogelijkheden die worden aangeboden door semi-formele instituties en de lokale overheid, creëren ruimtelijke ankerpunten voor de bewoners waarmee zij zich identificeren. In een vlog over Kanaleneiland valt te zien dat bewoners trots waren op een brug die was geopend door de Koningin; deze brug was voor hen een teken van erkenning. *Place attachment* wordt gebruikt in het actief bestrijden van het negatieve narratief over de buurt. Ilgun's vlogs zijn een duidelijk voorbeeld van zo'n actieve poging om populaire negatieve discourses rondom gestigmatiseerde buurten te weerleggen.

Conclusie

Wacquant argumenteert in zijn invloedrijke werk "Urban Outcasts" dat territoriale stigmatisatie een soort symbolisch geweld is, met negatieve gevolgen voor de wijk. Wijkbewoners trekken zich actief terug uit hun directe leefomgeving, waardoor de sociale banden met de buurtbewoners afbrokkelen, de sociale samenstelling verandert en de controle binnen de wijk uiteindelijk verdwijnt. Dit is voornamelijk als gevolg van de internalisering van het territoriale stigma, waardoor de bewoners een negatief zelfbeeld hebben en wantrouwen tegenover medebewoners ervaren.

Binnen dit essay presenteerden wij drie domeinen waarvan gezegd kan worden dat de gevolgen van territoriale stigmatisatie genuanceerder zijn dan door Wacquant voorspeld wordt. Een



territoriaal stigma zorgt er niet voor dat identiteitsformatie, sociale cohesie en *place attachment* zich niet voordoen in een wijk, maar kan deze componenten juist versterken. Buurtbewoners zijn niet alleen passieve ontvangers van territoriaal stigma, maar hebben een actieve rol binnen de constructie van hun eigen realiteiten. Binnen deze rol proberen zij het territoriale stigma tegen te werken, door hun eigen unieke identiteiten uit te dragen. Dit doen zij vooral door het uitdragen van een bepaalde subcultuur (hiphop) en het participeren binnen lokale instituties (sportcentra). Deze factoren ondersteunen ook het opbouwen van een netwerk tussen de buurtbewoners.

Wacquant doet uiteindelijk precies waar hij de wetenschap, media en politici van beschuldigt, namelijk bijdragen aan een negatief discours over gemarginaliseerde buurten. Hij heeft een te selectieve kijk op deze buurten, door deze enkel te benaderen vanuit negatieve karakteristieken. Ook wordt dit discours versterkt door zijn kleurrijke taalgebruik, zoals "*sociale hel*" om gemarginaliseerde wijken te beschrijven. De klakkeloze overname van de theorie van Wacquant buiten de Franco-Amerikaanse ruimtelijke context van Wacquants studie werd al eerder bekritiseerd.

Wacquant redeneert nauwelijks vanuit het perspectief van buurtbewoners

Ismail Ilgun transformeerde van een personificatie van de misstanden in Poelenburg tot een actieve buurtbewoner. Hij zet zich in voor een genuanceerdere kijk op Nederlandse "*achterstandsbuurten*". Dit doet hij door zelf aan de slag te gaan met de productie van documentaires vanuit het standpunt van degenen, die ook het onderwerp zijn van Wacquants studie: de buurtbewoners zelf.

Literatuurselectie

- Clampet-Lundquist, S. (2007) No more 'bois ball': The effect of relocation from public housing on adolescents. *Journal of Adolescent Research*, 22(3), pp. 298-323.
- Jensen, S. Q., & Christensen, A. D. (2012) Territorial stigmatization and local belonging: A study of the Danish neighbourhood Aalborg East. *City*, 16(1-2), pp. 74-92.
- Kirkness, P. (2014) The cités strike back: Restive responses to territorial taint in the French banlieues. *Environment and Planning A*, 46(6), pp. 1281-1296.
- Permentier, M., Ham, M., & Bolt, G. (2007) Behavioural responses to neighbourhood reputations. *Journal of Housing and the Built Environment*, 22(2), pp. 199-213.
- Sernhede, O. (2011) School, Youth Culture and Territorial Stigmatization in Swedish Metropolitan Districts. *Young*, 19(2), pp. 159-180.
- Wacquant, L. (2008) *Urban Outcasts. A Comparative Sociology of Advanced Marginality*. Cambridge: Polity Press.
- van de Wetering, S. A. L. (2017) Stigmatization and the social construction of a normal identity in the Parisian banlieues. *Geoforum*.

