

MUSIC IS THE ANSWER

DANCIN' AND PRANCIN'



Onderzoek en aanzet naar de volwaardige erkenning
en ondersteuning van dj's en producers in Vlaanderen

Scriptie ingediend tot het behalen van het diploma ManaMa
Cultuurmanagement

Universiteit Antwerpen
Faculteit Toegepaste Economische Wetenschappen
Academiejaar 2006-2007

Lieven Van Keer

Poppunt-begeleider: Tijl Vastesaegeer

UA-Begeleider: Prof. Dr. Peggy De Prins



*Mijn dank gaat uit naar alle dj's & producers die de tijd
genomen hebben om de online survey in te vullen.*

*Bedankt ook Annelies De Bruyn en de mensen van ICT van UA om de webontwikkeling en
hosting van de online survey op zich te willen nemen hebben.*

*Ook dank aan Dr. Arie Weeren om me bij de dataverwerking
te hebben willen bijstaan met raad en daad.*

*Mijn dank gaat ook uit naar alle dj's & producers die actief hebben meegewerkt
aan dit onderzoek. Daarbij een extra vermelding voor Yves Dubouvry
voor zijn vrijwel continue paraatheid en begeleiding.*

*Voor hun begeleiding gaat mijn dank uiteraard ook uit naar
mijn promotor Pr. Dr. Peggy De Prins en stagebegeleider Tijs Vastesaegeer.*

*Dank ook aan Luc, Floris, Katrien, Els, Joachim en Steven, de hele Poppunt crew,
om met dit voorstel op proppen te komen en het nodige gedaan te hebben.*

Dank ook aan mijn lieve zus die me door de moeilijkste momenten heeft geholpen.

Ze was er voor me. Onmisbaar.

Dank ook aan Vanessa en Iris om een handje toe te steken.

*Dank tenslotte aan allen die van dit werk gebruik zullen maken om aan een
betere toekomst voor dj's & producers en hun habitat te willen bouwen.*

Lieven Van Keer.

Inhoudsopgave

Dankwoord.....	1
Inhoudsopgave.....	3
Lijst met figuren - tabellen - grafieken - bijlagen.....	6
Inleiding.....	10
1 Onderzoeksontwerp.....	19
1.1 Opzet en onderzoeksvraag.....	19
1.2 Multimethod-onderzoek	24
1.2.1 <i>Kwantitatief onderzoek</i>	24
1.2.1.1 Vragenlijst	24
1.2.1.2 Dataverzameling.....	27
1.2.2 <i>Kwalitatief onderzoek</i>	28
1.2.2.1 Semi-gestructureerde diepte-interview en gesprekken.....	29
1.2.3 <i>Resultaatverwerking</i>	30
2 Domeinen en evolutie.....	31
2.1 Domeinen.....	31
2.1.1 <i>Popmuziek</i>	31
2.1.2 <i>Technologie</i>	33
2.1.3 <i>Interactiviteit</i>	35
2.2 De evolutie.....	36
2.2.1 <i>De dj's blijde intrede</i>	36
2.2.2 <i>Radio dj's</i>	38
2.2.3 <i>Rock 'n roll</i>	39
2.2.4 <i>Freeform</i>	40
2.2.5 <i>Mobiele en club dj's</i>	40
2.2.6 <i>Disco</i>	42
2.2.7 <i>Jamaica</i>	42
2.2.8 <i>Hip hop</i>	43
2.2.9 <i>Electro</i>	44

2.2.10	<i>Dance of elektronische (dans)muziek</i>	44
2.2.11	<i>Dj/remixer/producer</i>	47
2.3	Recente ontwikkelingen	49
2.3.1	<i>Digitale (r)evolutie</i>	49
2.3.2	<i>Grenzen vervagen en eclecticisme</i>	50
3	Het Vlaamse landschap	52
3.1	De Vlaamse evolutieschets.....	52
3.2	Functies van dj's en producers	54
3.3	Posities van dj's en producers	60
3.3.1	<i>In de muziekindustrie</i>	60
3.3.2	<i>In het cultuurbeleid</i>	62
3.3.3	<i>In de fiscale en sociale wetgeving</i>	65
3.3.4	<i>In het educatief aanbod</i>	74
3.3.5	<i>In de bevolking (socio-demografisch profiel)</i>	79
3.3.5.1	Geslacht van de respondent	80
3.3.5.2	Woonplaats	81
3.3.5.3	Leeftijd.....	83
3.3.5.4	Familiale situatie.....	85
3.3.5.5	Studies	85
3.3.5.6	Jobcategorie	87
4	Carrièreontwikkeling	90
4.1	Omkadering en invalshoek	90
4.2	Muzikaal profiel	95
4.2.1	<i>Muzikale achtergrond</i>	96
4.2.1.1	Muziekvoorkeur.....	96
4.2.1.2	Andere muziekinteresse.....	101
4.2.1.3	Eerste contacten.....	104
4.2.1.4	Eens voor een publiek gestaan.....	108
4.2.1.5	Eerste publiekoptreden	109
4.2.1.6	Waarom dj/producer worden	111
4.2.1.7	Aantal jaren actief.....	114

4.2.2	<i>Muzikale activiteit</i>	115
4.2.2.1	Medium.....	115
4.2.2.2	Muziekproductie.....	117
4.2.2.3	Beschikbaar stellen producties	120
4.2.2.4	Tijd.....	122
4.2.2.5	Meer dan eens voor een publiek gestaan	123
4.2.2.6	Waar en aantal keer opgetreden de laatste zes maanden	124
4.2.2.7	Regio.....	127
4.2.2.8	Gemiddelde publieksgrootte.....	129
4.2.2.9	Gemiddelde vraagprijs voor een set	130
4.2.2.10	Inkomsten	131
4.3	Carrièrebepalende factoren.....	133
4.4	Manieren om te evolueren	137
4.5	Verwachtingen, doelstellingen en ambitie (toekomstperspectief).....	142
5	Ondersteuning en begeleiding	147
5.1	Ondersteuning.....	147
5.2	Begeleiding & advies.....	156
5.3	Geschreven overeenkomsten & contracten	158
5.4	(Zelf)promotie	161
5.5	Poppunt.....	164
5.6	Young Talent Corner	165
5.7	Geschreven media.....	169
5.8	Radio.....	172
6	Conclusies en aanbevelingen	174
	Literatuurlijst	183
	Bijlagen.....	186

Figuren

Figuur 1: Opdeling zoals die door Tijs Vastesaeger (Poppunt) wordt gehanteerd.

Figuur 2: Schema van de structuur van de online vragenlijst

Figuur 3: Continuüm education vs. entertainment en underground vs. mainstream

Figuur 4: Amateur/professioneel continuüm

Tabellen

Tabel 1: Mediahits bericht onderzoek/enquête dj's en producers

Tabel 2: Inschatting van de plaats op het continuüm underground – mainstream

Tabel 3: Muzikale vorming per categorie en aflopend gerangschikt op totaal score

Tabel 4: Geslacht van de respondent per niveau met aantallen en percentage

Tabel 5: Gemiddelde leeftijd per categorie

Tabel 6: Studenten per categorie

Tabel 7: Huidige studies vergeleken met Vlaming

Tabel 8: Diploma vergeleken met Vlaming

Tabel 9: Jobcategorie per niveau

Tabel 10: Jobcategorie vergeleken met Vlaming

Tabel 11: Categorie van de respondent

Tabel 12: Vergelijking categorieverdeling popmuzikanten en dj's/producers

Tabel 13: Muziekvoorkeur gerangschikt per niveau met percentage genoemd

Tabel 14: Andere muziekgerelateerde interesses

Tabel 15: Eerste contacten met het dj- of producerwereldje, per niveau, gerangschikt volgens totaalscore

Tabel 16: Minstens één maal voor publiek gestaan, per categorie

Tabel 17: *Waarom wou je graag dj of producer worden?*, per categorie

Tabel 18: Gemiddeld aantal jaren actief, per categorie

Tabel 19: Medium, per categorie

Tabel 20: Muziekproductie

Tabel 21: Producties beschikbaar gemaakt, per

Tabel 22: Drager of medium waarmee producties beschikbaar worden gesteld

Tabel 23: Gemiddeld aantal uren per week gependeed, per categorie

Tabel 24: Meer dan eens voor een publiek gestaan, per categoriek

Tabel 25: Waar opgetreden de laatste zes maand, per categorie, gerangschikt

Tabel 26: Vraag en nood aan informatie en ondersteuning.

Tabel 27: Informatie, per type instantie

Tabel 28: Huidige begeleiding en advies, per niveau, gerangschikt

Tabel 29: Geschreven overeenkomst, per niveau, gerangschikt naar grootte

Tabel 30: Kanalen (zelf)promotie, per categorie, gerangschikt

Tabel 31: Poppunt kennen, per categorie

Tabel 32: Young Talent Corner kennen, per categorie

Tabel 33: Beoordeling stellingen Young Talent Corner, likertschaal

Tabel 34: Luistergedrag radioshow's, per categorie

Grafieken

Grafiek 1: Rechtsvorm of statuut gebruikt voornamelijk toegepast door de respondent

Grafiek 2: Geslacht van de respondent

Grafiek 3: Woonplaats van de respondent gerangschikt

Grafiek 4: Leeftijdscategorie met niveau

Grafiek 5: Familiale situatie per categorie

Grafiek 6: Categorie van de respondent

Grafiek 7: Muziekvoorkeur totaalscore

Grafiek 8: Eerste contacten met het dj- of producerwereldje, per niveau, gerangschikt volgens totaalscore

Grafiek 9: Eerste optreden voor een publiek, per niveau

Grafiek 10: Beoordeling stellingen i.v.m. motivatie, per categorie

Grafiek 11: Gemiddeld aantal jaren actief, per categorie

Grafiek 12: Gemiddeld aantal uren per week gespendeerd, per categorie

Grafiek 13: Waar opgetreden de laatste zes maand, per categorie

Grafiek 14: Geografisch actieterrein van de respondent, per categorie

Grafiek 15: Publieksgrootte, per categorie

Grafiek 16: Gemiddelde vraagprijs voor een optreden, per categorie

Grafiek 167 Inkomsten, per categorie

Grafiek 18: Beoordeling carrièrebepalende factoren, per categorie, gerangschikt

Grafiek 19: Beoordeling manieren om te evolueren, per categorie, gerangschikt

Grafiek 20: Beoordeling stellingen i.v.m. verwachtingen, doelstellingen en ambities, gerangschikt, per categorie

Grafiek 21: Algemene nood informatie en/of begeleiding per niveau

Grafiek 22: Begeleiding & advies, per categorie, gerangschikt

Grafiek 23: (Zelf)promotie, per categorie, gerangschikt

Grafiek 24: Beoordeling stellingen Young Talent Corner, per niveau

Grafiek 25: Gebruik van bepaalde types media, gerangschikt, per niveau

Grafiek 26: Luistergedrag radioshows, per categorie

Bijlagen

Bijlage 1: Online enquête

Bijlage 2: Opsomming en omschrijvingen van de personen die deelnamen aan de interviews en gesprekken

Bijlage 3: Schematisch overzicht van de actoren en relaties in het dj/producer-veld

Bijlage 4: Beoordeling muzikale vorming

Bijlage 5: Lijst van muziekgenres gehanteerd in de enquête

Bijlage 6: Eerste publiekoptreden

Bijlage 7: Stellingen i.v.m. ‘Waarom wou je dj en/of producer worden?’

Bijlage 8: Carrièrebepalende factoren

Bijlage 9: Manieren om te evolueren

Bijlage 10a: Ondersteuning, per item, per organisatie per categorie

Bijlage 10b: Ondersteuning, per organisatie, per item per categorie

Bijlage 11: Beoordeling stellingen YTC per categorie

Inleiding

Situering

Kampenhout, zaterdagavond, 3u, Jeugdhuis Tonzent, een jongerenstek waar ik vaste klant ben geweest en bovendien mijn eerste dj-stappen heb gezet. Samen met vriend en collega-dj K-Man organiseerden we er al eens een feest, waarbij we zelf uiteraard ook plaatsnamen achter de discobar. Ik herinner me nog levendig onze ‘back-2-backs’! Deze zaterdag zijn vooral de beigeachtige korte rokjes en broekjes omnipresent want de plaatselijke Chiro organiseert haar jaarlijkse Aspi-fuif. Achter het mengpaneel staat dj Foeke, eveneens één van de vaste jeugdhuis klanten. Hij voorziet de fuifgangers van gepaste muziek en een plezierige nacht uit.

Op het zelfde moment, in het centrum van dezelfde gemeente, in de wijdbekende feestzaal Den Ast. Hier gaan bijna elk weekend trouwfeesten, jubilea, verjaardagen, recepties en soortgelijke feesten door. Lokale dj Rudy staat ook vanavond garant voor de typische feestelijke taferelen die zich voltrekken op de dansvloer bij dergelijke gelegenheden. En de Marie-Louise wordt ingezet!

Slechts een paar kilometer verderop, in Herent, discotheek de ‘Room’, een onderdeel van het Carré concern. De parkeeractiviteit breidt zich alweer uit tot naast de drukke Leuvensesteenweg en tot op de parkings van nabij gelegen bedrijven en gebouwen. Binnen dansen de discotheekgangers op de beats die dj Vinny door de speakers stuwt. Hij krijgt de verschillende kleine podia verspreid over de dansvloer van de discotheek, moeiteloos gevuld met feestende jongeren die uitgelaten de armen in het rond zwiepen. “Put your hands up in the air!”

Nog wat verderop, de achterkant van de Vaartkom in Leuven, het Engels Plein, café Hungaria. Tom Derie, vriend en collega-dj, die naast dj ook zanger en frontman van een band is, staat daar weer in zijn ‘marcelleke’ achter de draaitafels zijn platen roekeloos aan één te rijgen en de café gasten te vergasten op een verrassende en boeiende mix van zijn muziek.

Het Engels Plein doet ook dienst als parking van de vlakbij gelegen discotheek Silo, één van mijn meest vertrouwde en daarom ook favoriete discotheeken. Ik heb er zelf ook al feestjes

georganiseerd en de dj-booth gecontroleerd. Deze avond is het er weer tijd voor het Taiga-event, een technoconcept. De zware technobassen die dj/producer Redhead er door de boxen ramt, dreunen uitnodigend over het Engels plein. Ze lokken je mee en rollen je als het ware door de inkomhal naar binnen. Eens binnen slaan de beats en lichtflitsen je om de oren en word je meegesleept op een golf van feestgedruis, aangestuurd door de ‘man behind the decks’.

Het is zeven uur ‘s morgens, we bevinden ons in de Balzaal van de Vooruit in Gent. België davert weer een beetje op zijn grondvesten, want de Gentse Feesten lopen ten einde. Ook 10 Days Off, het grootste elektronische muziekfestival van het land, kijkt na 10 dagen vermoeid tegen haar laatste uurtjes aan. Toch staan de internationale dj- en producerlegendes Hell en Tiefschwarz zich in hun dj-booth nog volledig te geven naar de climax van hun 8-uren set toe. Tot grote feestvreugde van de op en neer deinende massa voor hen.

Eén figuur speelt duidelijk een hoofdrol in al deze settings. Inderdaad, de dj. Hij is het die verantwoordelijk is voor het feest en het plezier van het publiek. Hij is uiteraard niet de enige die bij het hele gebeuren betrokken is, maar op de avond zelf is hij of zij de persoon die ervoor zorgt dat de mensen een leuke en aangename tijd beleven en uit de bol kunnen gaan op de muziek die hij op hen los laat en waarop zij zich laten gaan. Hij zet de sfeer, hij zorgt voor de ambiance, hij zorgt voor de energie, hij brengt de mensen aan het dansen en bepaalt of een avond al dan niet écht succesvol is. Hij heeft de touwtjes in handen, hij stuurt de avond en het publiek, hij heeft de macht, hij is de entertainer, hij kan richting geven en ervoor zorgen dat de mensen met een voldaan gevoel huiswaarts keren. Hij is bovendien nog meer. Naast entertainer, zoals aan bod zal komen, is hij ook educator, promotor, gatekeeper, selector, publiekstrekker, muzikale revolutionair, vernieuwer, katalysator, bezieler, Al deze rollen en functies zullen doorheen dit werk aanbod komen.

Dit werk poogt alvast het algemene respect voor de dj’s en producers te verhogen. Zeker onder *outsiders* heerst er soms een negatief en vertekend beeld van deze figuur. Dat kwam uit interviews duidelijk naar voor. Het is meteen ook een van de redenen waarom vele dj’s in bepaalde gevallen bijvoorbeeld geen erkende artiesten kunnen zijn. Velen denken vaak slechts aan de dj van het laatste trouwfeest waarop ze uitgenodigd waren. Anderen denken dan weer alleen aan die enkele dj-halfgoden die er op deze planeet rondlopen. Nog anderen hangen een typisch negatief en gemediatiseerd beeld op van de dj, alsof het een met drugs geassocieerde

illustere figuur binnen de maffiose wereld van het nachtleven, de discotheken en de ‘house’ of ‘techno’ muziek zou zijn. De termen ‘house’ of ‘techno’ worden daarbij gebruikt voor alle muziek die elektronisch klinkt en vooral een stevig beatje bevat. In de volksmond wordt dit wel eens smalend ‘boenkmuziek’ of dergelijke genoemd. In zekere zin klopt dit ook wel. Uit de bevraging blijkt namelijk dat die ‘house’ en ‘techno’ inderdaad de muziekgenres zijn waarmee onze dj’s en producers het meeste mee bezig zijn. In essentie is dit inderdaad ‘muziek met een beat’. Dit onderzoek geeft de voorkeur aan de bredere, meer generische en neutrale term elektronische (dans)muziek of ‘dance’. Het omvat zowat alle muziek die hoofdzakelijk elektronisch of digitaal gemaakt wordt. Meestal is het muziek die thuis hoort op een dansvloer.¹ Het gaat van alle vormen binnen genres als soul, reggae, disco, hip hop en r&B, over electro, house, techno en trance, tot progressive, minimal, ambient, dub en jump. De dj’s en producers, die het onderwerp vormen van dit onderzoek, zijn vooral actief binnen deze brede elektronische dansmuziekscène of dancescène. Bovendien zijn ze er altijd al zowat de belangrijkste (publieke) figuur binnen geweest.

“dance music’s most important figure – the disc jockey.” (Brewster & Broughton, 2006a, p. 2)

Echter, tegenover elektronische dansmuziek of dance blijkt een licht vooroordeel en een minder open of positieve houding te bestaan dan tegenover vele andere muziekgenres. Laten we het gewoon op de onwetendheid of ietwat snobistische houding van meestal ouderen en buitenstaanders houden? Er zijn in elk geval nog steeds mensen die ervan uitgaan dat ‘dance’ geen of ‘lage’ cultuur is. Er wordt door het culturele ‘establishment’ vaak weinig rekening gehouden met dj’s of producers, die ze als minder belangrijk aanschouwt, en er ook minder voor doet. We zullen aantonen dat deze tendens zowat de gehele geschiedenis en evolutie kenmerkt die de dj doorstaan heeft en die hij trouwens grotendeels zelf ingeleid en aangestuurd heeft. Als grensverlegger, vernieuwer, revolutionair, en bijgevolg omstreden figuur, heeft de dj het vaak zwaar te verduren gehad net omdat hij op dat gedrag afgerekend werd. Toch is het precies de reden waarom hij één van dé spilfiguren bij uitstek is geworden in geschiedenis van de popmuziek. Vanaf de opkomst ervan, is hij één van de belangrijkste drijvende en vernieuwende krachten geweest binnen deze stroming. Bepaalde auteurs

¹ Er bestaat uiteraard ook meer experimentele of minder dansgerichte elektronische muziek, en zelfs elektronische klassieke muziek. Deze is minder van toepassing op de doelgroep van dit onderzoek. Definities en omschrijvingen worden verderop gegeven.

beweren zelfs dat dj's belangrijker zijn dan bands wat betreft ontwikkelingen en radicale *shifts* in (pop)muziek. (Brewster & Broughton, 2006a, p. 6)

“The dj has been the driving force in popular music.” (Brewster & Broughton, 2006a, p. 3)

In 2006 werd het honderdjarige bestaan van de dj gevierd. Toch blijkt hij zelfs na honderd jaar nog niet ten volle geapprecieerd of erkend. Zijn toonaangevende rol in de evolutie van de popmuziek en in de actuele muziekcultuur blijkt ondergewaardeerd. Dit werk beoogt alvast hier iets aan te veranderen. Dat is de onderliggende doelstelling van dit hele project geweest. Het wil minstens tot reflectie en discussie over deze situatie rond dj's en hun habitat aanzetten. Hopelijk hebben de resultaten uiteraard nog een diepere impact en kunnen zij ertoe bijdragen de al te eenzijdige kijk op de zaken te wijzigen en te verbreden, de zaken eens goed dooreen te schudden. Dat is toevallig ook net wat een dj doet; met een open mind alles eens goed door elkaar halen om er een nieuw geheel van te maken dat meer is dan enkel de som van de verschillende delen. Dat is synergie. Let him be an inspiration. Let this research project be an inspiration.

“Hopefully, it can also go some way to counter the ignorance and snobbery which still prevails in grown-up attitudes to dance music. It really is about time. After all, when it comes to the development of music, the dancefloor has always had more influence than the printed word” (Brewster & Broughton, 2006a, p. 3)

Zonder met de vinger te willen wijzen, is het uiteindelijke doel van dit project een aanzet te bieden tot de volwaardige erkenning en ondersteuning van dj's en producers in Vlaanderen en hun toekomst en carrièremogelijkheden te optimaliseren.

Literatuur en probleemstelling

De onderliggende doelstelling van dit onderzoek bewijst en verantwoordt zich ook door wat er in de hedendaagse wetenschappelijk literatuur rond dj's te vinden valt. Wat literatuurstudie vooral aantoonst is immers, ironisch genoeg, dat er over dj's relatief weinig literatuur bestaat (Galle, 2005, p. 6; Brewster & Broughton, 2006a, p. 2; van Veelen, 2006, p. 7). Vooral academisch omkaderde literatuur is schaars. Bovendien wordt de materie hierin veelal op een vrij afstandelijke tot zelfs onbegrijpende wijze benaderd. Wie over dj's en producers schrijft, zo klinkt het, onderzoekt nog steeds vooral dansmuziek. Om daarover te schrijven moet je er minstens ook op *willen* dansen (Brewster & Broughton, 2006a, p. 2). Enkelen hebben zich de nobele taak toegeëigend hieraan wat te doen. Een aantal interessante publicaties getuigen van een sterke voeling met de materie en de praktijk en schoppen de hoofdrolspelers niet tegen de schenen schop,t maar laat hen tot hun recht komen. Deze kritiek vind je ook in die publicaties zelf terug. Namelijk dat er nog steeds niet voldoende aandacht, appreciatie, begrip en erkenning voor dj's en producers bestaat. De gevestigde waarden binnen de muzieksector en de muziekindustrie zijn lang zeer onwetend en vooral erg ontkennend gebleven tegenover de belangrijke rol die dj's en producers spelen en dit is ook vandaag nog zo (Brewster & Broughton, 2006a, p. 2; Souvignier, 2003, p. xi). Zelfs nu dj's soms op eenzelfde piëdestal geplaatst worden als de zogenaamde rock- en popsterren, heerst er nog steeds veel onwetendheid en onbegrip over wie een dj is, wat hij doet en waarom hij zo belangrijk is en geweest is. De ontwijkende en ontkennende houding tegenover dj's gaat samen met een gereserveerdheid tegenover alles wat te maken heeft met dance, de habitat van de meeste dj's en producers. De traditionele muziekscène, en zelfs de meer progressieve strekkingen binnen de gevestigde muziekindustrie, hebben het nog steeds moeilijk om een gepaste en positieve houding aan te nemen tegenover de dance muziek (Keunen, 2002, p. 321). Keunen spreekt zelfs van 'muzikaal racisme' waar de elektronische dansmuziek lang onder te lijden heeft gehad – en bijgevolg ook de literatuur erover.

Een doorsnee muziekcriticus, bijvoorbeeld, negeert meestal nog steeds dat de dj ondertussen een eeuw oud is, verantwoordelijk is geweest voor vele muzikale verwezenlijkingen, een duidelijke stempel heeft gedrukt op de voorbije (halve) eeuw popmuziek en een katalysator is geweest voor vele nieuwe ontwikkelingen en evoluties die zich op muzikaal gebied hebben voorgedaan. Dj's stonden ook aan het roer van belangrijke sociale ontwikkelingen (Brewster & Broughton, 2006a, p. 13; Souvignier, 2003, p. vii). Zij waren mede verantwoordelijk voor

de eerste muzikale transmissies over radiogolven, voor de eerste vooraf opgenomen muziek die gespeeld werd op feesten, voor het ontstaan van discotheken, voor de aanvaarding van de 'black music' door de 'white kids' in de jaren '50, wat een belangrijke factor was in het ontstaan van de Rock'n'Roll en bovendien het racisme waarmee de Verenigde Staten geplaagd werden aan de kaak stelde. De disk jockeys, dj's of deejays gingen, veelal tegen hoge persoonlijke kost, ten oorlog, doorbraken taboes, initieerden muzikale en sociale transformaties. De disk jockeys, dj's of deejays, kortom, gaven gestalte aan een postmoderne mentaliteit (Brewster & Broughton, 2006a, p. 25). Maar net als hun muzikale rol heeft hun sociaal belang nauwelijks een positieve weerklank gekregen in de literatuur.

Veel omvangrijker dan academische en journalistieke literatuur zijn praktische werken die gericht zijn op dj's die aan hun toekomst willen bouwen. Deze handleidingen zijn van minder belang voor dit onderzoek, maar van groot belang voor de doelgroep. Tot de meer interessante werken, die ook verder gaan dan puur handleidinggegeven, behoort het boek "How to dj properly. (The art and science of playing records.)" van Frank Broughton en Bill Brewster (2006), dezelfde auteurs die ondertussen één van de referentiewerken qua dj-literatuur, "Last night a dj saved my life"(2006), op hun naam hebben staan. Er bestaan ook verschillende internetfora waarop je terecht kan om je in praktische materie en andere aspecten te verdiepen. Bijvoorbeeld: www.dance4mation.com, www.partyguide.be, www.electrobel.be, www.dj2dj.be. Deze laatste heeft ook een Nederlandse tegenhanger: www.dj2dj.nl. In Nederland zou één van de meest succesvolle en nuttige forumdiscussies toevalligerwijze op gang zijn gebracht door een hulpbehoevende jongere op www.gathering.tweakers.net onder de titel "How to become a dj...?" (van Veelen, 2006, p. 1).²

van Veelen realiseerde één van de meest recente onderzoeken die de dj centraal stelt. Zijn scriptie handelde over netwerken in de Nederlandse dance industrie en bracht de carrièreontwikkeling van dj's hiermee in verband. Deze invalshoek wordt ook in dit onderzoek gevolgd. Het is niet meteen de meest evidente doch des te relevante keuze. Het stelt een weinig gevolgde benadering in het muzieksociologisch onderzoek meer algemeen voor. De Nederlander Tom ter Bogt kon vrij recent nog beweren dat er eigenlijk überhaupt nog nooit enige systematische studie werd gedaan van de carrières bij muzikanten (Ter Bogt, 2003, p. 19). Hij heeft daar vervolgens zelf aandacht aan besteed in een paper over succes bij

² Gelezen op http://gathering.tweakers.net/forum/list_messages/1007277 (5/8/07)

popmuzikanten (Zwaan & Ter Bogt, 2005). Dit onderzoek knoopt hierbij aan maar richt zich specifiek op dj's en producers, wat ook het wetenschappelijk vernieuwende karakter ervan aantoont.

De historische en hedendaagse belangrijke rol van dj's in de populaire muziek staat in schril contrast met de weinige literatuur die in wetenschappelijke kringen bestaat over dj's, en meer bepaald over hun carrières. Dit is des te opvallend aangezien de dance-industrie, waarbinnen vele dj's operen, 'big business' geworden is. Om het met de cijfers uit Nederland te illustreren, waar: "(...) *dance* een interessegebied vormt van meer dan 2,3 miljoen jongeren en jongvolwassenen die regelmatig een *dance* evenement bezoeken en zich op andere manieren met *dance* bezig houden (KPMG, 2002, p. 6)." (van Veelen, 2006, p. 3). De economische waarde van dj's en producers is ondertussen welbekend bij de grote platenbazen. Het heeft ook bepaalde spijtige commerciële praktijken tot gevolg. Een voorbeeld is de compilatie of mix cd waarmee minder verkoopbare nummers aan de man gebracht worden door de naam van een bekende dj er op te plakken. Sommige dj's en producers zijn zich bewust van hun economische waarde en laten bijvoorbeeld tegen royale vergoedingen hun naam zetten achter nummers die ze niet zelf gemaakt hebben; het fenomeen van de 'prefab producers'. Zowel de industrie als de artiest halen er voordeel uit en rechtvaardigen dit ook zo. Hetzelfde speelt tevens een rol bij soms uit de hand lopende artiestengages voor deze nieuwe '*marketable pop star*' (Brewster & Broughton, 2006a, p. 24). Dit zijn enkele specifieke problemen van de dance-industrie die in de loop van dit werk verder aan bod zullen komen.

'Dance' kent een eigen dynamiek. Er is een ander in- en uitstroommechanisme in het veld van de dj's dan in dat van de muzikanten of andere artiesten (van Veelen, 2006, p. 4). Dj's en producers verdienen niet meer alleen economische waardering, voor zover dat reikt, maar ook wetenschappelijke aandacht en sociale omkadering. Vooral dient hun specifieke context – 'dance' – beter bestudeerd en ondersteund te worden.

Er gaan wel eens stemmen op die zeggen dat er te veel dj's zijn. Een reden te meer om ze niet zomaar in de kou te laten staan maar om er werk van te maken dat de groep in kaart wordt gebracht en dat er een kader voor gecreëerd wordt. In plaats van het hen allemaal maar zelf te laten uitzoeken, zou het bijvoorbeeld beter zijn dat ze op de hoogte kunnen worden gebracht van hetgeen waaraan ze beginnen, zodat ze ook weten wat ze zich op de nek halen en bewust

beseffen waarom ze ermee verder doen, waaraan ze zich kunnen verwachten, hoe de nodige stappen te ondernemen en welke. Kennis van zaken is essentieel voor iedereen.

Rond de eeuwwisseling was er inderdaad sprake van een *dj-boom*. Dit is momenteel wat geluwd, maar een aantal problemen die toen aan de oppervlakte kwamen zijn ook vandaag nog aan de orde (Galle, 2006, p. 32). Vele *kids* begonnen er aan om de verkeerde redenen. Sommigen hopen rijk en beroemd te worden. Anderen lijkt het gewoon een aantrekkelijke job (zoals piloot). Dat is een verkeerde motivatie, met de nodige consequenties. Sommigen gaan er bijvoorbeeld van uit dat het puur gaat om techniek, of om het kunstig in elkaar mixen van muziek die zeker en vast aanslaat bij het publiek (van Veelen, 2006, p. 37). Een sprekend voorbeeld is een jongere die op een forum vraagt: “Ik wil dj worden, welke muziek zou ik spelen?” Het juiste antwoord op zo’n vraag is: “begin er maar beter niet aan.” Het toont een totaal onwetende houding en verkeerde motivatie aan (Brewster & Broughton, 2006b, p. 14).

Dit onderzoek gaat na of dit ook aan de orde is bij de huidige generatie dj’s en producers. De vraag wat dj’s drijft, wat ze doen, waarom, hoe, enz. is fundamenteel. De juiste beweegredenen, aanpak en motivatie zijn immers een eerste sleutel tot succes. Maar zoals zal blijken komt hier heel veel bij kijken. Een dj is véél meer dan een ‘plaatjesdraaier’. Hij doet veel meer dan een cd’tje insteken. Dj’s zijn zowel educators als entertainers en, in het beste geval, de helden van de nacht. Dat geldt voor een dj in een discotheek evenzeer als voor de dj die op trouw- of andere feesten de boel opluistert. Hun taak is minstens even moeilijk. Zij verdienen gelijk respect en vormen allen onderwerp van dit onderzoek. Het spectrum van wat een dj is of doet, strekt zich uit van een publieksentertainer die een ander zijn muziek draait tot een vernieuwende artiest die eigen creaties brengt. Die laatste groep wordt in dit werk aangeduid als producers. Zowel de gunstige als ongunstige houdingen en omstandigheden van de doelgroep en diens habitat zullen aan het licht komen.

Structuur

De verdere opbouw van deze tekst ontwikkelt zich rond de multimethod-onderzoeksmethode die werd toegepast. Die methode bestaat uit een literatuuronderzoek, een kwantitatief onderzoek en een kwalitatief luik. De onderzoeksmethode wordt besproken in hoofdstuk 1, waarin ook de centrale onderzoeksvraag met de bijhorende methodieken en operationalisering wordt toegelicht. In hoofdstuk 2 schetsen we de historische evolutie en de huidige positie van de centrale figuur in dit onderzoek. Een historisch besef en bewustwording van de gewichtige rol die de dj in de evolutie van de populaire muziekcultuur inneemt, is een eerste belangrijke stap en betrachting in dit onderzoek. Hoofdstuk 3 richt zich specifiek op de huidige Vlaamse context en op de doelgroep. Ook de industrie en het beleid en wetgeving terzake komen beknopt aan bod.

Hier zullen meteen een aantal functies en problemen uit voort vloeien die we verder bespreken in hoofdstuk 4, dat de carrièreontwikkeling van de dj's en producers in Vlaanderen behandelt. We schetsen de verschillende types dj's op het amateur-professional continuüm en lichten de verschillende criteria daarbij toe. We analyseren hun muzikaal profiel en muzikale activiteiten. We gaan op zoek naar de kritische succesfactoren en naar het carrièretraject dat wordt afgelegd alsook naar de middelen die daarbij aangewend worden. We werken ten slotte een toekomstperspectief uit waarbij we de verwachtingen, doelstellingen en ambities van de doelgroep onder de loep nemen en de gebreken en mogelijkheden van de betrokken instanties aangeven.

Er zullen vele vragen aan het licht komen. Enkele antwoorden zullen ontwikkeld worden in het laatste hoofdstuk, dat gewijd is aan ondersteuning. We schetsen het gedragspatroon van de onderzochte groep wat betreft gezochte of gebruikte ondersteuning en begeleiding. Zo kunnen we zien waar hun noden en behoeften zich situeren, welke problemen zich op die gebieden voordoen, welke zaken opgevolgd dienen te worden en door wie.

Aan de hand van dat brede en diepgaande overzicht en inzicht zullen we tot slot een aantal conclusies en aanbevelingen formuleren, wat deze studie niet alleen theoretisch maar ook concreet relevant maakt. We mogen ook niet vergeten dat ze tot stand kwam op initiatief van Poppunt dat de nood voelt aan meer en objectieve informatie m.b.t. de doelgroep en haar beleid (mogelijk ook het algemeen beleid) er op een effectieve wijze op wil gaan afstemmen.

1 Onderzoeksonwerp

Aangezien de probleemstelling en finale doelstelling reeds uitvoerig aan bod kwamen in het vorige deel, worden in dit deel eerst een aantal hoofdzaken en kernformuleringen weergegeven om te voorzien in een overzichtelijk onderzoeksonwerp. Vervolgens worden de verschillende aspecten en deelaspecten van het onderzoek in detail uitgelegd.

Het uitvoerige betoog rond de probleemstelling uit het vorige deel kan in een kernachtige centrale probleemstelling samengevat worden: de volwaardige erkenning en ondersteuning van dj's en producers in Vlaanderen. Dat is de kern van het onderzoek.

1.1 Opzet en onderzoeksvraag

De bijhorende centrale onderzoeksvraag luidt als volgt:

Hoe ziet de Vlaamse dj/producer zijn positie in het muzieklandschap en zijn carrièreontwikkeling eruit? Welke noden en behoeften kunnen er binnen dat proces vastgesteld worden, zodat een aanzet geboden kan worden tot (de ontwikkeling van een ondersteuningsverhaal waarbij) de volwaardige erkenning en ondersteuning van dj's en producers (centraal staat)?

De initiële onderzoeksopdracht werd mij voorgesteld door Poppunt vzw. Poppunt is hét aanspreekpunt voor bands, muzikanten en dj's in Vlaanderen. Hun missie luidt als volgt:

Poppunt werkt aan het maximaliseren van kansen voor beginnende en semi-professionele muzikanten en dj's uit pop, rock, dance en aanverwante muziekgenres.

Poppunt is hierin ook een bondgenoot en steunpunt voor alle andere organisaties uit het popveld.

*Poppunt is laagdrempelig, eigentijds en spreekt de taal van de muzikant.*³

³ 'De missie van Poppunt', gelezen op www.poppunt.be/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=27&Itemid=68 (5/8/07)

Het jaar 2005-2006 was voor Poppunt een feestjaar. Ze vierden hun 5-jarig bestaan. Daarbij werd zowel teruggeblikt als vooruit gekeken. De centrale probleemstelling van dit onderzoek was ook daadwerkelijk één van de uitdagingen die ze zich toen stelden voor de volgende vijf jaar. Ze planden nadrukkelijk meer aandacht voor dj's met bijhorende gevoelige uitbereiding van hun dj-werking. In het persdossier dat ze publiceerden ter ere van dat 5-jarige bestaan stond daaromtrent:

“Meer aandacht voor dj's. Dj's moeten ook vandaag nog vechten voor een volwaardige erkenning als kunstenaar. Dat de RVA vooralsnog weigert om dj's dezelfde uitzonderingen toe te kennen als andere kunstenaars uit het kunstenaarsstatuut, is een exemplarisch voorbeeld. Omdat Poppunt eens te meer overtuigd is van het feit dat dj's échte kunstenaars zijn, breiden we onze dj werking gevoelig uit. Zo zullen tientallen dj's kunnen draaien in het kader van Kozzmozz, Decadance, Coolsweat, Urgent enzomeer.”⁴

Poppunt was zich bewust van het feit dat er acute nood was, en is, aan volwaardige erkenning en ondersteuning van dj's in Vlaanderen. Dit schreven ze ook uitdrukkelijk in hun persbericht.⁵ Dit werd de centrale probleemstelling binnen dit onderzoeksproject.

We zetten deze probleemstelling reeds om in een gedetailleerdere onderzoeksvraag. Die kunnen we op haar beurt vertalen naar een onderzoeksvraag vanuit het standpunt van Poppunt. Vanuit dergelijk standpunt is de finale vraag hoe een organisatie als Poppunt, en mogelijk ook andere organisaties of betrokken partijen bij de Vlaamse overheid, het beleid rond dj's & producers het best kan afstemmen op deze specifieke doelgroep, om haar zo te voorzien van de best mogelijke begeleiding en ondersteuning die inspeelt op de aanwezige noden en behoeften.

⁴ ‘Persdossier vijf-jarig bestaan Poppunt’, gelezen op www.poppunt.be/images/stories/overpoppunt/definitief%20persdossier.pdf (5/8/07)

⁵ ‘Persbericht vijf-jarig bestaan Poppunt’, gelezen op www.poppunt.be/images/stories/overpoppunt/definitief%20persbericht.pdf (5/8/07)

Bij de centrale onderzoeksvraag die geformuleerd werd vallen een aantal zaken te onderscheiden. De voornaamste deelvragen luiden als volgt:

- Wat is de rol van de dj in de evolutie en huidige scène van de populaire muziekcultuur?
- Wat is de positie van de dj/producer in het Vlaamse muzieklandschap?
- Wat is het (socio-demografisch en muzikaal) profiel van een Vlaamse dj/producer?
- Hoe ziet de carrièreontwikkeling bij dj's/producers eruit?
- Welke zijn de carrièrebepalende factoren en manieren om te evolueren?
- Met welke verwachtingen, doelstellingen en ambities zitten ze?
- Welke noden en behoeften heersen er binnen dat groeiproces?
- Welke ondersteuning en begeleiding hebben ze nodig?

We kwamen zodoende tot de 3 hoofdstappen en hoofdcategorieën van vragen binnen het onderzoek:

1. Duidelijk zicht op het **dj- en producerlandschap**

→ Hoe ziet de historische evolutie en de huidige scène eruit, wie zijn ze, wat doen ze, hoe werkt deze sector, wie doet wat, wanneer, hoe en waarom, wat met de industrie, wat met beleid en wetgeving, wat is het socio-demografisch profiel, en het muzikaal profiel, wat heeft er aangezet tot het worden van dj/producer, op welke plaatsen? enz.

2. Welk **traject** leggen ze af of kiezen ze

→ Hoe ziet de carrièreontwikkeling van een dj/producer eruit, welke fasen worden doorlopen, wat kenmerkt de verschillende stappen, welke invloeden en kritische succesfactoren spelen mee in die evolutie, welke manieren komen aanbod om te evolueren, met welke ingesteldheid en verwachtingen doen ze het, wat is het toekomstperspectief dat ze er op na houden? enz.

3. Hoe kan er binnen dit verhaal **ondersteuning** geboden worden en door wie

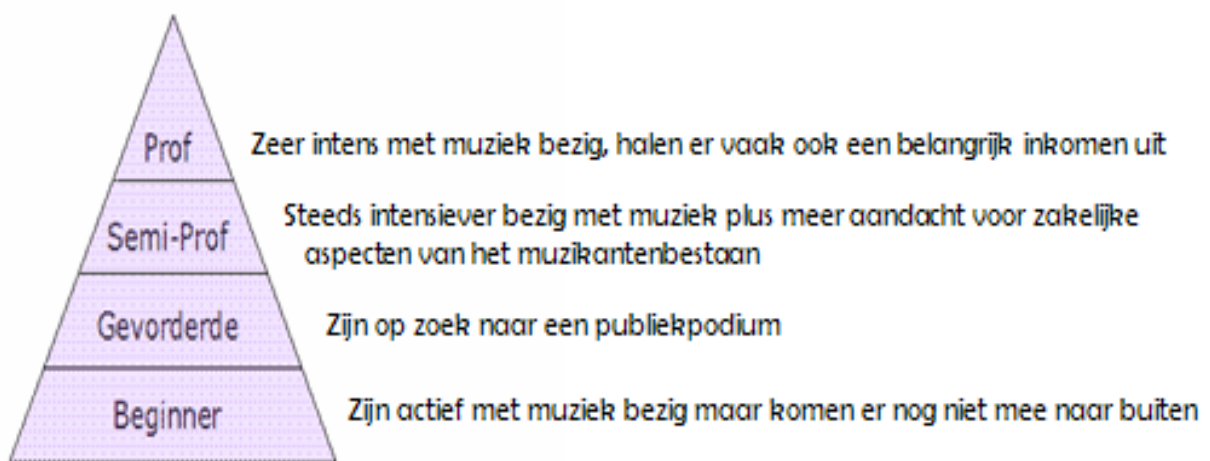
→ Welke vormen van ondersteuning worden aangewend, welke noden en behoeften zijn er, waar loopt het binnen dit verhaal fout, waar dient hulp geboden te worden, hoe kan die het best op de doelgroep afgestemd worden en welke instanties kunnen of zouden daar werk van moeten maken? enz.

Als eerste stap gaan we dus uitpluizen hoe deze sector in mekaar zit en de scène waarbinnen deze dj's en producers zich bewegen eruit ziet. Om een historisch besef en gewaarwording van de rol van de dj in de historische evolutie en de huidige ontwikkeling van de popmuziekcultuur teweeg te brengen, was het in eerste instantie noodzakelijk dat beknopt en overzichtelijk weer te geven. Hierna kan kort het plaatje voor Vlaanderen geschetst worden en wordt gekeken hoe de industrie en het beleid met deze figuur omgaan, waarna het profiel van de dj of producer uit de doeken wordt gedaan. We zullen eerst het socio-demografisch profiel onderzoeken alvorens een muzikaal profiel te schetsen. Daarbij wordt zowel de muzikale achtergrond als de muzikale activiteit in kaart gebracht om ten slotte een zicht te krijgen op een min of meer volledig profiel van de dj's en producers. Pas dan is het mogelijk om een duidelijk beeld te krijgen over wie het gaat, wat hij doet, waar, op welke manier, waarom, wanneer, hoeveel, welke drijfveren hem leiden, hoe hij ermee in contact gekomen is, wie of wat daarbij een rol heeft gespeeld, hoe ze hun zaakjes regelen, welke kenmerken bij welke soort dj of producer horen, enzovoort. Wat we hierbij ook vooral in kaart willen brengen is de manier waarop een dj/producer zich organiseert, beweegt en evolueert binnen deze sector. Dat verwijst meteen ook naar het tweede luik van het onderzoek, namelijk het traject of de carrièreontwikkeling

De tweede fase van het onderzoek wikkelt zich af rond het traject of de carrière van de personen in kwestie. Hierbij zullen we nagaan welke de meeste belangrijke carrièrebepalende factoren zijn, welke manieren dj's toepassen of belangrijk vinden om te evolueren, welke ambities, verwachtingen en doelstellingen ze hebben, en wat meespeelt in het behalen van succes of welke de kritische succesfactoren zijn.

Ten slotte wordt er nagegaan hoe het binnen dit ganse verhaal zit de met de ondersteuning van deze doelgroep. We willen te weten komen hoe ze, om te zich te organiseren en/of evolueren, aan informatie, begeleiding en ondersteuning komen, en waar of bij wie ze daarvoor gaan aankloppen. We willen ontdekken op welke vlakken er iets dient te gebeuren, welke problemen er zijn, welke vormen van ondersteuning er ontbreken, op welke factoren werk aan de winkel is en op welke manieren en vlakken ten slotte een organisatie als Poppunt, maar ook alle andere die in dit werk betrokken zijn, hiermee rekening kan houden en een degelijk ondersteuningsverhaal voor deze sector kan ontwikkelen. Dit brengt ons terug bij de oorspronkelijke doelstelling van dit project.

We geven alvast mee dat de belangrijkste invalshoek bij dit alles die is volgens categorie. We gaan de onderzoeksgroep opdelen in 4 categorieën. De meeste resultaten zullen geanalyseerd worden op basis van deze 4 categorieën. Vooral het onderscheid of verband ertussen is van belang om evolutieve en carrièregebonden waarnemingen te doen. De respondenten vallen immers te plaatsen op het continuüm amateur – professioneel. Een theorie van Hutchinson & Feist (1991) formuleerde enkele criteria die volgens hen de positie op dit continuüm kunnen definiëren. Het kan opgedeeld worden in een aantal groepen. We kozen voor de meest neutrale en doelgerichte opdeling die ook voor popmuzikanten wordt gebruikt door Tijs Vastesaegeer (Figuur 1).



Figuur 1: Opdeling zoals die door Tijs Vastesaegeer (Poppunt) wordt gehanteerd. (Uit: *Popeducatie in Vlaanderen*, Staeus & Vastesaegeer, 2006)

Een dergelijke opdeling stelt ons in staat om verbanden te leggen en conclusies te formuleren gericht op de effectieve carrièreontwikkeling van de doelgroep. Dat is in het kader van dit onderzoek immers steeds de onderliggende gedachte zowel als de rode draad. Alle vragen worden in dat opzicht behandeld.

Om op al deze vragen een antwoord te vinden werd er besloten om een multimethod-onderzoek te hanteren. Dat wil zeggen dat naast het klassieke literatuuronderzoek een combinatie van twee andere onderzoeksmethoden werd toegepast, namelijk het kwantitatieve en het kwalitatieve onderzoek. (Met een focus op het kwantitatieve luik.)

1.2 Multimethod-onderzoek

1.2.1 Kwantitatief onderzoek

Het kwantitatieve luik werd gebaseerd op een grootschalige online survey onder zoveel mogelijk dj's en producers. Er werd een vragenlijst ontwikkeld die online raadpleegbaar en invulbaar was.

1.2.1.1 Vragenlijst

De vragenlijst zelf werd ontwikkeld aan de hand van een aantal bestaande vragenlijsten uit reeds bestaande onderzoeken rond popmuzikanten en dj's, en in overleg met een aantal experts waaronder Tijs Vastesaeger (Poppunt), Yves Dubouvry (Spacid) en Geert Sermont (Doctor Vinly).⁶

De volledige screenshot van de vragenlijst zoals die uiteindelijk ook online gezien werd, kan geraadpleegd worden in bijlage (Bijlage 1). Er zit ook screenshot van de landingspagina bij.

De structuur en inhoud van de vragenlijst werd gevormd aan de hand van de te onderzoeken deeldomeinen en de bruikbaarheid naar het publiek toe. Er werd geopteerd om de volgende opbouw van de vragenlijst te hanteren (Figuur 2).

⁶ De vragenlijsten uit de volgende onderzoeken werden vergeleken: (Galle, 2005), (De Boodt, 2006), (Knol, 2005). Tijs Vastesaeger was instellingsbegeleider. Yves Dubouvry was eveneens een rechter hand en wordt nader bepaald in bijlage 2. Geert Sermont is dj en uitbater van platenzaak Doctor Vinyl in Brussel

- I. Profiel
 - a. Socio-demografisch profiel
 - b. Muzikaal profiel
 - i. Muzikale achtergrond
 - ii. Muzikale activiteit

- II. Carrière
 - a. Carrièrebepalende factoren
 - b. Manieren om te evolueren
 - c. Doelstellingen & ingesteldheid / Verwachtingen & ambitie (toekomstperspectief)

- III. Ondersteuning / noden&behoefte
 - a. Informatie & documentatie
 - b. Begeleiding & advies
 - c. (Zelf)promotie

- IV. Extra
 - a. Poppunt & Young Talent Corner
 - b. Communicatiekanalen

Figuur 2: Schema van de structuur van de online vragenlijst

Hier komen duidelijk de drie hoofdstappen (profiel, carrière, noden) die we zonet uitlegden naar voren. De structuur blijft dus behouden. Er bestaan verschillende theorieën over de opbouw van zulke vragenlijsten. Zo zijn er tegenstrijdigheden over de plaats van het socio-demografische luik. De ene beweert dat het helemaal op het einde zou moeten komen, de ander opteert ervoor om er meteen kom af mee te maken. Dat verkozen wij ook. Want voor ons is het belangrijkste nog steeds de carriërenoden van doelgroep waarvoor de enquête bestemd is. Bovendien wordt op die manier de belangstelling van de deelnemer opgebouwd in plaats van afgebouwd, zodat we hem halverwege of naar het einde toe niet kwijtspelen. We hebben immers te maken met een vrij jonge generatie die de ‘zapcultuur’ eigen is. Van zodra je hen niet meer mee hebt haken ze af. Een andere manier om dit te voorkomen was de vermelding van de paginanummers die je toelaat om te zien waar in de enquête je ongeveer bent. Voorts hebben we er ook op proberen te letten dat het geheel niet te afstandelijk en academisch overkwam, maar dat een zeker inlevingsvermogen aan de dag gesteld werd.

Ten slotte werd er ook enorm veel aandacht besteed aan de lay-out. Een aangename en gebruiksvriendelijke lay-out wordt immers zeker en vast geapprecieerd of zelfs verwacht door een doelgroep waarvan we weten dat ze over het algemeen zeer internetvertrouwd is (van Veelen, 2006, p. 17). Mede om die reden werd alleen gebruik gemaakt van een internetenquête. In dit geval is er geen betere manier denkbaar dan deze. De doelgroep bestaat vooral uit internetgebruikers. Het gebruik- en invulgemak is enorm hoog voor de respondent, het versturen en ontvangen gebeurt digitaal en de resultaten worden achteraf in een elektronische databank bewaard die normaliter te importeren is naar statistische verwerkingsprogramma's als SPSS.

Zowel voor de geënquêteerde als de enquêteur zijn er vele voordelen. Het gebruikersgemak voor de geënquêteerde is hoog. Die ontvangt een e-mail of leest op een bericht met de rechtstreekse link naar de enquêtepagina (www.poppunt.be/djsandproducers). Daar staat de omkaderende uitleg en kan je meteen naar het begin van de enquête gaan. Door de enquête zelf kom je klikgewijs heen en na de laatste klik wordt ze automatisch verzonden.

Om het hele verhaal nog aantrekkelijker te maken waren er een aantal mooie prijzen te winnen. Daarvoor werden Poppunt en enkele van hun sponsors aangesproken. Zo komen ook zij in een goed daglicht te staan. Er vielen 3 dj-hoofdtelefoons, 3 softwareprogramma's waarmee je snel en eenvoudig elektronische muziek kan componeren, 10 abonnementen op het Poppuntmagazine en 1 Poppuntdraagtas te winnen.

De toegepaste methodes blijken alleszins gewerkt te hebben. In totaal namen meer dan 1500 mensen deel aan de enquête. Dat is een enorm succes. De minimumdoelstelling was slechts 300. Dat succes valt mede te verklaren door de communicatie rond het project en de effectieve dataverzameling.

1.2.1.2 *Dataverzameling*

1.2.1.2.1 Bereik

Ten eerste was er de beschikbare databank van Poppunt en Young Talent Corner. Samen goed voor een paar duizend unieke emailadressen. De personen opgenomen in deze databank zijn er op eigen initiatief terecht gekomen en geregistreerd. Het is voor velen een kans om aan meer optredens te komen. Wat betekent dat er vooral mensen tussen zitten die actief op zoek gaan naar speelkansen en informatie. Vooral gevorderden, maar ook semi-professionele en beginners bereiken we zo. Om de profs te bereiken werd een bijkomstige tactiek ontwikkeld. Een van de beste was de samenwerking met een aantal platenzaken. De meeste bouwen immers systematisch emailbestanden op van hun klantenbestand en sturen daar geregeld mailings of newsletters naartoe. Vele professionelen komen nog geregeld naar de platenwinkel en zitten in die bestanden. Bovendien zitten er ook vele niet-professionelen tussen, wat de respons binnen die categorie alleen maar ten goede komt. Ik vroeg immers aan een aantal van deze platenzaken of zij mijn oproep eventueel konden doorsturen naar hun bestanden via mailing of in de newsletter. Een viertal van hen zijn op deze vraag in gegaan en een vijfde heeft de ‘oproep’ op hun site gepost. Bij die vier waren er twee uit Antwerpen, één uit Brussel en één met filialen in Gent, Brussel en Oostende. De vijfde was er één uit Hasselt. Daarmee werd dus een bereik gehaald van Limburg tot aan de kust. Verder werd op een 10-tal toepasselijke fora de oproep gepost, werden de meeste clubs en discotheken aangemild, net als vele organisatoren of promotoren van evenementen en party’s, enkele boekingskantoren en werd een uitgebreide persoonlijke mailing rond gestuurd. In alle berichten werd tevens gebruik gemaakt van de sneeuwbalmethode. Aan de lezers van het bericht werd telkens gevraagd vrienden en kennissen op de hoogte te brengen.