Christian Zielinski (c.zielinski@students.uu.nl) en **Isa van der Wielen** (i.vanderwielen@students.uu.nl) volgen beiden de research master Urban and Economic Geography aan de Universiteit Utrecht



HET LELIJKSTE LAND TER WERELD

In 2018 verscheen een nieuwe editie van 'Het Lelijkste Land ter Wereld', het pamflet uit 1968 waarin architect Renaat Braem de ruimtelijke (wan)orde van België bekritiseert. De publicatie werd vergezeld door een theatermonoloog getiteld 'Braempraat'. AGORA las het boek en zag de monoloog en vraagt zich af of Braem's inzichten anno 2018 nog de moeite waard zijn.

Het is nog niet zo lang geleden dat een nieuwe editie van *Het Lelijkste Land* het daglicht zag. In 'Braemjaar' 2010 verscheen, naar aanleiding van de honderdste geboortedag van de Belgische architect Renaat Braem, een wetenschappelijke editie van het pamflet uit 1968 waarin hij de ruimtelijke toestand van België de maat neemt. Nu ligt er naar aanleiding van de 50^e verjaardag een nieuwe editie van het boekje, uitgebracht door het Vlaams Architectuurinstituut. Dit is een facsimile van de originele tekst met daarrond een omslag met inleiding door Bart Tritsmans, een essay van Vlaams Bouwmeester Leo Van Broeck en een aantal foto's van de Vlaamse ruimte van Filip Dujardin. Wat brengt deze nieuwe editie van het in België bekende en beruchte pamflet?

De tekst van Braem zelf is natuurlijk dezelfde als in het origineel. De titel zegt al veel: Braem fulmineert tegen de verrommeling van het Vlaamse landschap. Erg stijlvast is het proza niet, dan weer is het een aanklacht tegen de slechte smaak, dan een schets van het dagelijks leven van een doorsnee Belgisch arbeidersgezin – totaal gedomineerd door de versnipperde ruimte – en het eindigt zelfs met poëzie. Maar de boodschap is duidelijk: er moet snel iets veranderen voordat Vlaanderen helemaal volgebouwd wordt, de natuur totaal verprutst raakt, en we met zijn allen alleen nog maar in de file staan. Een citaat om de toon te zetten:

Het zou onverantwoord zijn verder aan te sturen op individuele bouw, zoals de meeste politieke groeperingen thans doen. Gezien de snelle stijging der wooneisen – dus het uitzwermen naar buiten – en de uitbreiding van het individuele autobezit, duurt het geen tien jaar meer of ons hele land is één afzichtelijk voorgeborchte waar de

natuur en open ruimte zoekende bouwers erin gelukt zullen zijn alle natuur afdoend en definitief te vernietigen (p.59).

Braem wijst achtereenvolgens op de problemen die de ruimtelijke versnippering veroorzaakt op het gebied van lucht, water, zon, aarde, energie en milieu. De analyse die hij daar maakt is zo verdraaide actueel dat je als lezer verbaasd achterblijft. Het woord bestond vijftig jaar geleden nog niet, maar Braem heeft het al over *street-canyons* waar slechte lucht blijft hangen, over de beroerde kwaliteit van het oppervlaktewater en over de immer doorgaande ontbossing omwille van verstedelijking. Dat alles is geworteld in een Vlaamsgezind-Marxistische maatschappijvisie, een interessant mengsel dat je niet elke dag tegenkomt. Wat moet er dan gebeuren? We laten Braem nog eens aan het woord:

De mens is er in gelukt een dergelijke onontwarbare chaos te scheppen, dat er slechts één remedie onder ogen kan genomen worden: herbeginnen van nul. Nieuwe steden bouwen, het land opnieuw inrichten, een voor onze staatsinrichting onvoorstelbare onderneming (p.26).

Dat wordt uitgewerkt in het grootse idee van een lijnstad langs een aantal grote reeds bestaande assen, bijvoorbeeld Luik – Antwerpen – Gent – Brugge – Kortrijk. Langs die verkeersassen moet er geconcentreerd en hoog gebouwd worden waardoor het achterland gevrijwaard kan blijven van bebouwing. Meer concreet stelt Braem voor om een actief grondbeleid te gaan voeren waarin de overheid stukken grond opkoopt (of onteigent) om te zorgen

dat daar niet langer ontwikkeld kan worden. Ze moet ook de meerwaarde van publieke investeringen afromen. Voorts wil Braem de bouwnijverheid nationaliseren, een overkoepelend ruimtelijk en economisch ontwikkelingsplan maken voor heel België en de uitholling van het bestuursapparaat tegengaan.