Tenslotte werd samen met de communicatieverantwoordelijke bij Poppunt, die ook reeds voor de prijzen had gezorgd, een communicatieplan uitgewerkt. Zo is de oproep op de sites van Studio Brussel verschenen, heeft er berichtje in de metro gestaan, heb ik een live interview gedaan bij TMF, en berichtten muziekclubs als Trix, Het Depot en Noisegate erover. Er werden ook reeds enkele afspraken gemaakt i.v.m. verdere berichtgeving over de resultaten van het onderzoek. Tabel 1 geeft een overzicht van de voorlopige mediahits.

Datum	Organisatie	Vorm	Medium	Onderwerp	Wie
14/05/2007	Studio Brussel	newsitem	website	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
15/05/2007	Metro	newsitem	krant	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
16/05/2007	TrixOnline	newsitem	email-newsletter	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
22/05/2007	Muziekodroom	newsitem	email-newsletter	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
23/05/2007	Dj Lab - Muziekodroom	newsitem	email-newsletter	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
23/05/2007	TMF	interview	live in uitzending An&Ollie	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
25/05/2007	Kozzmozz	newsitem	email-newsletter	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
25/05/2007	Het Depot	newsitem	website	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
30/05/2007	Noisegate	newsitem	email-newsletter	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
30/05/2007	Nijdrop	newsitem	website	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
xx/xx/xxxx	Red Bull Music Academy	interview	in uitzending Red Bull tv	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
15-30/05/2007	Radio XL Air (online)	newsitem	in uitzending Beatz&Bleepz	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven
28-30/05/2007	JIM tv	newsitem	in uitzending Going out	Onderzoek/Enquête dj's & producers	onderzoek Lieven

Tabel 1: Mediahits bericht onderzoek/enquête dj's en producers

Deze zeer wijde verspreiding komt eerst en vooral het aantal respondenten ten goede, en verhoogt bovendien de representativiteit van het onderzoek wegens het brede en diverse bereik.

De strategie wierp haar vruchten af. Uiteindelijk kregen we meer dan 1500 ingevulde enquêtes binnen. Dat gebeurde op een tijdsspanne van slechts 3 à 4 weken en met een voorop gestelde minimumdoelstelling van een 300-tal ingevulde enquêtes. Na het filteren en ontdebellen bleven er 1481 unieke respondenten over.

1.2.2 Kwalitatief onderzoek

Aan het kwantitatieve luik werd een kwalitatief luik gekoppeld om bepaalde trends en vaststellingen verder te verifiëren. Het is bovendien uitermate geschikt om werkelijke voeling met de materie te krijgen en een menselijkere en diepgaandere benadering van het onderzoeksprobleem te hebben. Aangezien de carrièreontwikkeling als een rode draad doorheen het onderzoek loopt, werden vooral professionele dj's en producers aangesproken. Dit liet tevens toe een aantal gegevens die naar voor kwamen uit het kwantitatieve luik te verifiëren bij de professionelen en hun persoonlijke ervaring en mening daarbij te betrekken. Een semi-gestructureerd diepte interview werd gehanteerd.

1.2.2.1 Semi-gestructureerde diepte-interviews en gesprekken

Bij deze interviewtechniek wordt aan de hand van een topiclijst gepeild naar de persoonlijke ervaring en mening van de ondervraagden. Dit staat toe om uit te wijden over bepaalde zaken of bijkomende punten aan het licht te brengen. Het interview zelf verloopt vrij informeel, wat de geïnterviewde op zijn gemak stelt en vrij laat in zijn betogen. Naast expertinterviews werden er ook minder expertgesprekken gevoerd. Enkele telefonische gesprekken verliepen eerder ongestructureerd en behandelden soms één of twee specifieke onderwerpen. Wegens de specificiteit van die gesprekken leverden ze erg bruikbare informatie op. Een opsomming en omschrijving van de personen die deelnamen aan de interviews en gesprekken werd opgenomen in bijlage 2.

De interviews volgden een min of meer gelijkaardige structuur als boven beschreven. De hoofdstappen binnen het onderzoek blijven dus ook voor het kwalitatief deel van toepassing. Om een consistent en beter afgewerkt geheel te bereiken opteerden we ervoor om als basis de resultaten van het kwantitatieve luik te gebruiken, de hoofdbrok van dit onderzoek, en bij die resultaatsbespreking meteen het kwalitatieve luik te betrekken. Deze manier maakt het mogelijk om bij bepaalde gedane waarnemingen en vaststellingen andere zaken, indrukken, en kanttekeningen te gaan voorzien. Zo is het mogelijk om een totaalbeeld van de resultaten te verkrijgen.

1.2.2.1.1 Selectie en respons

De geïnterviewden werden in een eerste instantie geselecteerd op basis van professionaliteit en bekendheid als dj of producer. Die twee kenmerken hangen voor een groot deel samen, hoewel ook zal blijken dat lang niet alle professionele dj's of producers bekend zijn. Om de carrièreontwikkeling als centrale denkpijler binnen het onderzoek te vrijwaren is het nuttig om van zij die deze ontwikkeling daadwerkelijk doorlopen hebben exacte informatie te weten te komen. Daarom is het ook de perfecte aanvulling op het empirische onderzoek. We hebben ons echter niet enkel gericht op professionele dj's. Dat zou een te eenzijdige visie vormen. Ook andere specifieke gesprekspartners uit de sector werden gecontacteerd. Vooral wat betreft eerder zakelijke aangelegenheden werden de verschillende daartoe opgerichte

instanties aangesproken, zoals Kunstenloket, Muziekcentrum Vlaanderen en Commissie kunstenaars. Voor nog een andere kijk op de scène werd iemand van Live Nation geïnterviewd, België's grootste live entertainmentbedrijf. Er werden ook mensen bij betrokken die naast dj nog andere activiteiten hadden, liefst met een soort link met het Young Talent Corner gegeven. Yves Dubouvry (dj Spacid) is als vaste medewerker bij Kozzmozz al jaren betrokken bij Young Talent Corner, Manuel Ruts (Groove Merchant) is met Plastiks ooit begonnen met 'Bedroom dj of the month' en Ralf Leesen stampte enkele edities van Dj-Mania uit de grond. De gedetailleerde beschrijvingen van de geïnterviewden zijn bijgevoegd in bijlage (Bijlage 2). De interviews en gesprekken werden tevens in de bibliografie opgenomen.

1.2.3 Resultaatverwerking

Zoals eerder aangehaald werden de twee onderzoeksmethodes in elkaar verweven om een volledig geïntegreerd geheel te bekomen en een volledig verhaal verkregen wordt. Tijdens de resultaatsbespreking van het kwantitatieve onderzoek, dat de basis vormt, zal er verwezen worden naar de interviews evenals er letterlijk citaten uit zullen worden overgenomen om de voeling met de materie te verhogen.

2 Domeinen en evolutie

2.1 Domeinen

2.1.1 Popmuziek

“*Popmuziek* is het hele spectrum van de niet-klassieke muziek en (...) staat voor een boeiend spel van genres en stijlen, waar uiteenlopende visies en smaken naast elkaar opduiken.” (Keunen, 2002, p. 479)

Gert Keunen doet in zijn boek “Pop! Een halve eeuw beweging” een lovenswaardige poging om het chaotische en fascinerende verhaal van de populaire muziek volledig uit de doeken te doen. In tegenstelling tot literatuur die de hele elektronische muziekscène of dancescène wat oneerbiedig behandelt, komt dit wel uitvoerig aan bod in het boek van Keunen. Hij geeft duidelijk blijk van een open visie en brede kennis over het gehele popspectrum waarvan hij dance of elektronische muziek een belangrijk onderdeel acht. Ook de dj’s en producers krijgen in dit werk erkenning en waardering.

Het ontstaan en de evolutie van de dj speelt zich namelijk grotendeels af binnen de historische ontwikkeling en het bredere kader van de populaire muziek of popmuziek. Sinds haar prille begin en tot op de dag van vandaag is het (pop)muzieklandschap voortdurend in beweging en ontwikkeling geweest. Er ontstaan doorlopend nieuwe muziekvormen die verder evolueren. Er doen zich telkens nieuwe trends, hypes en clichés voor. Het is een onafgebroken aaneenschakeling van muzikale experimenten, vernieuwingspogingen en genrerevoluties. (Keunen, 2002, p. 479)

Allerlei sociale, economische, culturele en technologische ontwikkelingen zorgen ervoor dat de muzieksector nooit stil staat. Naast deze maatschappelijke invloeden, wordt die continue ontwikkeling gevoed en gekanaliseerd door een aantal belangrijke spelers binnen dit landschap. De muziekindustrie kent een brede waaier aan uiteenlopende actoren die elk hun steentje bijgedragen aan haar voortdurende evolutie. Hiervan belicht dit onderzoek een prominent doch wat miskend figuur. Deze figuur zal fungeren als het hoofdpersonage van dit

project. Ondanks zijn twijfelachtige reputatie, is dit illustere en omstreden figuur niet weg te denken uit de voorbije eeuw muziekgeschiedenis. Au contraire, als een van de meest revolutionaire actoren en drijvende krachten binnen de popmuziek heeft hij gedurende de afgelopen eeuw een steile opmars gemaakt binnen het populaire muzieklandschap. Meer nog, de populaire muzieksector is mede dankzij deze hem tot stand gekomen en in ontwikkeling gebleven.

Het is de zogenaamde ‘disk jockey’, ‘dj’ of ‘deejay’ waar het grootste deel van onze aandacht binnen dit onderzoek aan besteed zal worden. In 2006 vierden we het eeuwfeest van deze omstreden figuur binnen de muziekwereld. Van de eerste dj is immers sprake op kerstavond 1906 (Brewster & Broughton, 2006a). Hoewel er nog niet veel grondige wetenschappelijk studies of onderzoeken zijn gevoerd naar het belang van de dj in de muziekgeschiedenis of de muzikale evolutie, is het voor velen duidelijk dat hij een belangrijke rol gespeeld heeft, en nog steeds speelt, in de ontwikkeling van de (pop)muziekcène (Brewster & Broughton, 2006a, p. 24-26). Bij alle grote recente (r)evoluties binnen de muzieksector was de dj betrokken. Hij is verantwoordelijk voor verschillende muzikale ontwikkelingen, met veelal verregaande sociale en culturele gevolgen. Net hij werd er meestal ook voor afgerekend (Souvignier, 2003, p. ix).

Vooralsinds de opkomst van de elektronische muziek heeft de dj een dominante plaats verworven in het populaire muzieklandschap. Binnen de grote noemer van de ‘dance’ muziek is hij de belangrijkste figuur (Brewster & Broughton, 2006a, p. 3). Hij staat centraal in de hedendaagse dance- en clubscène die ondertussen is uitgegroeid tot een miljardenbusiness waar ontelbaar veel mensen, organisaties, bedrijven, labels en platenfirma’s, media en natuurlijk clubbers en liefhebbers deel van uit maken over de hele wereld. We gebruiken de termen dance en elektronische (dans)muziek door elkaar omdat ze allebei als noemer gebruikt worden voor de stroming binnen de popmuziek waarbinnen de meeste dj’s en producers actief zijn.

“*Dance* is een overkoepelende term voor muziek die grotendeels elektronisch wordt geproduceerd, en – in de echte betekenis van het woord – niet 'live' kan worden gespeeld. Dancemuziek wordt vaak enkel met de computer gemaakt; soms worden ook andere muziek (samples), stemmen en instrumenten in de productie verwerkt. Dancemuziek beschikt meestal over een stevige repetitieve beat die gebruikt wordt om op te dansen. Dance kent talloze

subgenres zoals house, ambient, drum-'n-bass, jungle, trance, new beat en techno, al is de grens niet altijd even duidelijk. Ook de meer commerciële, mainstream muziek met dance-invloeden valt onder de algemene term dance.” (Vlacc, 2006, p. 20)

“*Elektronische muziek* is een ruime verzamelterm voor muziek die gemaakt is met elektronische middelen. Als muziekgenre duidt de term Elektronische muziek meestal op experimentele muziek (soms zelf beschouwd als klassieke muziek) die hoofdzakelijk met elektronische apparaten zoals synthesizers, samplers, computers en drummachines wordt gemaakt. Met de term elektronische muziek kan men ook naar computermuziek verwijzen, omdat software toelaat dat geluiden digitaal en gemakkelijk kunnen verwerkt en bewerkt worden.” (Vlacc, 2006, p. 20-21)

2.1.2 Technologie

“De geschiedenis van de twintigste-eeuwse kunst is ondertussen wel degelijk een geschiedenis van uitdrukkingen die mogelijk gemaakt worden door nieuwe technologie.” (Altena, 1999, p. 3)

Er ontwikkelen zich voortdurend nieuwe technologieën, nieuwe koppelingen, nieuwe uitdrukkingmogelijkheden. Door manipulatie van bestaande machines en digitalisering worden nieuwe expressiemogelijkheden geschapen die technologiegeblaseerd zijn. “Zonder camera’s geen vastleggen van bewegend beeld, zonder draaitafels en vinyl geen scratchen, zonder digitale geluidsfiles geen digitaal scratchen, zonder mengpaneel geen live geluids- of beeldmixen.” (Altena, 1999, p.3) Een nieuwe generatie van zogenaamde vj’s specialiseert zich in dat laatste, maar ook meer en meer dj’s beginnen andere kunstvormen zoals beeld bij hun performance te betrekken. Die uitdagende houding t.a.v. technologie is kenmerkend aan dj’s en producers. Sinds de opkomst van elektronische apparatuur in de muziek zijn dj’s en producers zich echt helemaal beginnen uitleven en aan een *blitzkrieg* begonnen. De dominantie van elektronische en daarna digitale populaire muziek begon midden jaren tachtig met house en techno, we gaan hier later op in. Dit is ook het moment waarop het bandje (gitaar-bas-drums-zang) als muzikale uitlaat vervangen werd door de digitale huisstudio. (Altena, 1999, p. 4)

Ondertussen zijn digitale en elektronische media volledig geïntegreerd in het dagelijkse leven van iedereen. Zowat alles en iedereen maakt gebruik van digitale technieken. We leven in een digitale wereld. Internet, televisie, film en radio, in het nieuws, de reclame, de sport en de wetenschap, alles is ermee doorspekt. Belangrijker is voor ons dat er ook volop muziek mee wordt gemaakt. Ze hebben een heel duidelijke stempel op de huidige dj cultuur gedrukt. (Altena, 1999, p. 4)

“De houding van de dj ten aanzien van technologie is exemplarisch.” (Altena, 1999, p. 4)

Dezelfde auteur verklaart nader dat er in de afgelopen jaren een aantal boeken verschenen zijn waarin de ontwikkeling van de populaire elektronische muziek geschetst wordt vanuit het perspectief van de dj en de technologie. Hierin wordt aangetoond dat de verhouding tussen artiest/kunstenaar en technologie bepalend is voor de muzikale ontwikkelingen. (Altena, 1999, p. 4) Dat is niet meteen een verassende vaststelling, maar ze is wel in hoge mate van toepassing op de dj's en producers daar zij steeds de grenzen van de technologie aftasten. Hun gebruik en manipulatie van talrijke technologieën levert telkens nieuwe muzikale uitwerkingen op. Velen denken dat dit slechts een recent gegeven is binnen de popmuziek. Dit blijkt niet helemaal waar te zijn. Nog voor de massale opkomst van elektronica in de jaren '80 waren popmuziek en elektronische technologie uiterst nauw verweven. We komen hier op terug. Analoog hiermee bestaat de misvatting dat de dj een nog maar recent opgekomen figuur zou zijn, terwijl de geschiedenis ervan al loopt van het moment waarop voor het eerst muziek vanaf een 78-toerenplaat de ether in gestuurd werd, tot nu de dj auteur van eigen muziek is geworden. (Altena, 1999, p. 5)

“Aan de ontwikkeling van de DJ is het inzicht te ontleen dat culturele activiteiten die aanvankelijk geen artistieke component bevatten, uiteindelijk tot bloeiende kunst leiden.” (Altena, 1999, p. 5)

Kunst is niet meteen iets waar dj's vanzelfsprekend mee geassocieerd worden. Technologie en kunst hebben het altijd wat moeilijk gehad. Dj's en kunst ook. Zo heeft de Commissie Kunstenaars sinds het bestaan van het kunstenaarstatuut (in juli 2003) nog maar drie dj's officieel toegelaten tot dat statuut. (Schutz, 2007) Het is een ingewikkeld probleem dat verder nog aan bod zal komen.

Is een dj een kunstenaar of niet? Dit is een veel te brede discussie die ons te ver zou leiden. Feit is dat er wel degelijk dj-kunstenaars bestaan. Zij weten verschillende technologieën op een bijzondere manier te gebruiken en te manipuleren. Ze gebruiken (meestal een combinatie van) hardware en software, draaitafels, computers, programma's, mengpanelen, sequencers, samplers, keyboards, midi-controllers, enzovoort, om nieuwe dingen te maken, artistieke creaties, kunst.

2.1.3 Interactiviteit

Bij dit alles stellen we tussen dj en technologie een hoge mate aan interactiviteit vast. De manier waarop de dj(-kunstenaar) gebruik maakt van (nieuwe) technologieën is veelzijdig. Zowel voor live performances, de ontwikkeling van nieuwe muziekgenres, het ontdekken en verspreiden van muziek, als voor het uitzoeken van nieuwe mogelijkheden en het manipuleren van bestaande, maakt hij er handig gebruik van (Altena, 1999, p. 8). Ook tussen dj en publiek stellen we een hoge mate van interactiviteit vast.

Een dj is een van de meest interactieve artiesten. Door de uren die hij spendeert in de dj-booth, ontwikkelt hij niet alleen de gave om songs maar ook om structuren, melodieën, geluiden, bewerkingen of effecten te vinden waarop het publiek positief reageert. Met dit vermogen bouwt hij aan zijn platenkeuze en volledige set die hij zo goed mogelijk tracht af te stemmen op de wensen en emoties van het publiek en het moment. Met deze kennis en betrachtning in het achterhoofd gaat hij op zoek naar nieuwe muziek. Als hij ook zelf muziek maakt zal het publiek wederom een belangrijke factor zijn bij het ontwikkelen van songs en een stijl, zodat hij vol vertrouwen en met een goed gevoel zijn eigen muziek op zijn publiek los kan laten. De dj-kunstwerken kunnen voortdurend aangepast worden aan hun doelgroep. De voortdurende input en invloed van het publiek vind plaats zowel live op de dansvloer als onrechtstreeks in de studio. De sterke wisselwerking tussen publiek en artiest is kenmerkend aan het beroep. Het is een hoeksteen van zijn vak en een basisvaardigheid. Hierop verder bouwend kan hij zijn carrière verder ontwikkelen. Maar alvorens we aan zijn huidige carrièrebuilding toe zijn, beschouwen we de figuur van de dj in zijn historische ontwikkeling teneinde zijn historische en actuele positie beter te kunnen begrijpen.

2.2 De evolutie

De dj bestaat ondertussen meer dan 100 jaar. Hij vierde in 2006 zijn eeuwfeest. Toch is dit niet bepaald een groot feest geweest. Slechts weinigen hadden hier immers weet van. Net zoals veel niet geweten is over deze figuur. Niettemin zijn er zoals steeds, en zoals dat een dj kenmerkt, volharders die de boodschap trachten over te brengen. Eén van de naslagwerken die op een degelijke en aangename manier de dj-cultuur, het ontstaan, de evolutie en de rol ervan in de ontwikkeling van de muziekcultuur uit de doeken doet, is het boek “Last night a dj saved my life” van Bill Brewster en Frank Broughton (2006). Deze twee auteurs besloten overigens om ter gelegenheid van het eeuwfeest van de dj een geüpdate en uitgebreide versie van hun boek uit te brengen in 2006. In deze werken worden we terug gekatapulteerd naar kerstavond 1906 om te ontdekken hoe de dj zijn intrede deed.

2.2.1 De dj's blijde intrede

Wie was nu eigenlijk de allereerste dj? Of liever, wie speelde er voor het eerste een opgenomen stuk muziek af voor een publiek? Om die vraag te beantwoorden gaan we eerst nog even verder terug in de tijd. In 1877 kwam Thomas Edison op de proppen met alweer een nieuwe uitvinding. We hadden ondertussen aan hem al de uitvinding van de gloeilamp en van de bewegende beelden in de cinematografie te danken. Wederom was het een heugelijke gebeurtenis om zijn volgend hersenspinsel te mogen verwelkomen: de fonograaf (of grammofoon). Enkele voorlopers waren ook al op het idee gekomen om muziek of geluid op te nemen door een representatie van geluidsgolven op een fysiek medium te maken. Maar nu was het de eerste maal was dat iemand een functionerend model kon bouwen én patenteren, vanwaar ook deze uitvinding, de cilinder fonograaf, op Edison's naam kwam te staan. (Souvignier, 2003, p. 24)

Dit was het eerste instrument waarmee geluid kon worden opgenomen en terug worden afgespeeld. Deze uitvinding maakte het mogelijk om geluid of muziek vast te leggen op een fysieke drager.

Deze belangrijke uitvinding ging uiteraard niet onopgemerkt voorbij en al gauw werd ze opgepikt en verbeterd door andere uitvinders. Een van de eersten was Edison's rivaal,

Graham Bell, de uitvinder van de telefoon (Souvignier, 2003, p. 25). Bell en zijn kompanen brachten enkele verbeteringen aan en noemden het resultaat de grafofoon. Edison's reactie liet niet op zich wachten en al gauw werd dit het strijdtoneel van hun jarenlange rivaliteit. (Souvignier, 2003, p. 25) Rivaliteit kenmerkt de muziekbusiness dus al sinds het prille ontstaan ervan.

“The record industry has longstanding reputation for being a colorful, backstabbing, and highly litigious field. That pattern was established during the earliest days of the business. (Souvignier, 2003, p. 23)

Dankzij een investeerder werden de twee onder één dak gebracht om de fonograaf verder te ontwikkelen, maar in 1894 ging dit bedrijf over de kop. Ondertussen was ook de Duitser Emil Berlin op het toneel verschenen met zijn versie van de fonograaf die gebruik maakte van een platte schijf (in het engels 'disc') en spiraalvormige groef (1887). Hij maakte ook het kopiëren of reproduceren van de schijven mogelijk. Opnieuw volgden reacties van de twee anderen en na uiteindelijk zegevierde Berliner's concept dat. Vooral het gebruiksgemak, de duurzaamheid, de transport- en opslagmogelijkheden, en het luidere volume waren de belangrijkste troeven van het gebruik van de 'disc'. (Souvignier, 2003, p. 27).

Toch was het wachten tot de komst van de radio vooraleer we zouden kunnen spreken van de eerste 'disk jockeys' of 'radio dj's'. Dit was wanneer Marconi kwam aanzetten met zijn radio-uitrusting die meer kon dan alleen maar morse code zenden (Brewster & Broughton, 2006a, p. 28). De titel van eerste disk jockey werd geclaimd door Lee De Forest, maar blijkbaar waren de Canadezen de Amerikanen voor geweest. Op kerstavond 1906 zond de Canadese ingenieur Reginald A. Fessenden ongecodeerde radiosignalen (muziek en spraak) uit naar een aantal verbaasde schepen op de Atlantische oceaan. Hij had enkele schepen uitgedost met de noodzakelijk ontvangers en hen gewaarschuwd dat ze iets 'ongewoons' zouden horen. Hij bracht een korte speech waarin hij uitleg gaf over wat hij aan het doen was, las een stukje voor uit de Bijbel, en speelde 'Heilige nacht' op zijn viool vergezeld van zang waarvan hij zelf toegaf dat het 'niet erg goed' was. Tussenin speelde hij ook een plaat af over de radiogolven, waardoor hij 's werelds aller eerste dj werd. De plaat was Handel's 'Largo' gezongen door Clara Butt. (Brewster & Broughton, 2006a, p. 29)

2.2.2 Radio dj's

Zoals vermeld was het pas wanneer de radio werd geperfectioneerd dat we konden spreken van de eerste disk jockey Fessenden, die voor het eerst audiosignalen over radiogolven uitzond. Het is dan ook niet verwonderlijk dat radio het medium bij uitstek werd waarmee de eerste dj's hun opmars maakten en plaatjes lieten horen aan een publiek. De eerste dj's waren dus radio dj's in de eerste en engste betekenis van het woord. Zij waren het die het belang van Fessenden's historische daad onderschreven en er verder mee begonnen te experimenteren. Ook Lee de Forest. Hij speelde wel een belangrijke rol in de verdere evolutie en promotie van de radio en de dj. Hij bracht ook de eerste radiosponsor op het toneel door apparatuur van de sponsor te gebruiken in ruil voor een aantal reclameboodschappen. De eerste wereldoorlog en vooral de overheid stonden echter in de weg. Om redenen die de dag van vandaag nog steeds actueel zijn, weliswaar onder andere omstandigheden, werd radio verboden. Officieel luidde het: "There was no room in the ether for entertainment". Het was in elk geval het begin van een moeilijke tijd voor de radio en de dj (Souvignier, 2003, p. 84-87). Alhoewel hij nog niet veel soeps deed werd zijn macht immers meteen in vraag gesteld. Vooral de muzikanten en de muziekindustrie vreesden deze evolutie in plaats van ze te omarmen. Ze gingen ervan uit dat hun verkoop volledig in elkaar zou zakken door het gratis aanbieden van muziek en zagen het als vervanging eerder dan promotiemiddel voor hun producten (Brewster & Broughton, 2006a, p. 31). Dergelijke scenario's klinken onderhand wel bekend in de oren. Ook opkomst van cassettes, cd's, mp3's en internet moesten hier telkens aan geloven.

Frank Conrad verscheen op het toneel en commercialiseerde het toenmalige radiolandschap dat vooral uit een aantal 'amateur radio-nerds' bestond die vooral technische praat verkochten. Hij plaatste zijn fonograaf naast de micro en draaide plaatjes. Dat evolueerde al gauw in wekelijkse uitzendingen waarbij ook reclame kwam kijken. Er ontstonden andere stations, zelfs nationale netwerken, en de radio-dj kende een enorme opmars. (Souvignier, 2003, p. 88-89). In plaats van te verbieden of monopoliseren wou de Amerikaanse overheid deze nieuwe industrie nu reguleren en belasten. Het werd al gauw een heuse 'business' met een massapubliek, veel reclame en verschillende radio dj's. Echter, de gehele muziekindustrie zag radio nog steeds als een vijand, met de dj als verpersoonlijking ervan. De overheid luisterde naar het gehuil van de muziekindustrie en werd karig met de licenties. De bedoeling was om enkel live muziek uit te zenden omdat anders de intellectuele rechten op de uitgezonden muziek werden geschaad. Deze discussie is vergelijkbaar met onder andere die

over het kopiëren van cd's en muziek downloaden vandaag. Er werd een instantie opgericht die vergelijkbaar is met SABAM. Deze werd verantwoordelijk voor het innen van de uitvoeringsrechten op werken van bepaalde makers of uitgevers die dus een vergoeding kregen telkens iemand het werk wou gebruiken. De meeste radio dj's laptten de ganse wetgeving echter aan hun laars en gingen door met uitzenden van platen zonder uitvoeringsrechten te betalen. Vooral omdat het uitzenden van live-muziek veel te kostelijk werd.