De ene oplossing klinkt al utopischer dan de andere. Vandaag zouden we misschien met meer realiteitszin en nuance naar de problemen kijken en pleiten voor incrementele verandering in plaats van de 'tabula rasa' van Braem. In de vijftig jaar sinds de publicatie van het pamflet zijn er op inhoudelijk vlak meer actuele, uitgebreide en genuanceerde analyses gemaakt. Denk alleen al aan het werk dat sinds 2007 is geproduceerd door de verschillende Vlaamse Beleidssteunpunten Ruimte en Wonen. Maar Het Lelijkste Land vervult als klassieker de functie van toetssteen, een referentiepunt voor iedereen die kritisch over de Belgische ruimtelijke ordening denkt en schrijft. Dat Braem een aantal zaken waar we nu mee kampen in 1968 al zo scherp zag maakt het pamflet nog steeds het lezen waard. Als je de hedendaagse foto's van Filip Dujardin samen met de pentekeningen van Braem bekijkt, dan wordt dat op pijnlijke wijze geïllustreerd. Die actualiteit roept echter de

Als men dit in 1968 ook al wist, wáárom is er dan in hemelsnaam zo weinig aan gedaan?

belangrijkste vraag op waarmee je als lezer achterblijft: als men dit in 1968 ook al wist, wáárom is er dan in hemelsnaam zo weinig aan gedaan? Het is bijvoorbeeld vijftig jaar later nog altijd wachten op dat actieve grondbeleid en ook al is er nu de voorgenomen "betonstop", het is volstrekt onduidelijk hoe deze gefinancierd kan worden. De Belgische ruimtelijke ordening blijft, net zoals Braem in 1968 vaststelde, nog altijd gedreven door een versnipperd eigendomspatroon, een zwak grondbeleid en weinig politieke ambitie om maatschappelijke problemen op ruimtelijk vlak aan te pakken. Dit zou immers wel eens grond- en woningeigenaars voor het hoofd kunnen stoten.

Tegelijk met de nieuwe editie van het boekje werd de theatermonoloog *Braempaat* voorgesteld, waarmee Dimitri Leue het voorbije najaar op tournee ging door Vlaanderen. De combinatie van Dujardin's beelden met Leue's overtuigende opvoering van enkele raak gekozen tekstfragmenten, brengen Braem's pamflet helemaal tot leven. Enerzijds illustreren de foto's heel goed de versnippering en schijnbare wanorde die Braem aanklaagt, anderzijds roept de alledaagse lelijkheid van het Vlaamse landschap ook een gevoel op van herkenning en soms zelfs appreciatie tegen beter weten in. De hedendaagse relevantie van het stuk wordt bovendien onderstreept door het architecturale decor van BULK architecten, en de muzikale ondersteuning door Steven Taelman met een hedendaagse remix van muziek uit 1968. De poging om ook Braem's 'menselijke' kant aan te raken door herhaaldelijk te refereren aan zijn vrouw Elza, is dan weer minder geslaagd omdat dit personage en het persoonlijke leven van Braem niet verder worden uitgediept in het stuk. Ook na afloop van de theatermonoloog blijf je als toeschouwer achter met een dubbel gevoel: enerzijds onder de indruk van de actualiteit van Braem's pleidooi, anderzijds vertwijfeld over de schijnbare onmogelijkheid om de ruimtelijke kwaliteit in Vlaanderen te verbeteren.

Zowel de nieuwe editie van het pamflet als de theatermonoloog schieten dan ook tekort waar het gaat om de analyse van de