Er kwam een belangrijke rechtzaak die uiteindelijk werd verloren door de muziekindustrie, waarna platenmaatschappijen zich begonnen neer te leggen bij het verlies en hun plannen moesten herzien. Ze beseften eindelijk dat radio een belangrijk promotie-instrument was. Ze zagen in dat de macht van de radio-dj's enorm groot was, en begonnen een charmeoffensief. Het ging van gewone betutteling tot het uitdelen van gratis platen of promo's. (Souvignier, 2003, p. 92-94). Deze praktijk is nog steeds schering en inslag.

2.2.3 Rock 'n roll

Niet alleen werden dj's beschouwd als een machtig wapen in functie van het massapubliek dat ze bereikten, ze werden er ook alsmaar meer voor ingezet. Tijdens WOII werden radiostations als ware propagandamedia gebruikt om oorlogspropaganda te voeren. Radio dj's werden tijdens de oorlog naar de troepen gestuurd om het moreel op te krikken. Zelf beseften zelf ook dat ze die unieke positie hadden en konden inzetten om bepaalde situaties aan te vechten. Een mooi voorbeeld hiervan werd geleverd door Alan Freed. Het racistische, naoorlogse Amerika werd door hem goed door elkaar geschud wanneer hij 'black music' begon te spelen. Er waren toen vooral blanke radiostations die overwegend 'white music' speelden. De muziekindustrie was vooral een blanke aangelegenheid, maar Alan Freed bracht daar verandering in door volop zwarte muziek in de ether te gooien. Hij noemde zijn nieuwe stijl 'Rock 'n Roll'.

“Rock'n'Roll was created by the DJ.” (Brewster & Broughton, 2006a, p. 41)

Deze muziek was heel populair bij de zwarte gemeenschap uiteraard, maar het sloeg ook enorm aan bij de blanke jongeren. De populaire muziek kwam in een stroomversnelling

terecht en stond bovendien mee aan de wieg van het ontstaan van mensenrechtenorganisaties. De zwarte muziek werd aanvaard, maar toen Alan Freed een rock'n'roll party met meer dan 25.000 (overwegend zwarte) bezoekers organiseerde, werd de blanke gemeenschap gekant tegen het fenomeen en werden de zwarten 'zwart gemaakt'. Ook Freed zelf werd zwart gemaakt en vervolgens in verband gebracht met omkoopschandalen: 'payola'. Het was een poging om rock'n'roll van de kaart te vegen en Freed was doelwit nummer één (Souvignier, 2003, p. 108).

2.2.4 Freeform

Hoewel de dj zich stilaan als een gevestigde waarde kon beschouwen binnen het muzieklandschap en hij van de muziekindustrie de verdiende erkenning en behandeling kreeg, en soms zelfs meer dan dat, werden dj's onder andere door de 'payola' schandalen nog buiten spel gezet. Er was ondertussen niet veel vrijheid meer binnen de vaste programmaties, afspeellijsten en rotaties. Advertising before entertainment. Playlists werden gevuld met voorzichtig gekozen nummers. De rol van de dj als selecteur van platen werd overgenomen door een programmadirecteur, die vaak niet veel meer was dan een marktonderzoeker in dienst van de advertising en sales departementen. Toen de fm radio de kop op stak kwam daar opnieuw even verandering in maar al gauw was de freeform fm ook weer verleden tijd (Souvignier, 2003, p. 110).

2.2.5 Mobiele en club dj's

Mede hierdoor is de dj andere horizons beginnen opzoeken en zich gaan losmaken van de radio. Hij gaat 'mobiel' en ontdekt de nightclubs. De eerst mobiele of nightclub-dj was de Brit Jimmy Salville. Salville's grote innovatie was het gebruik maken van twee platendraaiers. Hij wou de stilte tussen twee platen reduceren en de songs elkaar laten volgen. Hij beschikte over een aangepaste mobiele uitrusting met twee platendraaiers waarmee hij ging dj'en in nightclubs of later discotheken (Souvignier, 2003, p. 113).

Discothèque is overgenomen uit het Frans en betekent letterlijk een bibliotheek voor platen. Een club in Parijs noemde zichzelf "La Discothèque" en luidde zo het moderne woordgebruik

in (Souvignier, 2003, p. 113-116). Oorspronkelijk zou het een zeemansterm zijn voor de platen zij die achter lieten om te draaien wanneer ze aan wal kwamen. Nu werd er de plaats mee aangeduid waar met platen muziek gespeeld werd (niet live). Dit luidde het nieuwe tijdperk van discotheken in. Een belangrijke figuur in deze ontwikkeling was de Amerikaan Terry Noel. Het was de tijd van de rage die de bekende dans de 'twist' veroorzaakte. Noel ging een stap verder dan Salville en begon het einde van de ene plaat en het begin van de volgende plaat over elkaar te spelen. Nog een stapje verder hierin ging Francis Grasso. Hij was de eerste die twee platen op een zodanige manier mixte dat het publiek het niet meer merkte dat hij verschillende platen gebruikte. Hij nam daarvoor de plaat vast bij de eerste beat en liet ze op het juiste moment opnieuw los. Vervolgens kwamen er platenspelers op de markt waarbij de snelheid kon aangepast worden. Grasso maakte hier al gauw gebruik van en perfectioneerde zo zijn revolutionaire mixstijl, waarmee hij het publiek en de sfeer kon controleren. (Souvignier, 2003, p. 113-116)

Mede door het succes van Grasso's nieuwe mixtechniek schoten tijdens de jaren '60 overal discotheken als paddestoelen uit de grond. Een andere belangrijke factor in deze ontwikkeling was de opkomst van de eerste producers die zich als een nieuw type artiest zouden profileren, ook een centraal gegeven in de elektronische popmuziek van vandaag. Men sprak al gauw over producersmuziek die in de jaren '60 onder andere sterk beïnvloed werd door Phill Spector. Hij zou als een voorloper beschouwd kunnen worden van de huidige producers die zich als een nieuw type artiest gaan profileren binnen de elektronische dansmuziek (Keunen, 2002, p. 44). Het is dit laatste type producers dat behandeld wordt in het kader van dit onderzoek.

De populairste producermuziek van de jaren '60 werd geproduceerd bij Motown, het label dat zwarte soulmuziek aanpaste aan de blanke mainstream markt. In de jaren '70 zette disco, het bekendste voorbeeld van producermuziek, de lijn voort die in de jaren '60 door Motown ingezet was. Disco was onverdeeld voer voor de dansvloer. Hoewel ze ontstond in kleine undergroundclubs, groeide de muziek uit tot een internationale rage waarin producers zich volledig konden laten gaan. Disco is op en top producermuziek (Keunen, 2002, p.47).

2.2.6 Disco

Ook het discotijdperk werd mede door de succesvolle vernieuwingen van Grasso ingezet. Bovendien lieten nieuwe verbeteringen aan het geluidssysteem dj's toe om gebruik te maken van het volume om de muziek meer fysieke voelbaarheid te geven. Zowel het nieuwe genre als de nieuwe scène werden 'disco' genoemd en zij werden zo ook succesvol gemarket naar het mainstream uitgaansvolk toe. Dit gebeurde wel onder publiekelijk protest, geleid door andere rock dj's. (Souvignier, 2003, p. 117)

Disco kende een hevige bloeiperiode. De Italiaanse Duitser Giorgio Moroder werd de paus van de disco. Met nieuwe opnametechnieken, drummachines en tal van synthesizereffecten leverde hij kant en klare hits af. Hij maakte onder andere voor Donna Summer "Queen of disco" (Keunen, 2002, p. 47). De beweegreden was duidelijk: voer voor de dansvloer. Op een eindeloze strakke beat kon blijven gedanst worden. Toen al sprak men van escapisme en feel good als kenmerk van deze muziek en haar scène. De vergelijking tussen de toenmalige discotheken en de huidige club- of dancescène is vlug gemaakt. De bekendste club uit de bloeiperiode van de disco was Studio 54. Er zijn films over gemaakt en er is zelfs een jaarlijkse grote discoparty in het Antwerpse Sportpaleis naar genoemd.

Uiteindelijk keerde disco terug underground naar een danspubliek dat veelal zwart en vaak gay was. Het bleef een levendige underground scène, tot de raves van de jaren '80 aangestormd kwamen. De mixstijl die Grasso ontwikkelde bleef onverwijld overeind en vormde de basis van het mixen dat de muziek gedraaid in clubs en discotheken kenmerkt tot op vandaag.

2.2.7 Jamaica

Niet alleen disco heeft een sterke invloed gehad op de huidige dansscène en clubcultuur. Ook de Jamaicaanse muzikanten hebben een stempel gedrukt op haar evolutie. De manier waarop zij met muziek omsprongen is op een aantal vlakken erg vergelijkbaar met huidige tendensen en was vrij revolutionair. Hun zogenaamde soundsystems zijn mobiele discobars met zware luidsprekers die ze van de ene plek naar de andere rijden om er telkens een geïmproviseerde party op gang te brengen (Keunen, 2004, p. 244). De 'selector' was de Jamaicaanse dj in onze

betekenis van het woord. Zij noemden de dj diegene die de micro bediende, wat wij als rapper of mc⁷ aanzien. En hoewel het woord ‘selector’ voor zich spreekt, deed de Jamaicaanse dj veel meer dan enkel plaatjes ‘selecteren’. In die zin kan hij aanzien worden als een voorloper van de huidige dj (Galle, 2005, p. 27). Aangezien zij soms niet over het geld beschikten om aan de nieuwste platen te geraken en toen zij hun gading niet meer vonden in de beschikbare muziek, gingen zij al gauw platen bewerken, remixen en ook zelf produceren. Op die manier ontstond de Jamaicaanse platenindustrie, met daarin de producer centraal. De soundsystem-operatoren, of dj’s zoals wij hen zien, startten hun eigen labels op en openden eigen studio’s (Keunen, 2004, p. 244). Jamaicaanse dj’s waren dus de eerste dj’s die een carrière als dj gingen combineren met een carrière als producer. We zullen zien dat bekende moderne dj’s die hun carrière net dat stapje verder willen brengen, vaak ook muziek gaan produceren.

2.2.8 Hip hop

De gangmakers binnen de Amerikaanse hiphopcultuur waren vroege volgelingen van de Jamaicaanse trends die later zelf de fakkel van de Jamaicanen overnamen. Naast bepaalde technieken die waren ingezet door Jamaicaanse evoluties, kwamen er nieuwe en verbeterde technieken de kop op steken. Ook Grasso’s mixtechniek evolueerde. Dj Kool Herc was als gangmaker van deze cultuur een inspirator voor vele anderen, waaronder belangrijke pioniers als Grandmaster Flash. Hij bracht de mixkunst van zijn voorgangers samen en ontwikkelde een nog meer geperfectioneerde mixstijl (Souvignier, 2003, p. 123-126). Hij begon gebruik te maken van een systeem waarmee het mogelijk was om vooraf een nummer te beluisteren, terwijl het publiek nog danst op een ander nummer. Vandaag een alomtegenwoordige en vanzelfsprekende techniek voor de dj. Flash bereidde bovendien de manipulatietechnieken van de draaitafel uit. Aangevuld met onder andere de toevallige ontdekking van scratchen en loops bracht hij een wervelende collage van nummers en tekende zo voor een mijlpaal in de ontwikkeling van de popmuziek. Bovendien voorzag Flash als rasechte showkikker zijn publiek van extra entertainment. De dj als entertainer was geboren.

Ook Afrika Bambaataa verdiende hier zijn sporen. Door alle genres te durven gebruiken en zich de nieuwe kneepjes van het vak zoals needle dropping, crossfading en backspinning eigen te maken, bracht ook hij de dj-kunsten naar een volgend niveau: turntablism. Dj’s die

⁷ Afkorting die rappers vaak gebruiken als het begin van hun naam, of gewoon om zichzelf aan te duiden

als muzikale acrobaten te keer gaan in de dj-booth, 'turntable musicians' (Keunen, 2002, p. 274).

2.2.9 Electro

Afrika Bambaataa zorgde voor nog een belangrijke evolutie in hiphop. In tegenstelling tot de electro- en synthesizerpop die ondertussen volop aan zijn opmars bezig was, werden hiphopplaten traditioneel nog steeds gemaakt met live muzikanten. Bambaataa liet zich inspireren door andere genres en de pioniers van de electropop: Kraftwerk (Keunen, 2002, p. 276). Hij ging gebruik maken van drummachines en synthesizers, die sinds 1980 de muziekmarkt overspoelden. De single "planet rock" die daar in 1982 uit voort kwam, werd dan ook een mijlpaal in de geschiedenis van elektronische muziek. Surfend op de nieuwe golf van de steeds populairder wordende elektronische popmuziek, begonnen ook vele andere artiesten zich te onderscheiden door electronica in hun werk te gebruiken (Souvignier, 2003, p. 132). Deze 'electro-revolutie' resulteerde in vele nieuwe geluiden en stijlen in de popmuziek. Deze nieuwe evolutie lag ook aan de oorsprong van de verdere ontwikkeling van nieuwe stijlen in de elektronische muziek, zoals de house uit Chicago, de techno uit Detroit, en de vele andere elektronische muziekgenres die daaruit zijn voortgevloeid. Het luidde het begin van een nieuw elektronisch tijdperk in (Keunen, 2002, p.276).

2.2.10 Dance of elektronische (dans)muziek

Onder dance verstaan wij allerlei soorten elektronische (dans)muziek. Vandaag vallen veel uiteenlopende genres onder deze noemer. In de jaren '80 waren het na de electro-revolutie vooral house en techno die de dansvloer bestormden. Zoals vermeld werd de muziekmarkt toen overspoeld door nieuwe technologieën en tools zoals samplers, sequencers, midi-controllers en synthesizers. Al snel ontstonden nieuwe muzikale genres en bewegingen door deze technologische revolutie. In Europa deed zich een eerste golf voor van 'raves'. Raves waren veelal illegale underground parties waar de nieuwe elektronische dansmuziek steile opgang maakte. Ze werden enorm populair bij de jongeren en waren als het ware de voortzetting van een trend die zich inzette tijdens het discotijdperk. Disco keerde terug

underground. Daar namen de raves de fakkel over. Ze sloegen voornamelijk in Europa en in het VK in als een bom en deden er de muzikscène vanaf eind jaren '80 letterlijk daveren.

Ondertussen waren ook de Amerikanen volop aan het brouwen geslagen en ontstonden nieuwe elektronische muziekgenres, met name house en techno. Chicago was bekend voor house en Detroit werd hoofdstad van de techno. Deze genres werden ook met open armen ontvangen door de Europese rave- en clubscène waarin zij gemakkelijk konden integreren. Ze werden er populairder dan in hun oorspronkelijke contreien (Souvignier, 2003, p. 133-134).

“These electronic dance styles from the US struck a nerve with clubgoers in the UK and Europe, and fit nicely with the emerging ecstasy-fuelled rave scène. While electronic dance music was, and mostly continues to be an underground sound in the US, it found a big mainstream audience overseas.” (Souvignier, p. 134)

House en techno veroorzaakten aan het einde van de jaren '80 en nieuwe genrerevolutie in de popmuziek en braken volledig met het traditionele rockgebeuren. Electronica werd een nieuw en volwaardig instrument. Publiek en plezier op de dansvloer kwamen centraal te staan. Niet toevallig werden de eerst house- en technoplaten door dj's gemaakt. We krijgen nog meer voer voor de dansvloer. Dat dansmuziek niet losstaat van de dansvloer en zijn publiek spreekt voor zich. Clubs worden dan ook de centrale spil in de elektronische dansmuziek. De dj wordt de navigator. Hij hitst het publiek stapsgewijs op en sleept het mee in een muzikale spiraal. Zijn platenkeuze brengt een verhaal en neemt de dansende meute mee op muzikaal avontuur (trip). Het escapisme en wij-gevoel primeren. Er hangt elektriciteit in de lucht. (Keunen 2004, p. 306-307)

De housecultuur bouwde verder op het ter ziele gegaan discotijdperk. Producers als Gorio Morder combineerden disco met de nieuwe electronica en brachten elektronische Eurodisco voort. De toonaangevende dj's hadden hier oor naar. Dj Franckie Knuckels verhuisde naar Chicago, werd resident van de bekende club 'The Warehouse' en begon uiteindelijk zelf muziek aan te passen en te bewerken om de dansbaarheid ervan te verhogen en zijn mixen te perfectioneren. Hij plaatste een extra basdrum boven zijn platenmix. Zijn stijl werd 'house' gedoopt naar de club waar hij draaide. Knuckels is nog steeds een wereldbekende dj en producer.

Wegens de nieuwe technologie was het mogelijk geworden om platen te maken in je slaapkamer. Dat nieuwe gegeven op zich was al voldoende om het aanzien van popmuziek te veranderen en een muzikale omwenteling te veroorzaken. Met de nieuwe apparatuur konden dj's eigen tracks opnemen om aan de vraag naar nieuwe muziek te voldoen. (Keunen, 2004, p. 308-309) Vanaf 1988 kan men spreken van een ware internationale doorbraak van de nieuwe elektronische dansmuziek die dan al een zeer ruim publiek aansprak. Vooral het VK en Ibiza speelden daarin een grote rol. De negatieve berichtgeving rond de housecultuur en drugsgebruik hielden de hele beweging in een wat duistere en controversiële sfeer, maar deze zoveelste mediahete in de popgeschiedenis stond niet in de weg van deze florierende subcultuur. Integendeel, de housemuziek groeide uit tot mainstream cultuur.

Wegens het hogere mainstreamgehalte van house kwam ook techno sterk opzetten. Net als house was ook techno gebaseerd op het accentueren van de basdrum of 'kickbeat'. Het was de hardere, duisterdere variant van het samenspel tussen electro- en futuristische geluiden, die met repetitieve klanken de dansvloer in een trance bracht. Meer nog dan bij house, stoelde het ontstaan van techno op een specifiek groepje van dj's en producers, nl. Juan Atkins, Kevin Saunderson, en Derrick May. Ze werden de 'Belleville Three' genoemd, naar de voorstad van Detroit waarvan ze afkomstig waren. Samen met latere technogoden als Jeff Mills leidden zij (Detroit-)techno naar een breder publiek. Vooral in Europa werd het overgenomen en gedraaid in vele clubs en discotheken. Dit gebeurde ondermeer in de internationaal bekende Belgische technoclub 'Fuse'⁸, die nog steeds bestaat. Jeff Mills komt er bovendien nog af en toe zijn kunsten vertonen.

Het groeiende succes van de elektronische dansmuziek blijft uiteraard niet onopgemerkt bij de grote krachten binnen de muziekindustrie. Ook het wijdverspreide gebruik ervan in de media-, reclame- en filmindustrie, zorgde ervoor dat deze muziek snel gecommmercialiseerd werd (Souvignier, 2003, p. 136). Analoog evolueerde de centrale figuur binnen deze muziek, de dj, zelfs tot superster.

“As production methods and business conditions changed, the role of the dj continued to expand. More and more dj's began transitioning to production careers, some even became recording artists.” (Souvignier, 2003, p. 136)

⁸ Bekendste technodiscotheek van België (www.fuse.be) (5/8/07)

2.2.11 Dj/remixer/producer

Na tientallen jaren aan het roer van cruciale ontwikkelingen in de muziek gestaan te hebben, bereikt de dj/producer eindelijk zijn huidige positie van meest creatieve kracht in populaire muziek. Hij werd bovendien een erg ‘marketable’ figuur, ook omdat hij steeds meer is beginnen doen dan plaatjes draaien (Brewster & Broughton, 2006b, p. 13).

“His star rose and rose. The music industry, which had never been so sure about the dj, grew to love him for the way he could remix a song into any market it adored him for the way his name could be used to sell collections of otherwise anonymous tracks. And when his dance revolutions swept all other pop before it, and dramatically changed the way people consumed music, the dj found himself at the centre of momentous social change.” (Brewster & Broughton, 2006a, p. 476)

Aangezien de dj de expert werd in mensen aan het dansen brengen, was het vrij logisch dat hij zich ook meer en meer met het maken van dance muziek ging bezig houden en de productie ervan uiteindelijk ging domineren. De meeste bekende en succesvolle dj's dragen tegenwoordig vaak jobomschrijvingen als ‘dj/producer/remixer’ (Brewster & Broughton, 2006a, p 477).

De dj is uiteraard perfect geplaatst om zelf platen te maken. Hij luistert naar talloze platen met grote aandacht, hij ontleedt ze, ziet hoe de mensen erop reageren en begrijpt welke geluiden en composities hen aan het dansen brengt. Dit alles maakt dat voor een dj de stap van dj'en naar produceren een vrij logische evolutie is (Brewster & Broughton, 2006a, p. 380). Vele dj's zijn daar trouwens al mee bezig tijdens het dj'en zelf door verschillende nummers of geluiden op zodanige manier samen te brengen dat hij als het ware een nieuw nummer aan het creëren is.

De meeste dj's beamen dat de stap van nummers spelen naar nummers maken snel genomen kan zijn. Door te dj'en leer je de nummers, de apparatuur en de noden kennen die ertoe aanzetten om zelf aan de slag gaan (Brewster & Broughton, 2006a, p. 380). Het is uiteraard geen verplichte stap voor een dj om te gaan produceren of remixen. Verre van zelfs. Net zoals het geen uitgemaakte zaak is dat elke producer ook dj is. Niettemin maken veel van de grote en bekende dj's zelf nummers, net zoals veel van de grote en bekende producers zelf ooit

begonnen zijn met dj'en (Brewster & Broughton, 2006a, p. 380). Welk genre muziek zij ook maken, men kan hier spreken van de opkomst van een nieuw type artiest.

Dit nieuwe type producer is echter geen volkomen nieuw fenomeen. "Spector drukte zijn stempel op de jaren zestig en behoorde tot de eerste producers die zich als een nieuw type artiest zouden profileren, een gegeven dat vandaag in vooral de elektronische popmuziek centraal staat." (Keunen, 2002, p. 44) Bovendien was ook toen al sprake van het remixfenomeen. Een hem voorgelegd nummer dat niet werkte arrangeerde hij, net zoals tegenwoordig bepaalde producers ook remixen maken van songs van andere producers en muzikanten (Keunen, 2002, p. 44).

Het remixfenomeen is ondertussen een weidverspreid gebruik in de muziekindustrie. Vooral binnen de dance heeft het opgang gemaakt door producers die andere producers een remix van hun werk lieten maken en die mee op de plaat zetten. Op deze manier heb je verschillende versies van een nummer op dezelfde plaat en komen ook de namen van die andere artiesten op de plaat te staan. Het is een manier om namen onder de aandacht te brengen en om, door bekende namen erbij te halen, de verkoopbaarheid en aandacht van de compilatie te verhogen. Deze praktijken worden gesmaakt door de platenfirma's die tegenwoordig ook vele pop- en rocksongs laten remixen. Ze hopen er bijvoorbeeld een clubhitje mee scoren en zo ook het publiek uit die scène te bereiken. Sommige remixen worden bekender dan het originele nummer. De grenzen tussen dj's en artiesten, remixers en producers worden alsmaar vager (Brewster & Broughton, 2006a, p. 484). Uiteraard speelt ook de steeds evoluerende en toegankelijker wordende technologie hier een belangrijke rol in.

2.3 Recente ontwikkelingen

2.3.1 Digitale (r)evolutie

De mogelijkheden zijn dankzij de digitale revolutie vrijwel onbeperkt geworden, gaande van een laptop met de nodige software en muziek waarmee je live je trukendoos kan boven halen en zelfs videobeelden kan mixen tot en met het brengen van een totale live performance. “Today, thanks largely to this move, the dj has dance music sewn up. Dj’s who don’t make their own music are rare, as are dance producers who didn’t get their start by playing records. The two crafts are inextricably linked, the one inspiring the other.” (Brewster & Broughton, 2006a, p. 493) Alhoewel het hier vooral om de top gaat, schuilt er een diepe waarheid in. Zeker naar de toekomst toe. Alsmat eenvoudiger wordende software (vb. Ableton Live) speelt daar perfect op in. Het is meteen ook een reden waarom dit onderzoek zich richtte op dj’s én op producers.

Digital dj’ing komt meer en meer voor, maar krijgt ook veel tegenkating. Wat de tegenstanders vergeten is dat dance muziek altijd is voortgestuwd door de technologie (Brewster & Broughton, 2006a, p. 548). Net zoals dat het geval is geweest bij vele nieuwe tijdperken die voornamelijk door dj’s hun ingang vonden, worden ook deze keer de dj’s niet gespaard. Maar de digitale revolutie zal de dj op een veel bredere manier affecteren. Het maakt zijn beroep bovendien actueler en noodzakelijker dan ooit. Met de massale toevloed aan muziek, zal hij, net als vroeger, diegene zijn die voor ons de selectie maakt en vinger aan de pols houdt. Zijn initiële taak wordt essentiël dan ooit (Brewster & Broughton, p. 549). Velen zullen het daar niet bij laten maar die jobomschrijving uitbereiden en muzikaal evolueren gebruik makend van de nieuwe software en technologie. Dit zal de grenzen tussen dj, producer, muzikant en artiest verder doen vervagen. “The new software will help blur the lines between dj’ing and musicianship and take the dj a little further in his quest to be respected as an artist.” (Brewster & Broughton, 2006a, p 550). Souvignier stelt het samenvattend:

“Just as cheap synthesizers and recording technologies made house music and the resultant electronic dance scenes possible, they also democratized record production in general, allowing a whole generation of producers and artists to gain experience and express their ideas. Technology furthered the idea of record producer as auteur,

something that originated with Phill Spector, but wasn't really feasible for most until the advent of digital recording." (Souvignier, 2003, p. 157)

2.3.2 Grenzen vervagen en eclecticisme

Niet enkel de grenzen van het *métier* zelf vervagen steeds meer, ook de muzikale in- en output wordt steeds breder. Muren worden gesloopt, de hokjesmentaliteit wordt verleden tijd en alles wordt mogelijk. Die postmodernistische mentaliteit, die al aan bod kwam, en die deze evolutie kenmerkt, is vandaag meer dan ooit aan de orde. Men spreekt in deze context ook van het huidige eclecticisme dat zijn opgang heeft gemaakt. Het valt op hoeveel geënquêteerden hier blijk van gaven door precies die term in te vullen in een niet verplicht invulveld bij de vraag over hun stijl van muziek. Een afdoend bewijs dat gevoel en deze stijl enorm leeft onder de huidige generatie dj's en producers.