barrières voor het daadwerkelijk aanpakken van de Vlaamse ruimtelijke problematiek. Als het erom ging de tekst van Braem opnieuw onder de aandacht te brengen had men gewoon de wetenschappelijke editie uit 2010 opnieuw kunnen uitbrengen, die was ook nog voorzien van een aantal interessante aanvullingen. Maar daar is hier niet voor gekozen. De omslag met het essay van Leo Van Broeck plaatst deze nieuwe editie van *Het Lelijkste Land* (letterlijk) in een andere samenhang. Volgens de inleiding wil het Vlaams Architectuurinstituut met deze publicatievorm "een kritische reflectie brengen bij de actuele omgang met het leefmilieu". Gelijkenissen tussen de visie van Braem en die van Van Broeck zijn er dan ook zeker. Van Broeck laat immers de laatste jaren aan iedereen die het horen wil – en ook aan wie het niet horen wil – in niet mis te verstane termen weten dat de planeet het huidige groeitempo niet langer kan verdragen. Zijn essay biedt daarbij een macro-analyse van oorzaken: overbevolking, overmatig landgebruik en geloof in eeuwigdurende groei; zaken die allen tot uiting komen in het kwistige ruimtegebruik in de Vlaamse urban sprawl. Dit zijn conclusies die ook al meer of minder expliciet door Braem worden getrokken en wat dat betreft blijft diens analyse nog altijd actueel. De uitspraak van Van Broeck dat "nu nog vrijstaand bouwen crimineel is" (Knack, 6-12-2017), waarmee hij een opstootje veroorzaakte in Vlaanderen en aanleiding gaf tot vragen in het parlement, had dan ook zó in 1968 door Braem gedaan kunnen zijn. Maar als het doel is de wereld te begrijpen om ze te veranderen (Lelijkste Land, p.16), dan moeten we - naar voorbeeld van Karl Marx - gezamenlijk verantwoordelijkheid opnemen, stelt Braem. Een analyse van waarom dát in de vijftig jaar sinds de eerste publicatie van Braem's pamflet niet gelukt is in België, en wat dan wél te doen, had de nieuwe editie echt relevant kunnen maken.

De nieuwe editie van *Het Lelijkste Land ter Wereld* van Renaat Braem (ISBN 9789492567123) is voor €14,50 verkrijgbaar bij het Vlaams Architectuurinstituut.

het lelijkste land ter wereld het lelijkste land ter wereld

Renaat Braem

Antropocentrisme 2.0

Leo Van Broeck

Overview BE

Filip Dujardin

Clemens de Olde (clemens.deolde@uantwerpen.be) is stadssocioloog. Hij promoveert aan het Centre for research on environmental and social change (CRESC) van de Universiteit Antwerpen. <https://linkedin.com/in/clemensdeolde/>. **Griet Juwet** (griet.juwet@vub.be) is doctoraatsonderzoeker bij Cosmopolis (VUB). Haar onderzoek focust op de ruimtelijke en sociale impact van de warmtetransitie in Vlaanderen. Beiden zijn redacteur bij AGORA.

Ontwerpschets van 'Nederland Nu Als Ontwerp'.
bron: OMA.eu



VOORTSCHRIDDEND REGIONAAL ONTWERP

In reactie op de dominante rationele planningsmethoden van dat moment, begonnen Nederlandse ontwerpers en planners in de jaren '80 te experimenteren met ontwerpen op regionale schaal. Onder het motto 'Nederland Nu Als Ontwerp' werd bijvoorbeeld geschetst aan de toekomst van Nederland op basis van vier politiek georiënteerde scenario's. Ook werd de Eo Wijers stichting opgericht, die middels prijsvragen ontwerpkracht inzette voor het doordenken van de toekomst van een regio in het licht van grote maatschappelijke opgaven. Deze experimenten lieten zien hoe de verbeeldende en integrerende kracht van ontwerpen kon bijdragen aan inspirerende langetermijnperspectieven op regionale schaal, een schaalniveau dat sinds die tijd steeds centraler is komen te staan in onze ruimtelijke ordening.

Ontwerpen op regionale schaal was natuurlijk niet nieuw. Grote namen uit de architectuur, stedenbouw, planologie en landschapsarchitectuur hebben in de voorgaande eeuw regelmatig hun gedachten gewijd aan de ruimtelijke vorm en orde op bovenlokale schaal. Denk bijvoorbeeld aan de Emerald Necklace van Frederick Law Olmsted, de Garden City van Ebenezer Howard, Broadacre City van Frank Lloyd Wright, en La Ville Radieuse van Le Corbusier. Allemaal uiteenlopende gedachten over, en beelden van de 'ideale' vorm en orde van de ruimte. Daarnaast bestond er, zeker in Nederland, een rijke traditie in het maken van plannen op bovenlokale schaal zoals streekplannen, ruilverkavelingsplannen en stadsuitbreidingen. Wat wel nieuw was, is dat de initiatieven uit de jaren '80 appelleerden aan een breed gevoelde behoefte aan verandering in de ruimtelijke ordening. Weg van de doorgeslagen rationaliteit naar inspiratie, verleiding en integraliteit middels aansprekende, realistische en integrale ruimtelijke toekomstbeelden.