Allicht niet toevallig wordt de term eclecticisme ook gebruikt in de definitie van postmodern in de populairste online encyclopedie:

Postmodern: Het in twijfel trekken van lang gekoesterde begrippen als waarheid en (romantische) authenticiteit. Vaak resulteert die twijfel in eclecticisme met een flinke dosis ironie.⁹

De term eclectisch wordt in dezelfde encyclopedie met betrekking tot muziek als volgt omschreven:

Eclectisch: In de popmuziek wordt de term meestal in de Engelstalige versie *Eclectic* gebruikt om het samenvoegen van verschillende muziekstijlen tot een geheel te beschrijven.¹⁰

Eclecticisme in de muziek staat voor de actuele stijl, maar is uiteraard geen volkomen nieuw fenomeen. Het mengen van stijlen komt in de dance muziek al voor sinds het einde van de jaren '90. House en techno kregen commerciële navolging. Toch heeft de elektronische dansmuziek lang geleden onder muzikaal racisme. Vooral vanuit het rockcircuit werd deze

⁹ Gelezen op <http://nl.wikipedia.org/wiki/Postmodern> (4/08/07)

¹⁰ Gelezen op <http://nl.wikipedia.org/wiki/Eclectisch> (4/08/07)

muziek als onmuzikaal, functioneel en dus te verwaarlozen ervaren; als een rage die wel snel weer zou overwaaien. “Door tal van oppervlakkige clubhitjes werd – net zoals disco 10 jaar eerder – alle dansmuziek over één kam geschoren: één pot verderfelijk nat.” (Keunen, 2002, p. 320) Daar kwam verandering in toen de dansmuziek ook kenmerken begon te vertonen die door een rockbril gezien konden worden. Bepaalde dance artiesten begonnen live performances te doen, brachten full-cd’s uit, of gingen experimenteren met traditionele instrumenten. De cross-over muziek van Moby, Underworld, The Prodigy, Faithless en Chemical Brothers werden door beide types publiek gesmaakt. Elektronische dansmuziek met live instrumenten, muzikanten en/of zangers op het podium kan op grote sympathie van een zeer breed publiek rekenen. Met toevoegingen als grootse licht- en videoshows verwierven deze performances een plaats op de podia van de grootste pop/rockfestivals, waar ze het publiek telkens omtoverden in een kolkende massa (Keunen 2002, p. 322). Tegenwoordig horen dance acts tot de vaste programmatie van deze festivals. Het tweede grootse festival van België, Pukkelpop, heeft zelfs twee van haar zeven podia volledig aan het genre gewijd en ontvangt elk jaar een waslijst aan nationale en internationale dj’s en producers. De vete tussen rock en dance is grotendeels geluwd en cross-overs lijken, vandaag misschien meer dan ooit, hoogtij te vieren. In de elektronische dansmuziek werd het eclecticisme de nieuwe norm. Ook het ganse popspectrum wordt erbij betrokken. En ook al lijkt het een recent dance fenomeen, in realiteit is het samenvoegen van genres en het spelen met verschillende stijlen, zoals bleek, eigen aan de popmuziek in het geheel. “Eclecticisme als ultieme pop.” (Keunen 2002, p. 404) Keunen beschrijft dit ook mooi als “Make love not war”, wat toevallig net het thema is van de City Parade 2007¹¹, de Belgische variant op de Berlijnse Love Parade – een immens outdoor dance event. Een mooie boodschap.

¹¹ Grootse opgezette parade van praalwagens waarop dj’s aan het spelen zijn en publiek staat de dansen en die gevolgd worden door een dansende en feestende massa. www.cityparade.be. (5/8/07)

3 Het Vlaamse landschap

3.1 De Vlaamse evolutieschets

In België of Vlaanderen heeft de evolutie die zonet uit de doeken gedaan werd, zich in grote lijnen ook afgespeeld. De eerste stadia kwamen hier wel telkens een aantal jaren later op gang. Dat was zo met de opkomst van de radio en het was vooral ook te merken bij de overgang van radio dj naar mobiele dj of club dj. Dit kwam in België pas op gang aan het einde van de jaren '60. We hadden toen in Vlaanderen een aantal heel bekende radio dj's die hun radioshow's buiten de studio en vooral op feesten verder begonnen zetten. Onder andere Guy de Pré, Mike Verdrengh en Zaki maakten hiermee veel furore. Al snel groeiden hun shows uit tot een groot succes. Zodanig zelfs dat de formule vandaag nog steeds bestaat. Denk maar aan de radio djs van Radio 2 die de Pré-historie live party's doen, of die van Donna de Donna party's, die van Q Music de Q party's en die van Studio Brussel de afrekeningfuiven en de 'was het nu 70-80-90' fuiven. (Galle, 2005, p. 32 -33)

Net als elders kwamen vervolgens ook in Vlaanderen de discotheken als paddestoelen uit de grond geschoten. Hiermee ontstond ook in onze discotheken een nieuw type van dj. Naast het traditionele type dj werd, zoals we zagen, vooral met de opkomst van de elektronische muziek, deze club dj heel bedrijvig in het kunstig omspringen met muziek, platen, draaitafels, mengpaneel en ander materiaal. Hij werd de held van het uitgaansleven en bevond zich hoe langer hoe meer in het middelpunt van de belangstelling binnen de wereld van de dance. Deze subcultuur van de jaren '80, waarin die evolutie eerst plaats vond, werd tijdens de jaren '90 een dance cultuur waar honderdduizenden aan deelnamen. Bekende clubs al Boccaccio of Larocca effenden het pad voor talrijke discotheken die deze tendens volgden. Dankzij de sterke opmars en invloed van house en techno kende deze dance cultuur voornamelijk deze twee stromingen. Na verloop van tijd ontstonden er steeds meer nieuwe genres en stijlen, kwamen er steeds meer nieuwe dj's en producers op het toneel, begon de dance cultuur een steeds bontere verzameling van uiteenlopende subgenres te worden, en bleef de elektronische dansmuziek een steile opgang maken. Naast clubs en discotheken ontstonden er ook grote dance evenementen (bvb. Kozzmozz en Groove City) en dance festivals (bvb. I Love Techno, Ten Days Off). I Love Tencho trekt tegenwoordig jaarlijks een 40.000 koppig internationaal

feestpubliek aan. Ook op de traditionele festivals werd dance geïntegreerd. Vandaag heeft zowat elk Belgisch festival wel een of andere dance act geprogrammeerd. Je hoort ook op radiozenders nog steeds veel commerciële dance muziek en je ziet vele dance clips op de jongerenmuziekzenders. Daarin krijg je alsmaar vaker de auteur te zien, de dj/producer die het nummer maakt. Hij schopte het tot (pop)ster. Zijn sterrenstatus valt in België nog goed mee, maar internationaal kon het wel eens de pan uit swingen. Hierin is intussen een lichte kentering gekomen (Brewster & Broughton, 2006a, p. 543). In elk geval werd, en is, dance 'huge'. In het VK bijvoorbeeld, trok dance in '93 al meer dan 50 miljoen bezoekers. Dat was toen al meer dan de sportevenementen, bioscopen en alle 'live' kunsten samen. (Thornton, 1995, p. 15). In 2004 werd de toenmalige nummer één dj van de wereld, de Nederlander dj Tiësto, gevraagd om de Olympische Spelen te openen in Athene. Diezelfde dj vulde in Vlaanderen al twee maal op rij helemaal in zijn eentje de ganse Ethias Arena in Hasselt. Dance is uitgegroeid tot een wereldwijd aanvaarde en beleefde muziekcultuur van formaat, die ook in Vlaanderen bloeit en broeit. Denk maar aan I Love Techno, 10 Days Off, City Parade, Tomorrowland of Groove City. Dit zijn stuk voor stuk elektronische dansmuziek festivals die keer op keer tienduizenden festivalgangers op de been krijgen. Dance is levendiger dan ooit. En de draaischijf ervan is letterlijk hij die de schijven draait, namelijk de dj en/of producer, de spilfiguur in dit verhaal.

De activiteiten van onze protagonist beperken zich niet uitsluitend tot de dance of elektronische muziek, maar dringen door tot in de andere gelederen van onze rijke muziekcultuur. Er staan vaste dance of dj acts op de pop- en rockfestivals en ook op zowat alle stadsfestivals. Zelfs het folkfestival Dranouter heeft een resem dj's geprogrammeerd. En het befaamde jazzfestival Blue Note Records Festival heeft als één van de headliners DJ Shadow op haar affiche. Toen David Bowie zijn kat stuurde naar Rock Werchter werd hij vervangen door ons wereldbekende Gentse dj duo 2ManyDj's. De voorbeelden zijn legio. Dj's en producers zijn alomtegenwoordige artiesten en gegeerde acts voor een breed publiek.

3.2 Functies van dj's en producers

Op basis van het voorgaande kan men stellen dat dj's en producers een enorm belangrijke positie hebben verworven in het muzieklandschap en het continu verder uitbereiden en verstevigen. De vele uiteenlopende functies en rollen die zij opnemen, zijn onmisbaar geworden in het hedendaagse muzieklandschap. Dat bleek uit het literatuuronderzoek, en werd ook duidelijk doorheen het kwalitatief onderzoek. Ik schotelde de geïnterviewde telkens een lijstje voor van functies die uit het vooronderzoek naar voren waren gekomen. Veel van deze functies waren ook uit het onderzoek van Galle gebleken (Galle, 2005, p. 34-42). De reacties op de opsomming waren vrij homogeen: "Ja, dat klopt." Inderdaad, de vele functies zijn telkens op één of andere manier aanwezig en van toepassing. En zoals de meeste geïnterviewden ook aanwezen, is het steeds de bedoeling en wenselijk om een gezonde mix ervan na te streven. Sommigen gaven een gradatie van belang aan (zie verder), maar bleven een gepast evenwicht vooropstellen. We geven een kort overzicht van een aantal vermelde functies die vooral op (semi-)professionele dj's van toepassing zijn, maar bij uitbereiding ook gelden voor de ganse onderzoeksgroep.

Entertainer. Eén van de belangrijkste functies bleek het entertainen te zijn. Daarmee wordt ook bedoeld: 'het weten te vatten van het publiek'. Dat is de kunst van een dj. Feel the rythm, feel the vibe, en speel erop in. Kim Mathijs formuleerde het als volgt:

"Een dj is iemand die zijn publiek kan lezen, die de vibe kan vatten, dat is het moeilijkste en het belangrijkste. De interactie." (Mathijs, 2007)

Jimmy De Wit formuleert het nog iets bruusker:

"Ge zijt nog altijd maar die *ket* die plaatjes draait." Waarna vergelijkbare termen als bij Kim Mathijs volgden: "Ge moet de vibe pakken, het volk lezen, als ge de *girls* kunt doen dansen... ." (De Wit, 2007)

Ook Nadiem Shah vond vooral het entertainen het belangrijkste.

"Vooral entertainen, want ge doet het voor uw publiek. Als ge geen publiek hebt moet ge het niet doen. Velen zijn dan ook publiekstrekker."

Hij brengt meteen het gegeven aan dat de dj op de affiche ook daadwerkelijk de publiekstrekker is, de reden waarom het publiek opdaagt, en de reden waarom hij die entertainmentfunctie voorop moet stellen. Daarmee heeft hij zich ondertussen ook de functies als artiest en performer op de hals gehaald (Galle, 2005, p.34-42). Zodoende zelfs dat

tegenwoordig vele dj's niet meer of minder een 'act' vormen dan een band. Zij treden op zoals een band, alleen doen zij dat als dj en niet met een ruime bezetting zoals bij een band het geval is (van Veelen, 2006, p.25). Tijdens zijn performance maakt de dj dan zijn selectie van muziek, eventueel ook van zichzelf, waarmee hij het publiek probeert te entertainen. Er zijn ook producers die een volledige live set brengen. Er bestaan ook dance acts met zangers en instrumenten. Ze verhogen het entertainmentgehalte (zie verder). Ook zij moeten met hun selectie van muziek het publiek weten te entertainen. Onder andere Jimmy De Wit bracht de deze entertainmentfunctie meteen in verband met wat hij misschien nog de belangrijkste functie vond, namelijk het selecteren.

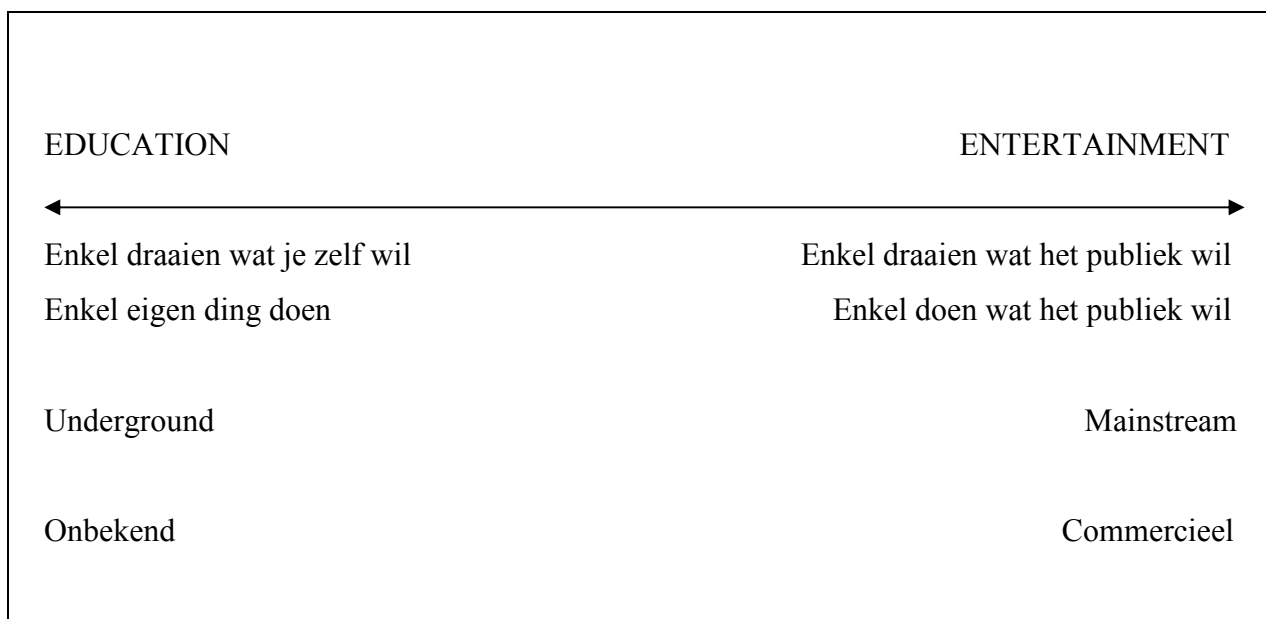
Selector. Selecteren houdt verband met entertainen. Sommigen vonden het entertainen belangrijker. Manu Ruts stelde dat er geen keuze tussen de twee moet worden gemaakt, maar een combinatie van beiden. Hij stelt het voor door te spreken over 50% entertainment en 50% selectie. Tomaz nam een genuanceerder standpunt in en vond selecteren net iets belangrijker. In zijn uitleg bij die keuze wist hij echter het verband tussen beide aspecten erg gevat te verwoorden:

“Ik kies en met mijn selectie moet ik entertainen” (Tomaz, 2007)

Dat is volgens hem waar het vooral om draait. De meeste gaven er blijk van dit belangrijk te vinden. We zien echter al meteen dat sommigen het ene, andere het andere voorop stellen. Dat is precies die balans of het evenwicht dat een dj tracht te vinden, wat verschilt van dj tot dj.

Educator. De functie van selecteren valt te beschouwen als een soort filterfunctie. Kim Mathijs maakte gebruik van deze term. Manu Ruts ging dit selecteren of filteren gaan plaatsen onder de noemer van educatie of de opvoedende functie. Het is ook een taak van de dj om de 'goede' muziek te selecteren en die aan zijn publiek bij te brengen. Vandaar de opvoedende taak of 'education' (Galle, 2005, p. 137). Manu stelt de zaken even simpel voor door ze op een continuüm te plaatsen. Een continuüm met aan de ene kant 'entertainment' en aan de andere 'education'. Elke dj of producer bevindt zich volgens hem ergens op dat continuüm. Liefst ergens in het midden want zoals altijd zijn uitersten nooit goed. We stellen het even visueel voor aan de hand van onderstaande figuur (Figuur 3). We geven er ook omschrijvingen bij die uiteraard alleen gelden voor de extremen. Het continuüm kan ook gebruikt worden met andere uitersten en omschrijvingen. Het kan bijvoorbeeld tot op zeker hoogte toegepast worden als het continuüm underground versus mainstream, of onbekend versus mainstream. Ook hierin zijn alle dj's verschillend en zullen zij zelf een eigen positie op

het continuüm innemen of verkiezen. Immers, niet elke dj gaat op dezelfde manier met dj'en om. Galle verwijst hierbij naar het bestaan drie types van dj's. "Er zijn enerzijds de pure underground- en anderzijds de pure mainstream-dj. Zij vormen de uiteinden van het continuüm. Het derde type van dj is hij die zich ergens in het midden op dit continuüm bevindt of meer naar de mainstream of underground neigt. In realiteit komt dit type van dj het vaakst voor." (Galle, 2005, p. 158) Het kwantitatieve onderzoek zal deze bevindingen bevestigen.



Figuur 3: Continuüm education vs. entertainment en underground vs. mainstream

De discussie omtrent dit alles gaan we even uit de weg, we geven de feiten. Een feit is dat alle deelnemers aan het kwalitatieve onderzoek bevestigden dat ze een op een of andere manier een gezond evenwicht willen nastreven. Kim Mathijs voegt eraan toe dat evenwicht aan te passen aan het publiek waarvoor hij speelt en indien noodzakelijk bepaalde toegevingen te doen. Ook Jimmy De Wit wees op het volgende:

"Sommige jonge dj's doen veel te veel hun eigen ding. Ge moet eerst en vooral voor een publiek spelen en willen dat ze meegaan." (De wit, 2007)

Een ander feit is dat de meeste ook muzikaal gezien voor de combinatie kiezen, voor het evenwicht. De eclecticische tendens die reeds aan bod kwam wordt ook hier bevestigd. Het breder wordende muzikale perspectief draagt met zich mee dat men verschillende stijlen

dooreen gebruikt. De hokjesmentaliteit van de jaren '90 moet stilaan plaats ruimen voor de zogenaamde eclecticische mentaliteit van het nieuwe millennium. Vooral sinds '2 Many DJ's' is daar in België sprake van. Zij durfden het aan om allerlei soorten muziek, bekend en onbekend, electro en rock, commercieel en underground, rauw en luchtig, in één wervelende mix te brengen op een niveau en op plaatsen waar dat eigenlijk niet meer gedaan werd. Deze mentaliteitswijziging zorgde ervoor dat alle soorten muziek terug voer voor de dansvloer konden zijn. Ook de scheiding tussen commercieel en underground begon daardoor te verwateren. Dat blijkt ook uit de volgende resultaten (Tabel 2).

					Totaal
	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	
bekend, mainstream, commercieel	7%	5%	8%	13%	7%
zowel bekend(er) als minder bekend	62%	65%	60%	62%	63%
onbekend, underground, alternatief	31%	30%	32%	25%	30%

Tabel 2: Inschatting van de plaats op het continuüm underground – mainstream (n=1481)

Op het continuüm underground – mainstream plaatst bijna twee derde (63%) zich ergens tussen de twee in. 30 % van de ondervraagden zweert bij underground en 7% houdt het bij mainstream. Wat verder vooral ook opvalt is dat er meer professionals nadrukkelijk kozen voor mainstream (13%), bijna het dubbele van de rest. Daardoor kozen er ook minder profs voor underground (25%).

Het eclecticisme dat met bovenstaande resultaten is gelinkt, blijkt in Vlaanderen daadwerkelijk te leven. We vroegen ook aan de respondenten hoe ze hun eigen stijl in een aantal woorden zouden omschrijven.

De meeste bizarre, uiteenlopende, ondenkbare, nuchtere en fantasierijke omschrijvingen kwamen uit de bus. In elk geval wijst dit weer op de brede en gevarieerde onderzoeksgroep. Dit zowel onderling als individueel. Dat wil zeggen dat zeer veel respondenten een heel verschillende en uiteenlopende stijlen uit hun mouw schudden, evenals een heel groot deel van de respondenten er zelf een zeer brede en gevarieerde stijl op nahoudt. Onder hen is het gebruik van het woordje eclecticisch in alle vormen blijkbaar goed ingeburgerd. Het is inderdaad ook de meest toepasselijke term om hen in één woord te vatten. Er waren ook omschrijvingen die het hielden bij “verschillende stijlen”, “alles door elkaar”, “allround” of,

zeer toepasselijk, “clash of the styles”. Dat strookt met de trend. Alles mag, niets moet. Of zoals Tomaz zegt: “Het hokjesdenken waar de elektronische muziekcène tijdens de jaren negentig mee geplaagd zat, is langzamerhand terug verleden tijd.” Men staat terug open voor vele verschillende stijlen en genres, als het maar goed klinkt of als er maar op gedanst kan worden. Dit werd ook duidelijk tijdens de meeste interviews. Er werd al op gewezen dat dit eigenlijk niets nieuws onder de zon is. In zekere zin keert men langzaam terug naar de tijd waarin je gewoon alles draaide. Bovendien zijn er altijd dj’s geweest die alles gedraaid hebben, of die zich nooit zijn gaan vast pinnen binnen één stijl of genre. Bepaalde dj’s zitten ook niet in de positie om dat te doen, zoals de all-round en mainstream dj’s. Zij moeten er immers voor zorgen dat ze een zeer breed publiek met een erg verschillende smaak kunnen bekoren en aan het dansen krijgen. Vandaar dat ook woorden als “dansbaar” of “feest” uit de bus kwamen. En dat is meteen ook een van de belangrijkste redenen om achter de draaitafels te staan of elektronische dansmuziek te willen maken. Dansen en feesten. Tomaz formuleert: “Tenzij je voor een select underground clubje je ding mag doen is het meestal nodig ervoor te zorgen dat je je publiek op de been krijgt.” Sommige respondenten hebben dit begrepen door omschrijvingen als “what the public needs” en “music for the people” neer te pennen. Zij slagen de nagel op de kop. Zoals vermeld blijkt wat het publiek nodig heeft een enorm belangrijke factor, zo niet de belangrijkste voor de dj. Zonder publiek geen artiest. “Je kan doen wat je wil, maar als je geen publiek hebt stelt het niet veel voor.” (Shah, 2007) Dat besef wordt door de professionals als noodzakelijk beschouwd. Een dj kan best beseffen dat hij met een publiek bezig is, dat hij mensen dient te bekoren en aan het dansen krijgen. Een aantal professionals vertelden dat als je het niet voor je publiek doet, als je niet de drang hebt om muziek met een publiek te delen, als je niet die nood voelt om een publiek je muziek te laten horen en voelen, en daar niet op kickt, je eigenlijk in het verkeerde vak zit. Hun pleidooi impliceert evenwel niet dat je niet je eigen ding kan doen en je eigen muziekvoorkeur mag hebben, of dat je je volledig zou moeten plooiën naar de massa en enkel bekende en commerciële muziek mag draaien. Daar werd in de interviews ook op gewezen. Het beste vindt men een eigen richting te zoeken die bij je past en waar je zelf ook 100% achter staat en indien nodig her en der toegevingen durven doen. Je eigen stijl hebben en je stempel durven drukken is belangrijk, net als inspelen op je publiek en ervoor zorgen dat je ze mee krijgt. Wat onder andere voor Manu Ruts alvast voor honderd procent geldt, is dat er passie moet zijn. Passie voor muziek én publiek. Voorwaarde nummer één. Een ongeschreven wet.

Door het feit dat dj's optreden als een soort filter of opvoeder, beschouwt men ze ook als **promotor**. Zijn selectie wordt immers bij het publiek bekend gemaakt. Zoals de meeste van de geïnterviewde dj's aangaven ontvangen ze wekelijks promo's. Dat zijn promokopieën die ze toegestuurd krijgen van platenfirma's in de hoop dat die door hen gedraaid worden. Via zijn magazine Plastiks ontving Manu Ruts zodanig veel promo's dat hij niets meer hoefde te gaan kopen. Deze praktijken, die al aangekaart werden, worden nog steeds toegepast. Door te draaien wat hij draait oefent de dj automatisch een promofunctie uit. Hij laat nu éénmaal muziek die hij (ver)kiest horen aan de mensen.

In vele gevallen is hij ook een **vernieuwer**. Vele dj's zijn steeds op zoek naar nieuwe muziek om mee naar buiten te komen. Het hangt er uiteraard vanaf welke plaats ze innemen op het continuüm, maar vaak is het zo dat bepaalde nummers pas echt bekend worden bij het brede publiek omdat bijvoorbeeld sommige (semi-)professionele dj's die nummers ontdekken en beginnen te draaien in discotheken en op feesten.

Er kwamen nog meer functies aan het licht. Het belangrijkste blijkt te zijn dat de meeste steeds van toepassing zijn en dat vooral de optimale combinatie en een gezond evenwicht van belang is. Hoe die balans ingevuld wordt hangt voornamelijk af van persoonlijke smaken, interesses, vrienden, leefomgevingen, doelstellingen en drijfveren. Deze elementen komen in de volgende hoofdstukken uitgebreid aanbod.

3.3 Posities van dj's en producers

3.3.1 In de muziekindustrie

Ondanks de belangrijke posities en functies van dj's en producers in de populaire muziekcultuur, bestaan er in bepaalde kringen nog steeds misvattingen of vooroordelen tegenover deze groep van muzikanten en het muziekgenre waarbinnen de meeste van hen van opereren. De muziekindustrie speelt hierin een ambivalente rol. Enerzijds hebben zij als eerste de economische waarde van het fenomeen ingezien. Anderzijds hebben ze het beladen met een te commercieel imago. Na het succes van New Beat, de Confetti's en vooral 2 Unlimited en Technotronic, aan het einde van de jaren '80 en het begin van de jaren '90, werd dance voor de platenbazen ineens een hitfabriek waar munt uit was te slaan. Vele platenfirma's richtten een aparte afdeling dance op en zorgden mee voor de verspreiding van dance muziek in de hitlijsten, discotheken, fuiven, radiozenders en tot in het straatbeeld (Keunen, 2002, p. 315-316). Door die vlag van commerciële dance kenden house en vooral techno een underground opflakking. Pas wanneer deze muziek meer aspecten van pop of rock ging integreren verwierf ze, midden jaren '90, ook appreciatie op grotere schaal en stortte uiteraard ook de gevestigde muziekindustrie zich op het fenomeen (Keunen, 2002, p. 321). Toch is de elektronische dansmuziek voornamelijk in handen gebleven van independents die wereldwijde productie-, distributie- en promotiekanalen hebben. Slechts de hele grote namen in het genre vinden bij majors onderdak. Zoals Keunen het weet te stellen: "De muziek ontwikkelde zich immers niet dankzij, maar ondanks de platenindustrie." (Keunen, 2002, p. 320)

De grote namen, de sterren, de verkoopbare producten, worden als nieuwe rocksterren aanzien en krijgen royale platencontracten aangeboden. "The dj came of age when he replaced the rock gods as the marketable star." (Brewster & Broughton, 2006b, p. 13) Momenteel staan de rekken vol remix cd's, compilatie cd's, en full albums van dj's en elektronische muziekformaties. De platenfirma's zagen ook nog andere marketingmogelijkheden in. Moeilijk verkoopbare nummers konden nu bijvoorbeeld op een compilatie van een bekende dj aan de man gebracht worden. Nummers konden door een bekende dj en/of producer gremixed worden om een breder publiek te bereiken (Brewster & Broughton, 2006a, p. 491).

Al gauw werd de dj een pion in een spel van naambekendheid, of, in marketingtermen, van ‘merken’.

“Brand-name status quickly reconnected with the emotional power a DJ has always held over his dancers, and DJing became the sexiest job imaginable. Clubbers have long known that a great DJ can toy with them like a great lover; now the magazines and the clubs and the labels have caught up with the idea and DJs have been belatedly promoted to the celebrity madhouse.” (Brewster & Broughton, 2006b, p. 13-14)

Daarmee zijn in één ruk ook de meest invloedrijke professionals van de industrie opgesomd, de zogenaamde ‘gatekeepers’. Gatekeepers zijn de professionals uit de industrie die sleutelposities bekleden en over veel macht beschikken. Van Veelen voerde een onderzoek uit naar de gatekeepers in de dance industrie en stelt ze voor in een complex schema (Bijlage 3). Het geeft meteen de verschillende stromen en netwerken weer, en hun onderling verkeer. Het gaat om een Nederlands onderzoek maar slechts twee van de betrokken spelers zijn ons niet vertrouwd. De Nederlandse auteursrechten- en de aanverwante rechtenorganisatie. Buma/Stemra is vergelijkbaar met SABAM en Sena is vergelijkbaar met URADEX. Afgezien van deze twee namen is het schema perfect transposeerbaar naar de Belgische situatie.