De experimenten met ontwerpen op regionale schaal waren succesvol en leidden tot veel navolging. In de jaren '90 neemt het bovenlokale ontwerpen een enorme vlucht. Weinig plekken in Nederland zijn sindsdien niet op één of andere manier op de regionale ontwerpafel beland. De belangrijke thema's waaraan geschetst en getekend wordt zijn mobiliteit, bereikbaarheid, economische ontwikkeling, en woningbouw. Maar ook waterveiligheid, natuurontwikkeling en de Ecologische Hoofdstructuur waren nadrukkelijk onderwerp van regionaal ontwerpend onderzoek. Ontwerpen aan een regio werd een goede gewoonte in de Nederlandse ruimtelijke orderingspraktijk.

Rond de eeuwwisseling kreeg regionaal ontwerpen er een nieuwe dimensie bij: participatie deed zijn intrede. De gewoonte ontwikkelde zich om vóór en tijdens het ontwerpen aan de regio

in gesprek te gaan met verschillende belanghebbenden. Het regionale ontwerp is sindsdien veelal het resultaat van een intensieve samenwerking tussen ontwerpers, specialisten en regionale stakeholders. Regionaal ontwerpen produceert hiermee niet alleen meer aansprekende en integrale toekomstbeelden, het is onderdeel van het ruimtelijk orderingsproces geworden. Het is een arena waarin gemeenschappelijke beeldvorming tot stand komt, afstemming plaats vindt en waarin steun en draagvlak voor plannen zich ontwikkelt.

Opnieuw zitten we in een periode met enorme inhoudelijke en maatschappelijke opgaven en kijken we naar de regio voor oplossingen. Onze CO2 uitstoot willen we bijvoorbeeld drastisch omlaag brengen, het liefst tot nul, om de opwarming van de aarde tot maximaal 2 graden te beperken. Dit vraagt om grote transities, die flinke impact hebben op de ordening, het gebruik en het aanzien van onze ruimte. Nieuwe energiebronnen nemen veel ruimte in. Ook moet de bestaande gebouwde voorraad worden aangepakt om flink te besparen, de energie-infrastructuur worden vernieuwd en voorzieningen ontwikkeld om (tijdelijk) energie te kunnen opslaan. Aan noodzaak en ambitie voor goede regionale ontwerpen en plannen ontbreekt het niet: ontwerpers, planners, aan het werk!

Maar naast inhoudelijk goed geformuleerde en met stakeholders afgestemde aansprekende en integrale toekomstbeelden vragen de huidige opgaven ook om sociale en institutionele innovaties. Nieuwe gedragspatronen op het gebied van eten en mobiliteit zijn bijvoorbeeld nodig om de duurzaamheidsdoelen te halen, en gedistribueerde opwekking van energie door een veelheid aan eigenaren vraagt een volledig andere organisatie van ons energiesysteem. Veel is nog onbekend en onzeker. Kan regionaal ontwerpen ook helpen hierin een weg te ontwikkelen en een voedingsbodem zijn voor sociale en institutionele innovaties? Ik denk het wel, maar alleen wanneer sociale en institutionele dimensies van ruimtelijke opgaven een volwaardige plek krijgen in toekomstige regionale ontwerparena's.

Huidige opgaven vragen om sociale en institutionele innovaties

Annet Kempenaar (j.kempenaar@rug.nl) is Landschapsarchitect en als Universitair Docent verbonden aan het departement Planologie aan de Rijksuniversiteit Groningen.



Wil je op de hoogte blijven van actuele sociaal-ruimtelijke thema's? Volg AGORA op Facebook en Twitter!

AGORA - Magazine voor sociaalruimtelijke vraagstukken

2019 - 1 - jaargang 35

een uitgave van de Stichting Tijdschrift AGORA - ISSN 1380-6319

REDACTIEADRES

Redactie Tijdschrift AGORA
Departement Sociale Geografie en Planologie
Faculteit Geowetenschappen, Universiteit Utrecht
Postbus 80.115
3508 TC Utrecht
[e] agora.secretaris@gmail.com
[i] www.agora-magazine.nl
[IBAN nummer] NL23INGB0006165799

REDACTIE

Marianne de Beer (hoofredactie), Jorn Koelemaj (hoofredactie), Aimee Baars, Federica Bono, Dieter Bruggeman, Freke Caset, Alexander Colson, Koenraad Danneels, Peter Davids, Valerie De Craene, Clemens De Olde, Laura Deruytter, Nicolas Dewulf, Elke Dhaenens, Mellanie van Doleweerd, Dorien Frinking (penningmeester), Wesley Gruijthuisen, Anouska Jaspersen (productie en vormgeving), Dylan Jong, Rens Jonker, Griet Juwet, Lilian van Karnenbeek, Karim van Knippenberg, Suzanne Lansbergen (productie en vormgeving), Simon Lox, Josine Maaskant, Emiel Maliepaard, Michiel van Meeteren, Sarah Meire, Richard Rijnks, Joren Sansen (productie en vormgeving), Imke Sierksma (secretaris), Sara Smaal, Stien Snellinx, Bianca Szytniewski, Marlou Weber, Demi van Weerdenburg, Lisanne de Wijs, Barend Wind, Maite de Winter, Egbert van der Zee.