Hoe en in welke mate onze respondenten daadwerkelijk met de aangegeven actoren in verbinding staan wordt verder nog uitgebreid cijfermatig geanalyseerd. Twee algemene cijfers wens ik alvast mee te geven. Slechts 27% van de respondenten geeft blijk van begeleiding en advies te krijgen van één of meerdere actoren. Slechts 10% heeft één of andere geschreven overeenkomst met één van hen. De interactie is m.a.w. relatief klein.

3.3.2 In het cultuurbeleid

Over het beleid rond de doelgroep van dit onderzoek willen we kort een paar zaken meegeven. Rond dj's valt er op vlak van beleid ook niet veel te vertellen. Dat is ook één van de redenen van dit onderzoek. Wat beleid betreft staan we immers nog niet erg ver. In verband met een mogelijk ondersteuningsbeleid naar dj's toe wordt zo goed als nergens iets vermeld. Het Vlaamse popbeleid zelf is nog geen 10 jaar oud. Er is nog veel werk aan de winkel. Wat we bijvoorbeeld wel al zien is dat Poppunt erkend is als het steunpunt voor bands, muzikanten en dj's. Bij Poppunt zijn dj's nog maar twee jaar nadrukkelijk opgenomen in de hun werking. Zij willen alvast iets aan de situatie doen. Wat wederom één van de redenen is van dit onderzoek, dat op vraag van hen tot stand gekomen is. Verder worden zowel binnen het amateurkunstendecreet als het kunstendecreet dj's voorlopig niet vermeld.

Het *amateurkunstendecreet* van 2000 regelt de subsidiëring en erkenning van een algemeen steunpunt en één organisatie per kunstdiscipline. (Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, 2000). Voor de discipline 'lichte muziek' werd Poppunt erkend als aanspreekpunt. Poppunt zelf neemt hierbij sinds 2002 ook dj's onder haar hoede. Hoewel verder niets expliciet over dj's wordt gezegd neemt dat uiteraard niet weg dat ze niet op één of andere manier aanspraak kunnen maken op subsidies of dergelijke.

Het *kunstendecreet* van 2006 omvat het vroegere muziekdecreet en regelt de erkenning en subsidiëring van professionele muziekorganisaties, individuele muziekprojecten en de aanspreekpunten (Ministerie van de Vlaamse gemeenschap, 2004). Ook hier niets specifiek over dj's. Dat wil wederom niet zeggen ze per definitie bijvoorbeeld niet in aanmerking komen voor subsidies. Voor meer informatie omtrent deze zaken zijn er net die aanspreekpunten als Muziekcentrum en Poppunt.

Muziekcentrum Vlaanderen is het officiële steunpunt voor de professionele muzieksector in Vlaanderen en werkt op vier grote terreinen: informatie over en voor de muzieksector, begeleiding en ondersteuning van de muzieksector, overleg met en over de muzieksector, en acties en campagnes rond professioneel muzikalent uit Vlaanderen.¹²

¹² 'Over Muziekcentrum Vlaanderen', gelezen op www.muziekcentrum.be (3/08/07)

Dj's en producers vallen ook hier niet uit de boot. Bovendien vermeldt het muziekcentrum het brede genre 'dance' letterlijk als onderdeel van haar werking. Wat betreft promotie vertelde Wouter De Graeve, verantwoordelijke projecten & promotie pop/rock (waar in principe dance bij hoort), dat ze zeker initiatieven en projecten ondersteunen vanuit deze sector. Ze doen er ook internationale promotie voor met projecten als 'Elektromium'¹³ en onlangs een '10 Days Off'-compilatie¹⁴. Hij wees er echter op dat er zeer weinig vraag komt vanuit deze sector.

Roel Vanhoeck, verantwoordelijke muziekwaken, benadrukte het ontbreken van organisatie en structuur in de sector van dj's en producers. "Deze sector organiseert en verenigt zich niet zoals de andere sectoren dat wel doen. Daardoor is er ook gewoon niemand die hun belangen verdedigt. Bovendien weten ze niet eens waar naartoe, toch zijn die (i.e. Muziekcentrum, Poppunt, Kunstenloket, e.a.) er ook voor hen! Maar dat ligt misschien eerder aan communicatieprobleem. Die doelgroep is immers nooit voldoende benaderd geweest en duidelijk gemaakt dat ze er ook voor hen zijn." (Vanhoeck, 2007)

Volgens Roel Vanhoeck is er een grote nood aan organisatie en vereniging binnen deze sector. Hij pleit dan ook voor een belangenvereniging voor dj's die er enkele grote namen bij betreft en representatief is voor alle dj's. Op die manier worden ze gehoord en erkend.

Poppunt werd reeds aangehaald en is zoals ze zelf zeggen actief op het terrein van de beginnende en semi-professionele muzikanten en dj's uit pop, rock, dance en aanverwante muziekgenres. Poppunt werkt aan het maximaliseren van kansen voor hen en biedt hen gratis zakelijk, fiscaal, sociaal en juridisch advies. Verder kan zowat het hele popveld er terecht voor info en advies over podia, repetitielokalen, opleidingen, workshops, wedstrijden en speelkansen. Ook biedt hun muzikantengids een handig overzicht van al deze plekken en organisaties, maar ook van labels, bookers en allerhande actoren op het popveld. Ook bands, muzikanten en dj's kunnen zich er laten registeren.¹⁵ Zij waren ook de initiators en ondersteuners van dit onderzoeksproject. Poppunt werd uitvoerig besproken in hoofdstuk ..

Op *provinciaal* vlak zijn reeds enkele stappen in de goede richting ondernomen. Limburg neemt daarin het voortouw. Ze voeren zelfs al langer dan het bestaan van het Vlaamse popbeleid een actief beleid rond dj's.

¹³ Verzamel cd met elektronische muziek van Vlaamse bodem die verspreid werd onder buitenlandse artiesten, managers, boekingsagenten, media en de brede muziekindustrie en op internationale festivals als Sonar gepromoot werd.

¹⁴ Verzamel cd met elektronische muziek van Vlaamse bodem die promotioneel verdeeld werd onder buitenlandse pers, artiesten en organisatoren naar aanleiding van het 10 Days Off festival.

¹⁵ 'Vijf jaar Poppunt', gelezen op www.poppunt.be (3/08/07)

“Liever dan dj’en te linken aan de negatieve beeldvorming in sommige media, focust de provincie Limburg op de vele positieve aspecten van de dj-cultuur: jongeren die muzikaal en organisatorisch zeer creatief zijn en verantwoordelijkheid nemen.”¹⁶

Deze positieve ingesteldheid vertaalde zich ondertussen in enkele lovenswaardige workshops, initiatieven als DJ-lab en contests als Technomania en DJ-mania. De contests blijken niet meer door te gaan, maar DJ-Lab bestaat nog steeds in Muziekodroom en op locatie. Niet enkel dj’s kunnen er terecht voor beatmixen of scratchen, ook computermuzikanten kunnen er de nodige cursussen volgen. Onder andere over het ter ziele gaan van de succesvolle contest spraken we met Ralph Leesen van de Provinciale Jeugdendienst Limburg, tevens de man achter Limbomania, het provinciale pop/rockconours. Rond de succesvolle contest in 2000 werd toentertijd door de Standaard veelbelovend het volgende bericht:

“Met de eigentijdse projecten DJ-mania en Novamix vestigt de Hasseltse Muziek-O-Droom er de aandacht op hoe progressief het Limburgse popbeleid is. In een panelgesprek naar aanleiding van een opendeurweekend en het nieuwe seizoen bleek dat het Limburgse model richtinggevend zou kunnen zijn voor een Vlaams beleid.”¹⁷

Dat was zeven jaar geleden. Veel lijkt er nog niet veranderd te zijn. Immers, zoals zonet besproken hebben we voorlopig nog niet veel Vlaams beleid rond dj’s mogen verwelkomen.

Als voorbeeld van een *lokaal* initiatief wordt de gemeente Ham opgevoerd. Daar werd in 2003 en het ambitieuze project ‘dj-pool’ opgestart. Het was een verzameling van zo’n 15 dj’s tussen 16 en 30 jaar. Er werden onder andere dj-lessen gevolgd in de Muziek-o-droom (DJ-Lab) en ze konden hun opgebouwde vaardigheden op allerlei speelkansen laten zien. In 2004 werden er twee van geselecteerd voor het reeds vernoemde DJ Mania.

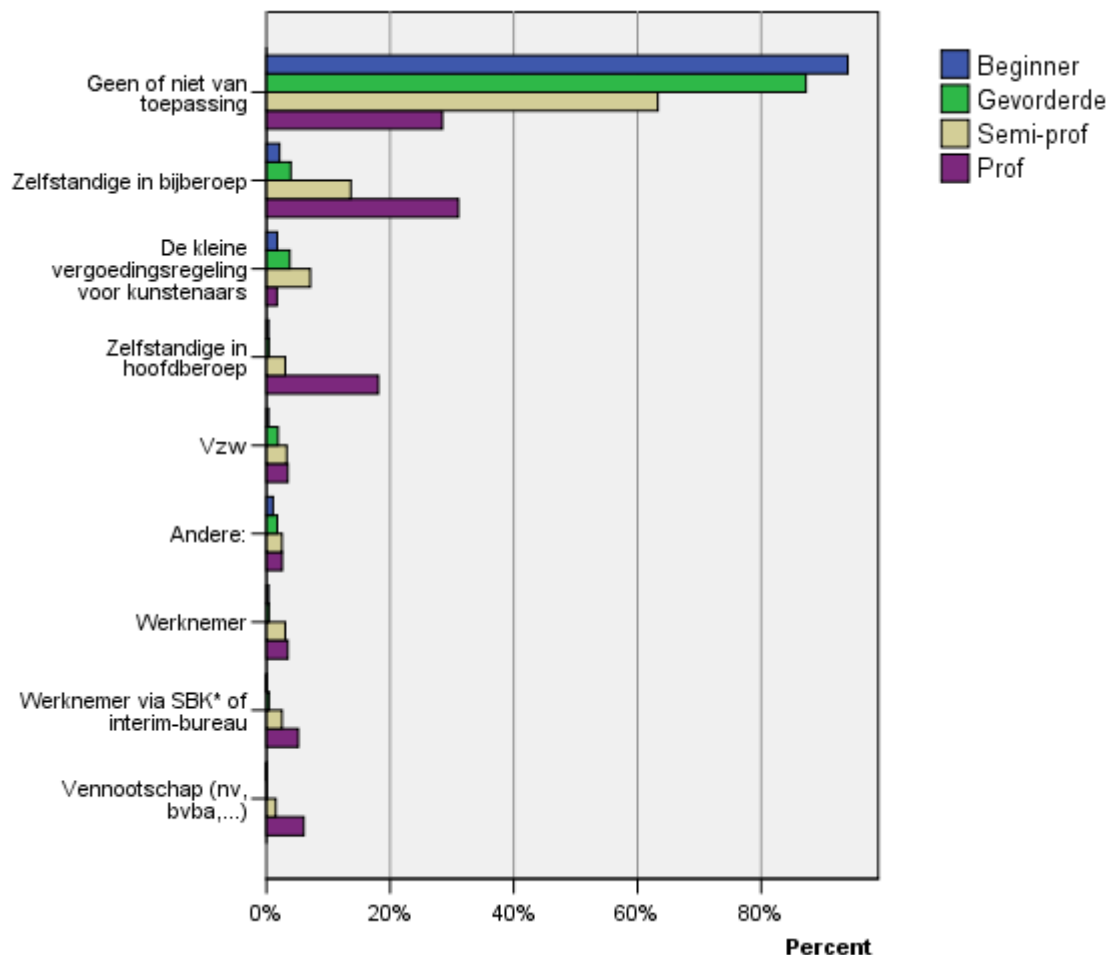
Meer informatie en links naar nuttige website in verband met het beleid vind je op de website van het Departement Cultuur van de Vlaamse Overheid (www.cjsm.vlaanderen.be/cultuur). Op deze website vind je ook meer informatie over de regelgeving. Hetgeen in het volgende hoofdstuk specifiek voor onze doelgroep aanbod komt.

¹⁶ ‘Provincie Limburg en dj’en: the needle and the damage done’, gelezen op <http://www.limburg.be/dj-mania/html/historiek.html> (3/08/07)

¹⁷ ‘Limburgse Muziek-O-Droom trots aan het feest’, gelezen op http://www.standaard.be/Artikel/Detail.aspx?artikelid=dst09092000_048 (3/08/07)

3.3.3 In de fiscale en sociale wetgeving

Wat betreft wetgeving wordt in dit hoofdstuk een overzicht gegeven van enkele zaken in verband met de sociale en fiscale wetgeving met dj's en producers als invalshoek. De resultaten uit het onderzoek worden er onmiddellijk bij gehaald. Tijdens de interviews met professionele dj's en producers werd immers meteen duidelijk dat dit domein een groot kluwen is voor hen. Velen hadden geen idee van hoe het allemaal in elkaar zit en hielden er zich afzijdig van. Dat bevestigde ook het kwantitatief onderzoek. Daarvan zie je in onderstaande grafiek welke rechtsvorm of statuut door de respondent hoofdzakelijk wordt gehanteerd (Grafiek 1).



Grafiek 1: Rechtsvorm of statuut voornamelijk toegepast door de respondent (n=1481)

Een grafiek die voor zich spreekt. De respondenten antwoordden massaal, i.e. met meer dan drie kwart (77%), ‘geen of niet van toepassing’ op de vraag welke rechtsvorm/statuut ze voornamelijk hanteren voor hun activiteiten. Er is een duidelijk verband met de categorie waartoe ze behoren. Van 94% van de beginners die dit aanduidt, daalt het gestaag tot 28% van de professionelen. Dit verband wordt gestaafd met andere resultaten. Ten eerste geeft de helft van de beginners aan nooit of bijna nooit voor een publiek te staan. Ten tweede geven zij die wel al eens voor een publiek staan ook ongeveer met evenveel aan er niets aan te verdienen. Ten derde doen ze dan het meestal gratis en vooral in jeugdhuizen of op fuiven die veel met vrijwilligers of dergelijke werken. Deze resultaten komen verder op aanbod. Echter, ook 63% van de semi-profs en 28% van de profs duiden geen of niet van toepassing aan, hoewel de meeste van hen ten eerste regelmatig voor een publiek staan en er ten tweede meestal voor betaald worden. Een deel gebeurt inderdaad in het zwart, zoals blijkt uit de resultaten. Een ander probleem is het niet weten hoe het te regelen, noch wat er verwacht wordt, noch welke opties er zijn. De interviews brachten dat kluwen aan het licht, evenals het communicatieprobleem dat tevens blijkt uit andere resultaten en zonet ook door Roel Vanhoeck van het Muziekcentrum ter sprake werd gebracht. We komen hier later uitgebreid op terug. De geïnterviewden bleken te opteren voor het zelfstandigen statuut. Veelal omdat het de meest voor de hand liggende keuze is. Het wordt onderbouwd door de data. Daaruit blijken professionelen vooral te kiezen voor het zelfstandigen statuut in hoofd- of bijberoep. Diegenen met een vaste job zien een makkelijke uitweg als zelfstandige in bijberoep. De data wijst uit dat meer profs kiezen voor zelfstandige in bijberoep (31%) dan zelfstandige in hoofdberoep (18%). De meeste profs hebben dus een andere job naast hun activiteiten als dj en/of producer. Ook bij de geïnterviewden bleek dit te kloppen. Zij gaven toe zeer weinig te weten van de andere opties of manieren om in regel te zijn. Dat komt uit alle resultaten naar boven, het kenmerkt de sector en daar zit alvast een lacune. Hetgeen een nuttige boodschap is aan alle organisaties, steunpunten, informatiepunten en websites die zich op dit terrein begeven. Er is acute nood aan duidelijke, gebundelde en aangepaste informatie en documentatie. En voor zover die er reeds is, blijkt er een aanzienlijk communicatieprobleem in de weg te staan

Deze problemen komen eveneens aan de oppervlakte bij de vrij ingevulde antwoorden. Een aantal maakte bijkomstige vermelding van vrijwilliger, eenmanszaak, jobstudenten, freelancer, of sommige die hun eigen organisator waren. Bovenvernoemde analyses werden ook letterlijk bevestigd door enkele eerlijke respondenten die ‘zwartwerk’ invulden. Na het

kluwen en het communicatieprobleem wordt nog een prangend probleem letterlijk geformuleerd door een professional die zelfs op internationaal vlak opereert: “Er is geen deftig statuut”. Dat probleem wordt verderop behandeld.

Door geïnterviewden wordt aangestuurd op een overzichtelijke website of gids, met eventueel een soort stappenplan voor dj's en producers, waarbij de verschillende opties opgesomd en uitgelegd zouden worden. Het zou alvast met open armen ontvangen worden. Gelijkaardige initiatieven werden reeds genomen. Op de website van Poppunt komen bij Popadvies de meeste elementen aanbod en wordt er een uitleg verschaft over zowat alles dat hierbij van belang is. Vooral de verschillende tipboekjes komen goed van pas. Al hun info staat ter beschikking. Er kan bijkomend een afspraak gemaakt worden of telefonisch om verdere uitleg gevraagd worden. Verder kan je ook terecht bij het Kunstenloket dat het aanspreekpunt is voor zakelijk advies. Zowel op de website als face-2-face kan je er voor alle noodzakelijke info terecht. De meeste van deze initiatieven zijn echter niet afgestemd op onze dj's en de specifieke kwesties en problemen erbij. Er is echter nog groter gemis dat al deze initiatieven in de weg staat. Aan de basis van deze nood aan verduidelijking en informatie ligt immers vooral dat communicatieprobleem. Dat in beide richtingen. Resultaten die verderop (Hoofdstuk 5) uitvoerig behandeld worden, wijzen op een problematische situatie. Wanneer men bijvoorbeeld ziet dat drie kwart (75%) van de ondervraagden aangeeft Poppunt te kennen, maar dat slechts één vierde (25%) aangeeft er zakelijke, juridische, sociaalrechtelijke of financiële info, advies of begeleiding bij te zoeken, bevestigt dit het eerder genoemde communicatieprobleem.

Na enkele gesprekken met personen¹⁸ van Poppunt, Muziekcentrum Vlaanderen, het Kunstenloket, en de Commissie Kunstenaars, die zich, in tegenstelling tot velen, op dit gebied wel thuis voelen, wordt het kluwen alvast wat ontrafeld. Dit aan de hand de vier deeldomeinen: sociaal statuut en werkloosheid, belastingvrije inkomsten, inkomstenbelasting en BTW.

¹⁸ Tijs Vastesaegeer van Poppunt was instellingsbegeleider en de andere personen werden mee opgenomen in de lijst van geïnterviewden (Bijlage 2)

1. Sociaal statuut van de kunstenaar

Het kan best wel eens gebeuren dat je inkomen wegvalt of daalt door een bepaald voorval (ziekte, invaliditeit, ouderdom, werkloosheid, ...). In dergelijke situatie kan je beroep doen op de sociale zekerheid voor een vervangingsinkomen. Uiteraard staat daar tegenover dat je sociale bijdragen moet betalen tijdens de andere periodes. Die worden berekend afhankelijk van de hoogte van het inkomen en het sociaal statuut. Er zijn drie sociale statuten waaronder je kan werken, namelijk ambtenaar, zelfstandige of werknemer. Er zijn dus andere sociale zekerheidsbijdragen voor zelfstandigen dan wel voor werknemers. In het eerste geval betaal je zelf per kwartaal een vast percentage op je netto-beroepsinkomsten. In het tweede geval wordt een werkgeversbijdrage betaald door de werkgever en dient de werkgever een werknemersbijdrage van je loon af te houden en door te storten (Kunstenloket, 2005). Wat doet nu het sociaal statuut van de kunstenaar?

Het nieuwe sociale statuut voor kunstenaars (sinds 1 juli 2003) moet het de kunstenaar gemakkelijker maken om een sociale zekerheid op te bouwen (vb. kinderbijslag, pensioen, werkloosheidsuitkering, vakantiegeld, enz.) Het is geen apart statuut, noch een fiscaal statuut dat artiesten minder of geen belastingen zou laten betalen. (Kunstenloket, 2006a)

Om ervan te kunnen profiteren moet je activiteit een artistieke activiteit zijn. De wettelijke definitie van artistieke prestatie luidt als volgt:

“Onder « het leveren van artistieke prestaties en/ of het produceren artistieke werken » dient te worden verstaan de creatie en/of uitvoering of interpretatie van artistieke oeuvres in de audiovisuele en de beeldende kunsten, in de muziek, de literatuur, het spektakel, het theater en de choreografie.” (Artikel 1 bis §2) (Kunstenloket, 2005)

Daar wringt het schoentje al meteen voor dj's. Voor uitvoerende muzikanten is dit wel van toepassing, voor dj's stelt zich echter de vraag of het zogenaamde 'plaatjesdraaien' er al dan niet onder valt. De officiële instantie voor aanvragen en onduidelijkheid is de Commissie Kunstenaars. Voorlopig leveren zij advies over het al dan niet vallen onder deze bepaling. Aangezien deze commissie bestaat uit afgevaardigden van het RSVZ en de RSZ is dit ook de interpretatie die deze twee instanties hanteren, en zou het best kunnen dat ook deze interpretatie gehanteerd wordt wanneer de inspectie op een dag aan je deur staat. In de

gesprekken met Diederick Ryckx en Stéphane Schütz van de Commissie Kunstenaars werd hun interpretatie als volgt uitgelegd. Een dj die enkel plaatjes opzet en daar tussen eventueel wat stemgeluiden produceert, levert geen artistieke prestatie. Zij verwijzen hierbij vooral naar dj's die trouw- en aanverwante feesten opluisteren. Maar ook andere dj's voldoen meestal niet. Zij vinden dat een dj pas een artistieke prestatie levert wanneer hij voor echt 'spektakel' zorgt, wanneer het belang heeft dat zijn naam op de affiche staat, wanneer de mensen dus voor hem/haar komen en waarvan ze dus ook iets meer verwachten dan enkel wat plaatjes draaien. Hij moet een toegevoegde waarde leveren die meer is dan over technische kwaliteiten beschikken. Voorlopig zijn welgeteld drie aanvragen van dj's aanvaard. Daar zijn uiteraard nog andere redenen voor, maar alvorens daarop in te gaan, kijken we even naar wat nu de grote voordelen van het kunstenaarsstatuut zijn.

- Korting op de werkgeversbijdrage voor de sociale zekerheid

Onder bepaalde omstandigheden en voorwaarden wordt van de werkgeversbijdragen een vast bedrag van het bruto dagloon of het bruto uurloon vrijgesteld (Kunstenloket, 2006a).

- De zelfstandige kunstenaars

Het van basisprincipe van het kunstenaarsstatuut is dat *“eenieder die een artistieke prestatie levert en/of artistieke werken produceert, in opdracht van een natuurlijke persoon of rechtspersoon en tegen betaling van een loon”*, het statuut van werknemer heeft. (Kunstenloket, 2005). Het staat de kunstenaar echter vrij om te kiezen voor zelfstandige indien hij zijn “socio-economische onafhankelijkheid” kan aantonen. Dat kan door *zelfstandigheids verklaring* aan te vragen bij de Commissie Kunstenaars. Bovendien is deze verklaring door eventuele controle of inspectie onweerlegbaar (Schütz, 2007).

- Sociale Bureaus voor Kunstenaars

Aangezien het in deze sector voor de meeste opdrachtgevers onmogelijk is om telkens voor één optreden de persoon in kwestie als werknemer aan te nemen, kan er via de SBK's (sociale bureaus voor kunstenaars) of andere aanvaarde interim-kantoren gewerkt worden. Je hebt dan alle voordelen (en nadelen) van een werknemer en behoudt de vrijheid van een zelfstandige. Er gaat natuurlijk ook een stuk van je loon naar deze tussenpersoon. (Kunstenloket, 2006a)

- Toegang tot de werkloosheidsuitkering

Om toegang te krijgen tot de werkloosheidsuitkering moet je binnen een bepaalde periode een bepaald aantal dagen gewerkt hebben. Dat zijn bijvoorbeeld 312 dagen binnen 18 maanden voor zij die jonger dan 36 zijn. Of m.a.w. één jaar op een jaar en half. Dat is niet evident voor vele muzikanten of dj's. Daarom werd de cachetregeling ontwikkeld. "In plaats van rekening te houden met het aantal gepresteerde arbeidsdagen wordt het brutoloon omgezet in gelijkgestelde dagen. Concreet wordt het aantal arbeidsdagen berekend door het brutoloon te delen door een referteloon van 34,16 euro"(Kunstenloket, 2005). Dat bedrag is 25,43 euro als je jonger bent dan 21. Het is wel enkel van toepassing op wat je als werknemer presteerde, prestaties als zelfstandige, via onkostenvergoeding of in het zwartwerk tellen niet. En als dat nog niet voldoende was om dj's te mijden, wordt er bovendien door de RVA aan dj's letterlijk geen toelating verleend tot de werkloosheidsuitkering. Haar standpunt is namelijk: "De activiteit disc-jockey wordt in principe niet beschouwd als een artistieke activiteit. Deze activiteit situeert zich in de vermaaksector waar men noch kan spreken van de creatie van een origineel werk, noch van vertolking" (RVA, 2005) Deze dj's vallen dus uit de boot en kunnen enkel aanspraak maken op de regeling die op iedereen van toepassing is, niet op de extra voordelige regelingen die gelden voor zij die ze wel beschouwen als artistieke activiteit. Zo kunnen zij ook de volgende voordelen op hun buik schrijven.

-- Langer behoud van de hogere werkloosheidsuitkering

In plaats van zoals gewoonlijk werkloosheidsuitkeringen te verminderen na 1 jaar, kunnen artiesten de hogere uitkering ook daarna behouden. Het wordt immers aanvaard dat korte periodes van tewerkstelling en periodes werkloosheid elkaar opvolgen. En indien je op een jaar en half 156 dagen gewerkt hebt, hoef je geen werkaanbiedingen te aanvaarden die niet artistiek zijn (Kunstenloket, 2005).

-- Combinatie van een werkloosheidsuitkering en inkomsten als muzikant

Indien je uitkeringsgerechtigd bent, maar je werkt, daalt of verlies je zelfs je volledige uitkering. Muzikanten krijgen enkel voor de dagen die ze werken geen uitkering. Je uitkering zal enkel dalen voor zelfstandigen met de artistieke activiteit meer dan 3.647,28 euro netto per jaar verdienen (Kunstenloket, 2006a)

Greet Souveryns van het Kunstloket bevestigde in het gesprek dat in principe alle bovenvernoemde voordelen voor dj's niet toepasbaar zijn. Er zijn echter omwegen die het

voor dj's wel mogelijk maken hieraan te deel te nemen. De meest gebruikte is het werken via SBK's of erkende interim-bureaus. Het zou wel eens kunnen dat het niet aanvaard wordt wanneer de inspectie hierover tuimelt. Voorlopig zijn er echter nog geen problemen geweest. Eigenlijk is het dus wachten op rechtspraak hieromtrent om een duidelijke richtlijn te hebben. Zo lang die er niet komt is het advies van de commissie kunstenaars zagezegd de norm. Dat werd ook in de gesprekken met de Commissie Kunstenaars zelf beaamd.