THEMAREDACTIE

Emiel Maliepaard, Valerie De Craene, Nicolas Dewulf, Jorn Koelemaj

REDACTIEADVIEZEN

David Bassens, Justin Beaumont, Marco Bontje, Heidi Hanssens, Henk van Houtum, Ilse van Liempt, Jesper van Loon, Maarten Loopmans, Tineke Lupi, Filip De Maesschalck, Bruno Meeus, Ben de Pater, Peter Pelzer, Nick Schuermans, Bas Spierings, Casper Stelling, Justus Uitermark.

VOLGEND NUMMER...

Nieuwe Ruimte

De ruimtelijke wetgeving in zowel Nederland als Vlaanderen staat momenteel op een kruispunt. In beide gevallen is er sprake van een periode van transitie; binnen enkele jaren wordt nieuwe ruimtelijke wetgeving uitgerold, waar vandaag de dag op moet worden geanticipeerd. Maar tegelijkertijd hebben beleidsmakers en uitvoerende actoren nog te maken met de spelregels van het huidige beleid. In het komende nummer gaan we in op de vragen wat het nieuwe ruimtelijke ordeningsbeleid precies inhoudt, waar het verschilt van het oude of huidige beleid en welke mogelijkheden het nieuwe ruimtelijk beleid in Nederland en Vlaanderen biedt voor de coördinatie van oude en nieuwe maatschappelijke opgaven. Ook kijken we naar de huidige 'tussenperiode' waar we ons momenteel in begeven en hoe verschillende overheden, en gemeenten in het bijzonder, hier mee om gaan.



GRAFISCHE VORMGEVING

Joren Sansen, Anouska Jaspersen, Suzanne Lansbergen

ONTWERP HUISSTIJL

Maarten Mieras & Jeroen Sikma

DRUK

AD Mercurius - Almere

(DIGITALE) VERSPREIDING

Deze uitgave valt onder de Creative Commons BY-NC-ND licentie.

LOSSE BESTELLING

Nummer per stuk €9,50

ABONNEMENTEN (per jaar, vanaf 1 juni 2012)

Bibliotheken, bedrijven, instellingen	€63,00
Studenten	€21,00
Overigen	€32,00
KNAG-leden krijgen een korting van	€ 5,00

Abonnementen worden verlengd tenzij opgezegd uiterlijk 1 maand voor het verstrijken van de abonnementsperiode.

ARTIKELN/RECENSIES

Artikelen, recensies, mededelingen en reacties kunnen worden aangeboden aan het redactieadres of via agora.secretaris@gmail.com. Dit geldt ook voor mededelingen en aankondigingen met betrekking tot congressen, studiedagen en andere evenementen op het gebied van de sociaalruimtelijke wetenschappen. Auteursrichtlijnen zijn beschikbaar via de website.

ADVERTENTIES

Informatie via agora.secretaris@gmail.com.

De uitgave van AGORA wordt mede mogelijk gemaakt door steun van het Departement Sociale Geografie & Planologie (UU), de Afdeling Sociale en Economische Geografie (KU Leuven), het departement Geografie van de Vrije Universiteit Brussel (VUB), de Vakgroep Geografie (UGent) en het Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap (KNAG).

THIS IS: HOLLAND

Welke rapper representeert
welke Nederlandse regio?



NH Jacin Trill, Boef, Jonna Fraser, Lil Kleine, 3Robi, SBMG, Bamo, Josylvio
ZH JeBroer, Mula B, Matarr, Hef, Ronnie Flex, Tastic, Brandwerk
ZL D-Double NB Pierrii, Ismo, Gil&Megas, YFG, Fresku LB ANBU, Kosso
GLD Dani, Poke, Kimonomandem, Massief OV Snelle, James, Rico & Sticks, Typhoon
FR Rollàn GR Kraantje Pappie FL Sevn Alias, Riffi UT Lijpe, Josbros, Bizzeyy

AGORA