2. Belastingvrije inkomsten

Ook wat belastingvrije inkomsten betreft zijn er voordelige regelingen voor zij die vallen onder 'artistieke prestatie', met name de kleine vergoedingsregeling. De andere zijn op iedereen van toepassing.

- Vergoeding voor werkelijke kosten

Dan maak je gewoon een onkostenvergoeding op naar de opdrachtgever.

- Kleine vergoedingsregeling

Als je die kosten niet kan aantonen, mag een forfaitaire onkostenvergoeding gebruikt worden mist aan een aantal voorwaarden te voldoen. Afgezien van die voorwaarden is het echter voor dj's an sich niet mogelijk hier gebruik van te maken aangezien zij geen artistieke prestatie leveren (Kunstenloket, 2006a).

- De Vrijwilligersvergoeding

De vrijwilligersvergoeding is als de kleine vergoedingsregeling met minder voorwaarden en lagere maxima. Die zijn 28,48 euro per dag en 1.139,02 euro. Hierbij maakt artistieke prestatie of niet geen verschil uit (Kunstenloket, 2006a).

3. Inkomstenbelasting

Wat betreft de inkomstenbelasting is er geen speciale regeling voor kunstenaars. Net zoals voor alle andere activiteiten geldt de regeling dat de beroepskosten rechtsreeks verband dienen te houden met de uitoefening van de activiteiten waarvoor ze gemaakt worden. In

principe zijn dus alle kosten in te brengen, zolang je ze maar kan bewijzen en ze in functie stonden van het realiseren van de inkomsten waarop je belast wordt. Ook de kosten voor een eventuele boekhouder die je hierin bijstaat zijn in principe aftrekbaar.

Vooraf voor zelfstandigen, verenigingen of vennootschappen is het belangrijk om die beroepskosten in te brengen. Ten eerste worden de sociale bijdragen berekend op de totale inkomsten en kan het dus zijn dat ze ervan terug trekken. Ten tweede wordt de winst belast. Dus hoe meer onkosten ze inbrengen, hoe minder winst ze maken, hoe minder sociale bijdragen ze hoeven te betalen en hoe minder inkomstenbelasting ze hoeven te betalen.

4. BTW

Bij de BTW-wetgeving worden uitvoerende artiesten vrijgesteld van het aanrekenen van BTW. Onder uitvoerende artiesten valt bij deze regeling ook de discjockey. In dit kader, en wel beschouwd als uitvoerend artiest, hoeft de dj dus geen BTW aan te rekenen. Echter, indien de dj werkt in naam van een groep, vereniging of onderneming, is hij wel verplicht om 6% BTW aan te rekenen. Momenteel is de discussie echter nog steeds lopende over het al dan niet vrijstellen van BTW. Het ziet er naar uit dat iedereen gewoon zal kunnen kiezen in de toekomst. Ook momenteel kan je dus kiezen of je al of niet een BTW-administratie wil voeren. Voor wie veel investeringen doet, is het interessant om BTW te kunnen aftrekken. Het voordeel van BTW-plichtig te zijn is dat je de BTW op aangekochte goederen in functie van het uitoefenen van de activiteit terug betaald krijgt. Je krijgt dus 21% terug op die kosten, maar je moet zelf maar 6% aanrekenen aan je opdrachtgevers en doorstorten. Hetgeen dus niet het geval is wanneer je bent vrijgesteld van BTW. Bovendien mogen die investeringen daar boven op beschouwd worden als beroepskosten (al dan niet gespreid), hetgeen dan weer voordelig is voor de inkomstenbelastingen of winstbelasting (Kunstenloket, 2006b).

Goed om weten

Aangezien een dj meestal niet aanschouwd wordt als iemand die een artistieke prestatie levert, kan hij in principe geen gebruik maken van de voordelige regelingen die zijn ontworpen voor kunstenaars om een sociale zekerheid op te bouwen. De interpretatie van de Commissie Kunstenaars is hier de norm, zolang er geen rechtspraak is.

Van de voordelige werkloosheidsregelingen kunnen ze sniet genieten, aangezien ze er niet in toegelaten worden. Ook de kleine vergoedingsregeling kan dus in principe niet toegepast worden. Enkel wat betreft de BTW worden ze aanvaard als artiest.

Er zijn natuurlijk omwegen. Zo kan je via een SBK werken. Of kan je bijvoorbeeld de activiteit niet benoemen als 'dj-en', maar als 'artistieke prestatie' of 'optreden'. Ook bij de RVA kan je melding maken van het feit dat je een muzikant/producer bent, geen dj. Producers worden aanvaard als scheppende kunstenaar. Van zodra je activiteiten uitbereiden kan je best gewoon zelfstandige worden of richt je een vereniging of vennootschap op. De velen die dat inderdaad ook deden, maken zich dan ook terecht nergens druk om.

3.3.4 In het educatieve aanbod

Dj'en en producen is niet meteen iets waar je even voor naar een school, universiteit of opleidingscentrum stapt. Er valt immers vrijwel geen aanbod te vinden van opleidingen die zich daartoe lenen. Als je naar de VDAB zou stappen met de vraag welke opleiding ze organiseren om dj of producer te worden zal je van een kale reis thuiskomen. In het ergste geval zal je maar half begrepen zijn, laat staan dat ze je hebben kunnen doorverwijzen. Dat kan je met een simpele muisklik ondervinden. De website van de VDAB geeft trots aan dat ze je kunnen laten kiezen uit maar liefst 2783 opleidingen. Geen enkele komt in de buurt. Iedereen die iets zoekt met muziek zal hier botvangen. Daarvoor zitten we gewoonweg aan het verkeerde adres. Er bestaan andere adressen die op muzikaal gebied wel opleidingen te bieden hebben. Voor de meeste muziekdisciplines zijn er scholen, muziekscholen, conservatoria en zelfs universiteiten waar je terecht kan. Jammer genoeg kunnen dj's en producers daar veelal niet terecht voor een meerjarige opleiding. Enkel het conservatorium van de Hogeschool Gent biedt sinds enkele jaren een bachelor- en masteropleiding aan in muziekproductie¹⁹. De studenten kunnen in de bachelorjaren opteren voor de optie producer en erna de afstudeerrichting scheppende muziek volgen. Het gaat hierbij om de traditionele productiemethodes en studietechnieken binnen een vrij klassieke conservatoriumopleiding. Deze opleiding zou tot op zeker hoogte vergeleken kunnen worden met de opleidingen van de SAE scholen (www.sae.nl). Zij bieden wel specialisaties in onder andere 'Electronic Music Production'. Daar zit hem meteen het grootste verschil met de conservatoriumopleiding. Deze scholen hebben sinds heel kort een afdeling in Brussel. Je vond ze wel al in Nederland. Daar heb je twee SAE instituten, in Amsterdam en Rotterdam. Je hebt er ook Sound Seminar dat echter verkondigt ermee te zullen stoppen.²⁰ Je kan tevens meerjarige opleidingen volgen aan de Popacademie van Enschede²¹ en de Fontys Rockacademie van Tilburg. "De Rockacademie is een vierjarige voltijd hbo-opleiding op het gebied van popmuziek. Zij leidt muzikanten op tot professionals die een belangrijke rol gaan spelen in de muziekwereld."²² In België heeft men naar voorbeeld van deze Rockacademie de eerste Vlaamse Rockacademie opgericht. Deze pop- en rockopleiding aan de Provinciale Hogeschool van Hasselt zal ten vroegste in 2008 van start gaan. De opgesomde opleidingen zijn vooral gericht op producers of

¹⁹ Gelezen op <http://cons.hogent.be/menu/left.html> (27/07/007)

²⁰ www.soundseminar.nl

²¹ www.popacademie.nl

²² Gelezen op www.rockacademie.nl (28/07/007)

muzikanten. In Nederland kunnen ook dj's zich naar één van de dj-scholen begeven.²³ In België zijn er nog geen zulke scholen. De discussie over in hoeverre de centrale probleemstelling van dit onderzoek daar de oorzaak van is, laten we hier even buiten beschouwing.

Het opleidingsgegeven in de popmuziek is pas heel recent op gang gekomen. Zoals we zagen bestaat het Vlaamse popbeleid ook nog maar sinds 1998. Bovendien had de popmuziek er al een hele lange weg opzitten alvorens daar sprake van kon zijn. We kunnen stellen dat elektronische muziek of dance eigenlijk nog maar vrij recent aan het traject begonnen is dat de algemene popmuziek reeds meer dan een halve eeuw achter de rug heeft. Als popmuziek pas volwaardige erkenning heeft verkregen sinds '98, dan is het nog maar de vraag hoelang het nog zal duren voor dance en elektronische muziek volwaardige erkenning zal krijgen. Dit is een onderdeel van de onderliggende probleemstelling van dit onderzoek en komt later nog aan bod. Zeker is dat er voor voltijdse (meerjarige) opleidingen, dj-scholen en aanverwante nog niet veel ruimte is.

Er zijn echter wel veel alternatieve mogelijkheden voor deze groep. Kortere opleidingen en cursussen voor dj's en producers worden veel aangeboden in Vlaanderen. Vooral de muziekcentra hebben een groot aanbod. Trix, Muziekodroom, Het Depot, Noisegate en andere muziekcentra of organisaties bieden een waslijst van opleidingen, cursussen, workshops en infosessies. Je kan er onder andere leren beatmixen, scratchen of opgeleid worden in het gebruik van programma's als Cubase SX, Reason, Ableton live en nog zo veel meer. Er bestaan bovendien enkele gelijkaardige privé-initiatieven als 'Getting Started'²⁴.

We vroegen aan onze respondenten welke muzikale vorming of opleiding(en) zij genoten hadden. In de antwoordmogelijkheden hadden we ook de gewone school opgenomen, aangezien er meestal een vorm van muzikales of muzikale opvoeding gegeven wordt op de lagere en/of middelbare scholen. Ook zelfstudie moest er zeker bij aangezien er een redelijk vermoeden bestond dat dj's en producers vooral zelf, via internet, proefondervindelijk en met vrienden hun interesses uitbouwen en het métier onder de knie proberen te krijgen. Dat vermoeden werd meteen bevestigd door de resultaten (Tabel 3). Bijkomend werd naar hun appreciatie van de aangeduide opleidingsvorm gepeild. Dat gebeurde aan de hand van twee

²³ www.djschool.nl/ www.djschoolzuidholland.nl

²⁴ Gelezen op www.getting-started.be (3/07/08)

stellingen, namelijk ‘heeft me een goede algemene muzikale basis gegeven’ en ‘heeft bijgedragen aan mijn dj- en/of produceractiviteiten’. In bijlage kan een tabel geraadpleegd worden die alle scores per categorie op deze stellingen weergeeft (Bijlage 4).

	Begin.	Gevord.	Semi-prof	Prof	Totaal
zelfstudie	83%	85%	85%	82%	85%
school	66%	63%	67%	56%	64%
muziek-/platenwinkel	46%	53%	61%	55%	54%
muziekschool	28%	35%	33%	37%	33%
workshop/infosessie	17%	20%	26%	17%	21%
popwerkplaats (bv. Trix)	6%	9%	9%	13%	9%
privéleerkracht	8%	7%	9%	10%	8%
fanfare/harmonie	4%	8%	7%	8%	7%
conservatorium	1%	4%	4%	4%	3%
jeugdmuziekatelier	2%	1%	2%	4%	2%

Tabel 3: Muzikale vorming per categorie en aflopend gerangschikt op totaal score (n=1481)

Het is niet meer dan logisch dat de respondenten massaal zelfstudie hebben aangevinkt. Het is sowieso begrijpelijk dat zelfstudie zowat bij alle vaardigheden en leerprocessen aan de orde is, maar aangezien ze hier niet kunnen terugvallen op een systeem, netwerk of opleidingsaanbod dat hen a.h.w. bij de hand neemt, is de zelfstudie in dit geval een zeer belangrijke en zelfs de dominante vorm van educatie. Velen gaven zelfs enkel zelfstudie aan, waaronder ook profs. Dit wijst erop dat het een discipline is die men hoofdzakelijk uit eigen beweging en zichzelf eigen maakt. Bovendien vindt 90% dat hen dat een goede muzikale basis heeft opgeleverd. Hoe professioneler, hoe sterker nog men daarvan overtuigd is. ($p=0,01$, Cramer's $V=0,129$) Over de vraag of de zelfstudie heeft bijgedragen aan hun activiteiten is men uiteraard ook volmondig positief.

Zoals vermeld hebben de meeste inderdaad een of andere vorm van muziekeducatie genoten tijdens de schoolperiode. Doch blijkt dit op de tweede plaats te komen. Van die educatie vindt bovendien amper 20% à 25% dat het hen een goede muzikale basis heeft gegeven. Enkel bij de profs ligt dat iets hoger met 40%. Amper 8% vindt dat het iets heeft bijgedragen aan hun activiteiten als dj of producer. Bij de profs ligt dat weer iets hoger met 22%. Het zijn telkens de laagste scores.

Op een heel verdienstelijke derde plaats verschijnt, een beetje tegen de verwachtingen in, de platenzaak of muziekwinkel. Ruim meer dan de helft van alle respondenten beweert hier kennis en vaardigheden op te doen. Dit is een vrij merkwaardige vaststelling wanneer men rekening houdt met de alom verkondigde nefaste gevolgen voor deze zaken wegens de opkomst van het internet met al haar mogelijkheden en de doorbaak van de digitale muziek. Bovendien zijn er inderdaad veel sluitingen. Vooral platen- en cd-zaken gaan tegenwoordig vlotjes onderuit. Zo is onlangs de ganse keten van Music Mania, die platen- en cd-winkels hadden in Gent, Kortrijk en Brussel, na 37 jaar ter ziele gegaan.²⁵ Ook andere platenzaken hebben de boeken dicht gedaan. Tomaz getuigt dat de platenzaak in Mechelen, BCM Import, die onder leiding van Franky Jones werd omgedoopt tot Enterprise Records en waar Tomaz zelf ook werkzaam was, het niet meer kon houden en de deuren heeft moeten sluiten. Nikolai voegde toe dat eveneens in Mechelen de platenzaak die gemanaged werd door de populaire dj Philip (van de bekende discotheek La Rocca) onlangs ook al de boeken neerlegde. En toch blijkt dit, ook vandaag nog, de manier bij uitstek te zijn om kennis en ervaring op te doen en wordt er bijzonder veel waarde aan gehecht. Meer dan drie kwart (76%) vindt trouwens dat het hen een goede algemene muzikale basis heeft gegeven, met zelfs een lichtjes positievere trend volgens niveaustijging. 90% vindt dat het heeft bijgedragen aan hun dj- en/of produceractiviteiten, waarover men opnieuw lichtjes positiever is naarmate men professioneler bezig is. De hoge mate van waardering wordt alleen maar hoger naarmate men professioneler wordt.

Nikolai, zowel dj als manager van de platenzaak USA Import en een aantal labels, onderschrijft uiteraard de waarde van de platenzaak. Hij linkt deze hoge mate van appreciatie ook aan het hoge cijfer voor zelfstudie. De platenzaak is immers een broeiplaats, een kweekvijver, een gelegenheid om contacten te leggen, te overleggen met mensen, nieuwe inzichten op te doen, nieuwe dingen te ontdekken, en vervult zodoende een soort platformfunctie. Nikolai voegt eraan toe dat hij de digitale revolutie niet wil zien als dreiging, maar als uitbereiding. De doodsteek van de platenzaken is niet enkel het downloaden, maar ook de vele internetwinkels die heel veel aanbieden tegen competitieve prijzen en aan huis leveren. Hij wil in de nabije toekomst niet enkel zijn winkel, maar vooral haar platformfunctie online verder zetten. In de winkel wandelen er bijvoorbeeld geregeld mensen binnen met hun

²⁵ Muziekketen Music Mania verdwijnt, gelezen op http://www.express.be/zint/dvp_articles.ArticleDetail?ArtikelIdA=34031 (23/05/07)

laatste eigen creaties, dé manier om talent te spotten. Afhankelijk van de demo kan het zijn dat hij er iets van uitbrengt onder een eigen label en/of dat werk online zal trachten te brengen. Ook de mixtapes die hij ontvangt en goed vindt, wil hij een plaatsje geven online. Daar krijgen anderen, waaronder eventueel promotors, bookers of andere professionals, dit alles te horen. Achteraan in de winkel is er trouwens ook een studio die ook zich perfect leent tot het samenbrengen van analoge en digitale talenten. Het zijn ambitieuze projecten waar ik hem alvast veel succes mee wens. Mogen we vooral hopen dat niet alle platenzaken verloren gaan. Dat zou immers het verlies van een zeer belangrijke opleidingsvorm betekenen.

Na de muziek-/platenwinkel komt de muziekschool. Onder dj's en producers heeft één derde (33%) muziekschool of notenleer gevolgd. Toch een vrij hoog cijfer dat een beetje tegen de verwachtingen indruist, maar zeker als positief te bestempelen valt. 80% vindt dat het een goede muzikale basis heeft gegeven en de helft vindt dat het ook heeft bijgedragen aan hun activiteiten als dj en/of producer. Dat blijft een schappelijke score wetende dat weinig tot geen muziekscholen iets in die richting ondernemen. Bovendien zijn de professionelen daar meestal nog sterker van overtuigd ($p=0,23$ en Cramers' $V=0,187$).

Eén vijfde (21%) van de onderzoeksgroep geeft te kennen ook bij workshops en infosessies hun oor te luisteren te leggen. Bij de semi-profs is dat één kwart. Waarschijnlijk omdat zij die stap naar pro nog willen zetten. Voor hen komen deze sessies meestal ook goed van pas. Vele workshops en infosessies spelen immers in op de behoeften van gevorderden en semi-profs die met de drang zitten om nog verder te evolueren. Ongeveer 60 % vindt dat ze bijdragen tot de algemene muzikale basis. 83% vindt dat het bijdraagt tot hun specifieke activiteiten. Hier staan de profs wel ietsje negatiever tegenover. Dat is niet verwonderlijk mits vele workshops en infosessies meestal niet gericht zijn op zij die reeds pro zijn, maar veelal op zij die het nog willen worden.

Als we dan kijken naar het educatieve aanbod van de popwerkplaatsen, dé plaatsen bij uitstek waar een groot aanbod aan cursussen en opleidingen te vinden valt, merken we dat slechts 9% hier voorlopig gebruik van heeft gemaakt. De score stijgt wel naarmate men professioneler met het vak bezig is, wat een positieve indicatie is bij het wel erg lage cijfer. 70% vindt dat ze er een algemene muzikale basis krijgen, 80% vindt dat het bijgedragen heeft tot hun activiteiten als dj en/of producer. Ook dat laatste is eigenlijk een vrij laag cijfer ervan uitgaande dat men eraan deel zou nemen net om die reden.

Alle andere vaststellingen vallen binnen de verwachtingen. Jeugdmuziekateliers staan op de laatste plaats, na conservatorium en fanfare/harmonie. Slechts 2% van de onderzoeksgroep heeft hier ooit aan deelgenomen, of 24 van de 1481 personen, wat zo goed als niemand is.

3.3.5 In de bevolking (socio-demografisch profiel)

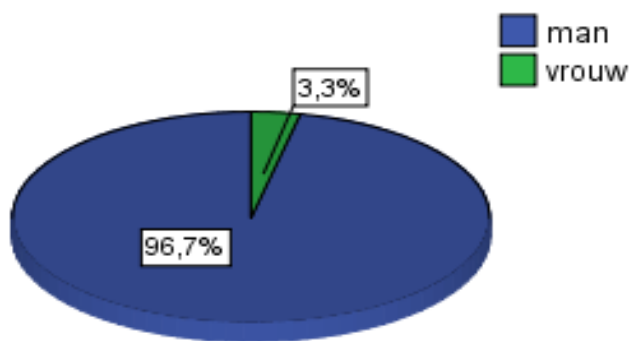
We weten ondertussen al enorm veel over dj's en producers. Onder andere over wat ze doen, waar ze vandaan komen, wat hun belangrijke rol en plaats in de evolutie van de popmuziek zowel als in de huidige scène is, welke functies ze allemaal vervullen en hoe ze de draaischijf in de huidige (dans)muziekindustrie vormen. We hebben zelfs al gezien hoe ze in het beleid en de wetgeving opgenomen zijn en welke muzikale opleiding ze genoten hebben. Maar wat hun algemeen opleidingsniveau zoal is, welke leeftijd, welke woonplaats, welke jobcategorie, kortom over welke bevolkingsgroep het gaat, hebben we nog niet vermeld. Ook daarover bestaan onduidelijkheden en misvattingen. Alvorens dieper in te gaan op de verdere onderzoeksmaterie is een verduidelijking omtrent het socio-demografisch profiel op zijn plaats.

“De dj is de domste op een feestje.” (Roelants, 2007)

Zo los uit zijn context gerukt klinkt dat hard, net zoals dat lang geklonken moet hebben voor sommige dj's. Met deze uitspraak verwees Ben Roelants immers naar een fabeltje, een typische, weliswaar lang voorbijgestreefde, houding van bepaalde mensen ten opzichte van de figuur van de dj. De dj zat ook jarenlang werkelijk weggemoffeld in een kot of ergens achter in de zaal waar niemand hem zag. Na urenlang spelen was hij meestal nog mee in de weer om de zaal te kuisen en glazen te wassen. Ook ik heb in het plaatselijke jeugdhuis nog gedraaid vanuit een tegen het plafond geplakt vogelkastje waarin je niet kon rechtstaan en amper iets zag. Wie daarin wou kruipen was alvast niet de domste, maar wist wel degelijk waarom hij dat deed. Ondertussen staat de dj zichtbaar opgesteld en veelal op een podium. En even goed als voorheen weten ze maar al te goed waarom ze erop kruipen. Om een beter zicht te hebben op de socio-demografische groep die het onderwerp vormt van onderzoek schetsen we in een volgende fase het socio-demografisch profiel van de onderzoeksgroep.

3.3.5.1 Geslacht van de respondent

Wat in zekere mate te verwachten was, maar toch enorm opvalt, is het zeer lage percentage vrouwen onder de respondenten. Daarmee wordt het cliché bevestigd dat de dj- en producerwereld, en bij uitbereiding in zeker mate de ganse elektronische muziek of dance scène, een mannenwereld zou zijn. Clichés zijn er om bevestigd te worden zegt men wel eens. Slechts 3,3 % van de respondenten zijn vrouwen (Tabel 4). Aan de hand van onderstaande grafiek wordt het voorgesteld (Grafiek 2).



Grafiek 2: Geslacht van de respondent (n=1481)

Als we weten dat net iets meer dan de helft (50,7%) van de Vlaamse bevolking vrouwen zijn, is het percentage vrouwen onder dj's en producers toch wel zeer laag (APS, 2005). Op 1481 respondenten waren slechts 49 vrouw. Bovendien is dat lage percentage nog een beetje omhoog getrokken door de groep beginners, waarvan bijna 10 % vrouw is. Bij de andere categorieën lag het percentage zelfs onder 2%. Mogen we hieruit concluderen dat er toch iets meer vrouwen wel een poging wagen, maar het al snel laten afweten? Ik hoop van niet. In elk geval is daar geen bewijs voor. Er zijn tenslotte ook wel een aantal vrouwelijke dj's die het ver schoppen. Vlaamse voorbeelden als Trish en D' Stephanie kunnen alvast rolmodel staan voor toekomstig vrouwelijk dj/producergeweld. Een positievere conclusie zou kunnen zijn dat er gewoon meer en meer vrouwen aan beginnen en ze nog vooruit gang moeten boeken. In een dergelijk mannenwereld lijkt dat niet meteen vanzelfsprekend. Soms lijkt het alsof ze geweerd worden en niet au sérieux genomen. Anderen spreken van positieve discriminatie en beweren dat vrouwen van hun positie misbruik (kunnen) maken (van Veelen, 2006, p. 46). Hoe je het ook draait of keert, veel vrouwen zijn er niet. Wat ook opvalt, is dat het onderzoek

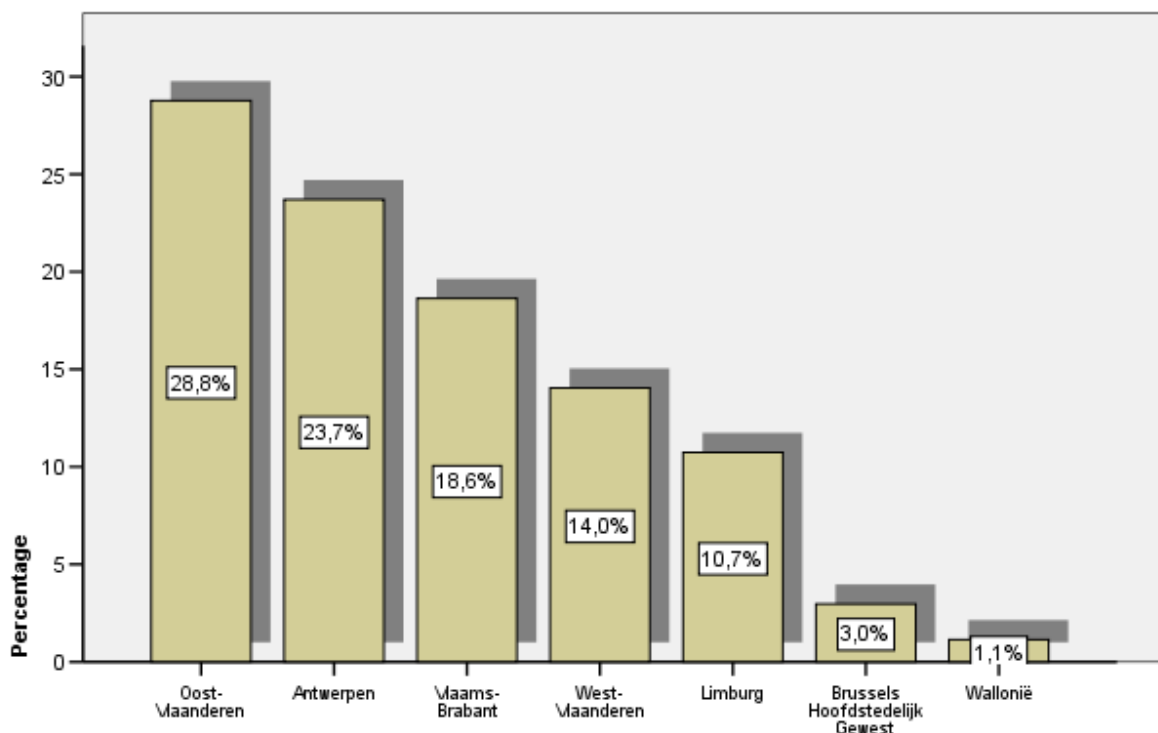
rond popmuzikanten van Jolien de Boodt (2006) eveneens uitwees dat vrouwen er zeer sterk ondervertegenwoordigd zijn. In het totaal waren bijna 10% van de respondenten vrouwen. Het lage percentage vrouwen is dus net iets minder uitgesproken bij de popmuzikanten dan bij de dj's en producers. Bovendien waren het bij de popmuzikanten de professionelen die met 12,4 % vrouwen het percentage omhoog trokken en schommelden de anderen categorieën rond 7%. (De Boodt, 2006, p. 64) Net het omgekeerde dus.

	Beginner		Gevorderde		Semi-prof		Prof		Totaal	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
man	90,1%	254	98,1%	675	98,5%	389	98,3%	114	96,7%	1432
vrouw	9,9%	28	1,9%	13	1,5%	6	1,7%	2	3,3%	49
Totaal	100,0%	282	100,0%	688	100,0%	395	100,0%	116	100,0%	1481

Tabel 4: Geslacht van de respondent per categorie met aantallen en percentage (n=1481)

3.3.5.2 *Woonplaats*

Wanneer we naar de afkomst van de respondenten kijken, kunnen we meteen vaststellen dat alle regio's vertegenwoordigd zijn en er een goede spreiding van de respondenten over de verschillende Vlaamse provincies is. In de eerste plaats ondersteunt en verhoogt dit de representativiteit van het onderzoek daar wel degelijk zeer veel respons bekomen is en dat vanuit heel Vlaanderen. Zelfs vanuit Wallonië. Ten tweede toont dit aan dat men over heel Vlaanderen wel degelijk actief is in deze sector en er overal dj's en producers hun activiteit beoefenen. Een bijkomend argument voor het belang van dit onderzoek. In onderstaande grafiek worden de percentages per provincie weergegeven, meteen geklasseerd van meest vertegenwoordigde naar minst (Grafiek 3).



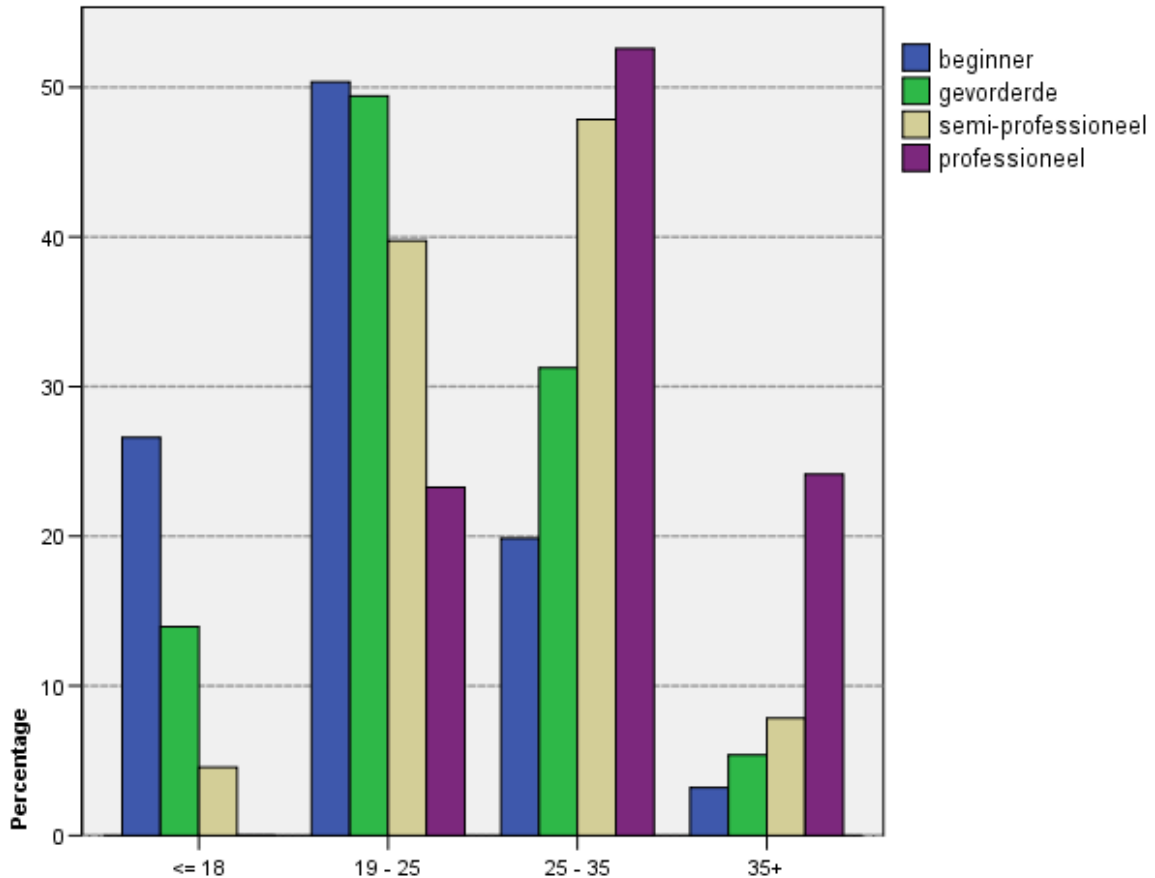
Grafiek 3: Woonplaats van de respondent gerangschikt (n=1481)

Het is duidelijk dat binnen dit onderzoek de provincie Oost-Vlaanderen het meest vertegenwoordigd is. Dit leidt meteen tot een merkwaardige vaststelling wanneer we dit gaan linken aan de antwoorden die gegeven werden in het vrije invulveld bij de vraag over Young Talent Corner, het neven(speelkansen)project van Poppunt dat specifiek gericht op dj's en producers. Daar werd immers zeer veel, en daardoor waarschijnlijk ook terecht, opgemerkt dat het YTC project zich vooral afspeelt binnen het Gentse en er vooral Gentse actoren, partners en artiesten bij betrokken zijn. Blijkbaar is daar iets van aan, want er valt dus ook binnen dit onderzoek wel degelijk een Oost-Vlaamse dominantie vast te stellen. Er werd nochtans, zoals boven beschreven, aandacht besteed aan de geografische verspreidheid van respondenten. Toch blijkt er dus ook hier een licht overwicht van Gentse dj's en producers. Deels zal dit te verklaren zijn door het feit dat het samengestelde databestand van Poppunt en Young Talent Corner werd aangemild om deel te nemen aan dit onderzoek, en waarin, zoals opgemerkt in de enquête, de Oost-Vlamingen waarschijnlijk het meest vertegenwoordigd zijn. Verder is de verdeling over de verschillende regio's vrij normaal en mogen we besluiten dat we heel Vlaanderen in dit onderzoek goed betrokken hebben en dat men over heel Vlaanderen

met de dj en producerwereld betrokken is. De Limburgers zijn minder goed vertegenwoordigd, wat een beetje verwonderlijk is gezien de bloeiende muziekcène die zich daar afspeelt en ontwikkelt. Daar werd onder andere door Ben Roelandts en Kim Mathijs in de interviews op gewezen. Bij nader onderzoek blijkt het percentage echter zo goed als gelijk met het algemene bevolkingspercentage voor Limburg (APS, 2005). Bovendien, afgezien van de wissel aan de top tussen Oost-Vlaanderen en Antwerpen, liggen alle percentages vrij dicht bij de algemene bevolkingspercentages (APS, 2005). Dat ondersteunt nogmaals de goede spreiding van de respondenten en de daaraan gekoppelde representativiteit van het onderzoek. Enkel de regio Brussel komt in mindere mate voor, wat grotendeels door de taal verklaard kan worden aangezien de enquête enkel in het Nederlands beschikbaar was vermits het onderzoek zich richt op Vlaanderen. Desondanks namen er ook enkele respondenten uit Wallonië deel.

3.3.5.3 *Leeftijd*

Een histogram van de leeftijd van de respondenten gaf de mogelijkheid om clusters te vormen. Zoals onderstaande grafiek (Grafiek 4) aantoont, hadden we bovendien te maken met een vrij typische clustervorming voor het brede ‘jongeren’publiek en kwamen we tot de volgende groepen: t/m 18, van 19 tot 25, van 25 tot 35, en 35+. De twee middelste categorieën zijn overduidelijk de twee meest vertegenwoordigde leeftijdsgroep, samen goed voor 80% van alle respondenten (elk respectievelijk voor 45% en 35%). De overige 20 % is verdeeld over de twee uiterste hoofdcategorieën. Aangezien er een vrij sterk statistisch significant verband bestaat tussen leeftijdscategorie en categorie ($p=0,00$ en $\tau\text{-}b = 3$) geven we meteen de geclusterde barchart waaruit dit verband duidelijk af te lezen valt. Het is duidelijk waar te nemen hoe het overwicht van de jongste leeftijdsgroepen in de niet-professionele categorieën geleidelijk aan overgaat naar de oudere leeftijdsgroepen die het sterkst vertegenwoordigd zijn in de professionele categorieën.



Grafiek 4: Leeftijdscategorie met categorie (n=1481)

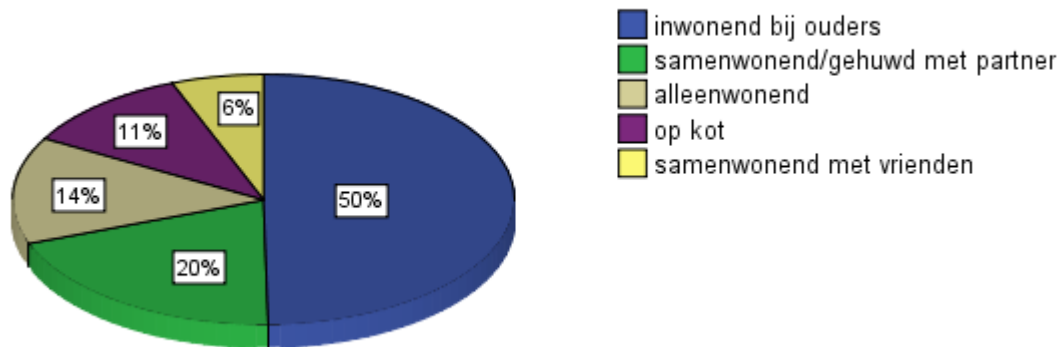
Dit verband wordt nog duidelijker door per categorie de gemiddelde leeftijd weer te geven (Tabel 5). Ook het gemiddelde van de totale groep is erbij vermeld. De jongste respondent is 13jaar, de oudste 56. De totale gemiddelde leeftijd zonder afronding is 24,5.

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Gemiddelde leeftijd	22	24	26	30	25

Tabel 5: Gemiddelde leeftijd per categorie (n=1481)

3.3.5.4 *Familiale situatie*

De familiale situatie kan het best weergegeven worden aan de hand van de onderstaande taartgrafiek (Grafiek 5).



Grafiek 5: Familiale situatie per categorie (n=1481)

De helft van alle respondenten woont in bij de ouders. Dat hoge percentage sluit uiteraard volledig aan bij de hoge concentratie in de jongere leeftijdscategorie. Meer dan de helft van de respondenten is immers jonger dan 25 jaar. Zij zijn dan ook oververtegenwoordigd binnen deze groep. Aangezien velen daarvan nog thuis wonen, en er een aantal van de ouderen ook nog thuis verblijven, is het niet onlogisch dat we dit vrij hoge percentage waarnemen. Bovendien wijst het volgende item uit dat er heel veel studenten zitten onder de respondenten, zo'n 46 procent. De meeste studenten wonen ook thuis. Toch valt op dat ook één vijfde samenwoont en/of gehuwd is met de partner. Vooral de groep ouder dan 25 is hierin vertegenwoordigd. Dit alles blijkt ook zo te zijn bij de popmuzikanten. (De Boodt, 2006)

3.3.5.5 *Studies*

46 procent van de respondenten zijn studenten (Tabel 6). Dat is bijna de helft en is dus een zeer groot aantal. Vlaanderen telt algemeen gezien 9,1% studenten (APS, 2005). Het cijfer ligt

ook hoger dan bij de popmuzikanten (De Boodt, 2006, p.68) Aangezien studeren ook in verband staat met leeftijd is het ook niet onlogisch dat bij de professionelere groepen er steeds minder studenten zitten. Studeren en prof zijn lijkt ook niet evident natuurlijk. Dat verband is ook statistisch zeer significant ($p=0,00$ en Cramer's $V= 0,296$).

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
student	ja	66%	51%	33%	12%	46%
	neen	34%	49%	67%	88%	54%

Tabel 6: Studenten per categorie (n=1481)

3.3.5.5.1 Huidige studies studenten

Van deze studenten wilden we ook te weten komen in welke soort studiecategorie ze zoal zaten. De grootste groep bleek in het hoger secundair onderwijs te zitten (45%). Bijna de helft ervan hen zit in het Algemeen Secundair Onderwijs (ASO) (21,2%). Het overige deel zit vooral verspreid over het Kunstonderwijs (KSO) (13,5%) en het Beroepsonderwijs (BSO) (9,1%). Deze groep wordt op de voet gevolgd door de hogere studies die ook heel veel voorkomend zijn met in totaal zo'n 40%. Deze groep is gespreid over hoger onderwijs van het niet-universitair korte type (16%), niet-universitair lange type (21%) en het universitair onderwijs (3%). De overige studenten zitten vooral in lager secundair onderwijs (12%).

3.3.5.5.2 Diploma niet-studenten

Wanneer we gaan kijken naar de behaalde diploma's bij de niet (meer) studenten stellen we vast dat zich min of meer dezelfde opdeling voordoet. De twee grote groepen zijn nu bijna evenredig verdeeld. Koploper is het hoger secundair onderwijs (41,6%). En bijna evenveel (40 %) blijkt te beschikken over een diploma hoger onderwijs. De spreiding hierbinnen ligt evenwel wat anders dan bij de studerenden. Het niet-universitair korte type heeft hier met 21% het overwicht. Het niet-universitaire lange type is met 7% het minst vertegenwoordigd. De universitair doen het met 11% zeer goed ten opzichte van de huidige studies van diegenen die nog student zijn.

Wat ook opvalt, is dat binnen het hoger secundair onderwijs de optie handel/technisch/7^e jaar het sterkst vertegenwoordigd is bij de diploma's van de niet-student, maar dat het bijna niet meer gekozen wordt door de huidige studenten die aan dit onderzoek deelnamen.

We kunnen de twee voorgaande analyses in perspectief brengen met de cijfers voor de Vlaamse bevolking. (APS, 2005, uit: De Boodt, 2006, p. 66-67) Daartoe worden de cijfers in één overzichtelijke vergelijkingstabel geplaatst (Tabel 7 en 8).

<i>Huidige studies</i>	Respondent	Vlaming
Lager onderwijs	2,0%	0,6%
Lager secundair onderwijs	12,2%	31,8%
Hoger secundair onderwijs	45,4%	48,8%
Hoger onderwijs korte type	16,0%	7,9%
Hoger onderwijs lange type	21,4%	2,9%
Universitair onderwijs	2,9%	5,5%
Ander onderwijs	0,1%	2,6%
%	100%	100%
(N)	683	279

Tabel 7: Huidige studies vergeleken met Vlaming

<i>Diploma</i>	Respondent	Vlaming
Geen/lager onderwijs	2,0%	0,6%
Lager secundair onderwijs	12,2%	31,8%
Hoger secundair onderwijs	45,4%	48,8%
Hoger onderwijs korte type	16,0%	7,9%
Hoger onderwijs lange type	21,4%	2,9%
Universitair onderwijs	2,9%	5,5%
Ander onderwijs	0,1%	2,6%
%	100%	100%
(N)	798	2845

Tabel 8: Diploma vergeleken met Vlaming

3.3.5.6 *Jobcategorie*

Van zij die niet studeren heeft de overgrote meerderheid een job (89%). Van zij die een job hebben is het overgrote deel tewerkgesteld als uitvoerend bediende (36%), gevolgd door arbeider (24%). Dat zijn ook de twee meest voorkomende jobs onder de Vlamingen (De Boodt, 2006, p. 68). Wat verder vooral ook opvalt, is het hoge percentage zelfstandigen onder de professionelen. Dat zijn vooral de professionelen die hun activiteiten als dj en/of producer uitoefenen onder het zelfstandige statuut of via een rechtspersoon waar ze zelf deel van uitmaken. Dit komt verderop aan bod bij een bespreking van de rechtsvorm of het statuut dat gehanteerd wordt voor de activiteiten. Hierdoor zijn er onder de professionelen duidelijk minder van de twee meest voorkomende beroepscategorieën, arbeider en bediende. Algemeen kan hierbij ook al meteen vast gesteld worden dat een zeer groot deel van de profs er een andere job op na houdt, al dan niet als hoofdberoep.

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
(Uitvoerend) bediende	47%	36%	37%	26%	36%
Arbeider/arbeidster	22%	25%	27%	16%	24%
Hoger bediende/kader/ professional	7%	17%	12%	16%	14%
Kleine zelfstandige/handelaar/ zelfstandig ondernemer	5%	8%	11%	26%	11%
Ambtenaar	7%	5%	7%	3%	6%
Vrij beroep	2%	3%	1%	1%	2%
Andere	9%	5%	5%	10%	6%

Tabel 9: Jobcategorie per categorie (n=710)

Tabel 9 geeft de verdeling weer binnen de groep van zij die een job hebben. In vergelijking met de cijfers voor de Vlamingen en de popmuzikanten springen vooral de hogere cijfers voor het item hoger bediende of kader en de lagere cijfers voor arbeider in het oog. We illustreren dit aan de hand van tabel 10 die de cijfers voor de Vlaming en de totale onderzoeksgroep bevatten. Hierin zijn dus ook de studenten en zij die geen job uitoefenen opgenomen. Het zijn meteen ook de twee meest opvallende verschilpunten. Uiteraard dient dit gerelativeerd te worden en gaat het bij de Vlamingen om de ganse bevolking.

Jobcategorie	Respondent	Vlaming
Student	46,1%	9,8%
Geen job	5,9%	39,4%
Arbeider	11,7%	17,8%
Bediende	17,5%	17,8%
Zelfstandige	5,1%	4,5%
Hoger bediende/kader	6,9%	3,2%
Vrij beroep	1,0%	4,3%
Ander beroep	3,0%	3,2%
%	100,0%	100,0%
(N)	1481	2844

Tabel 10: Jobcategorie vergeleken met Vlaming (n=1481)

Ook in vergelijking met de popmuzikanten doen deze twee verschillen zich voor. De algemene vergelijking met de popmuzikanten verliep iets moeilijker omdat we niet beschikken over de totaalcijfers, maar enkel de cijfers per categorie. Ook uit deze cijfers kon opgemaakt worden dat er onder de dj's en producers vooral meer studenten zitten en minder die geen job hebben (De Boodt, 2006, p. 68-69).

4 Carrièreontwikkeling

4.1 Omkadering en invalshoek

In dit deel gaan we ons focussen op de carrière van dj's en producers. We willen immers te weten komen welke zaken belangrijk en bepalend zijn in de carrière van een dj of producer. Welk traject leggen ze af? Hoe ziet de loopbaanontwikkeling eruit bij dj's en producers? Welke fasen kunnen we onderscheiden? Welke carrièrebepalende factoren spelen er mee en in welke mate geven de dj's en producers ook zelf aan dat die van belang zijn? Welke manieren passen ze toe om te evolueren? Welke doelstellingen, ambities en verwachtingen stellen ze zich? Het zijn allemaal vragen waar we een antwoord op hebben proberen te vinden en te formuleren aan de hand van dit onderzoek.

Het is in elk geval geen evidente opdracht om de carrièreontwikkeling van een dj of producer bloot te leggen. Zoals vermeld bestaat er immers geen wetenschappelijk onderzoek rond (A. Van Veelen, 2006, p. 7). Evenmin rond de carrières van de muzikanten in het algemeen. (Ter Bogt, 2003, p. 19). Dat werd recent bevestigd in een onderzoek rond de Vlaamse popmuzikant (De Boodt, 2006, p). Mede om die redenen nam ook de Nederlandse professor Ter Bogt het carrièreaspect op in een paper rond succes bij popmuzikanten (Zwaan & Terbogt, 2005). In het omkaderingsdossier van dit onderzoek verklaarde hij het volgende:

“Het klinkt misschien ongeloofwaardig, maar er is nooit systematisch studie gedaan naar carrières van muzikanten. De wetenschap heeft zich hiervan afzijdig gehouden omdat het probleem buitengewoon ingewikkeld is en de industrie blijft drijven op het ‘fingerspitzengefühl’ van talentscouts en A&R-managers.” (Ter Bogt, 2003, p. 19)

Uit literatuuronderzoek en gesprekken met de professionals bleek dat deze situatie zich eens zo sterk manifesteert binnen het wereldje van dj's en producers en binnen de dancescène in het algemeen. Het werd ook in het onderzoek van A. van Veelen aangetoond. Zo verklaarde Ralf Leesen in vergelijking met de popmuzikanten kortom:

“Het carrièregegeven is veel moeilijker.” (Leesen, 2007)

Een aantal factoren die dit nader bepalen komen verderop aan bod. Daarbij komt onder andere aan het licht dat carrière maken niet enkel op *fingerspitzengefühl* gebeurt, maar ook, en vooral, op basis van ‘vriendjespolitiek’ en ‘netwerken’.

“Het is een ‘ons kent ons’ wereldje, het drijft voort op contacten, op wie wie kent, weten wie wat doet, persoonlijke netwerken en onderlinge diensten.” (Leesen, 2007)

Het enige onderzoek waarin de carrières van dj’s een invalshoek vormde, titelde niet voor niets ‘Netwerken in de dance - industrie’. Waarmee het meteen het enorme belang van contacten en netwerken aantoont. Het wordt daardoor bijzonder ingewikkeld om vinger aan de pols te krijgen met hoe het spel gespeeld wordt.

“Je moet het spel gewoon helemaal mee spelen om het te weten te komen!”(De Wit, 2007)

Dat gaf Jimmy De Wit aan als het grootse gemis of ‘drawback’ in de loop van zijn carrière. Tomaz en Ben Roelants wezen er nadrukkelijk op dat contacten en netwerken enorm belangrijk zijn. Die toon werd in de meeste interviews gezet. Uit die interviews blijkt al gauw dat nog veel meer dan de algemene popmuzieksector, deze subsector een zekere mate aan organisatie, structuur en transparantie mist, waardoor net die netwerken en contacten zo primordiaal zijn. Het één werkt het ander in de hand. Ook het kwantitatieve onderzoek ondersteunt deze bevindingen. Het gemis aan organisatie blijkt wederom een toon in vele gesprekken. Ralf Leesen bevestigt en geeft bovendien aan dat dit niet enkel over het dancecircuit gaat, maar dat we ook met een ander circuit te maken hebben, namelijk het feestcircuit.

In vergelijking met het popcircuit drijft het feestcircuit volgens hem heel sterk op dat ‘ons kent ons’ gegeven, vriendjespolitiek en netwerken. Uit zijn ervaringen met de provinciale dj-contests die hij sinds 1998 enkele malen organiseerde, maar waarvan de editie van 2004 voorlopig de laatste was, meent hij te kunnen stellen dat het veel moeilijker is om in dit circuit binnen te geraken, om er iets in te betekenen te hebben, of om er kansen in te krijgen. De mentaliteit is er helemaal anders is, geld speelt er meestal een veel belangrijkere rol en er is geen echt draagvlak of structuur van mensen en organisaties om op terug te vallen.

“Er is geen groepsdynamiek zoals dat bij de pop/rocksector wel is. Het persoonlijke netwerk is te belangrijk.” (Leesen, 2007)

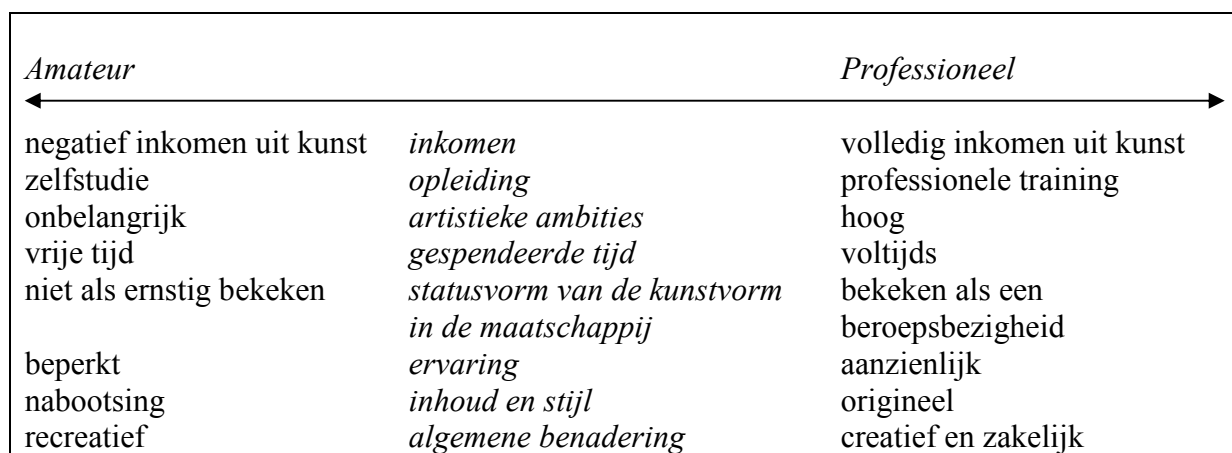
Andere gesprekken wijzen in dezelfde richting en op gelijkaardige problemen. Dit alles staat de carrière van een dj of producer uiteraard in de weg, zeker voor wie er met deze (por/rock)bril naar kijkt. Een carrière van een dj kan in vele aspecten wel door een pop/rockbril gezien worden, wat een aantal geïnterviewden bevestigden, en behoeft in die opzichten ook geen andere behandeling. Echter, zoals reeds aangetoond, zijn ook vele andere aspecten waarvoor dit niet geldt. Het hangt ook af van welke bril je op zet. Een feestcircuit vraagt om een feestneus (lees: feestbril). Het vraagt om een andere manier van werken en om een aangepaste aanpak. Men dient met de juiste partners andere paden te bewandelen, afhankelijk van de typische kenmerken van het terrein waarop men zich begeeft. Deze verschillen, kenmerken en manieren worden volledig uitgeklaard en onderzocht over het verdere verloop van dit werk waarbij de carrièreontwikkeling centraal zal staan in een eerste stuk, en de ondersteuning en begeleiding daarbij in een tweede deel.

Alvorens aan dat verhaal te beginnen, dringt zich een eerste noodzakelijke stap op: een duidelijk zicht op het muzikaal profiel en gedrag van de doelgroep verwerven. Daar wordt in een eerste deel werk van gemaakt. Daarbij komen zowel de muzikale achtergrond als de muzikale activiteit aanbod en voorzien we zodoende in een volledige muzikale profielschets van de onderzoeksgroep.

Bij deze profielschets wordt meteen carrièreontwikkeling als rode draad geïntegreerd in het verhaal. Net zoals dat doorheen de volgende onderdelen, namelijk de carrièreontwikkeling zelf en de ondersteuning daarbij, het geval is. Het vormt een constante in het ganse verdere onderzoek. Als basis voor dat carrièreverhaal gebruiken we de opdeling zoals die reeds eerder werd uitgelegd. In de eerste figuur werden de verschillende categorieën nader omschreven weergegeven. (Figuur 1)

We vroegen de respondenten zichzelf binnen een categorie te plaatsen. Het is uiteraard niet vanzelfsprekend om jezelf, noch anderen, binnen één categorie te plaatsen noch waarop je daartoe te baseren. Daarom hebben we gebruik gemaakt van een theoretische invalshoek die dit benadert op basis van een continuüm en een aantal criteria. De invulling van die criteria geeft een inschatting van de plaats op het continuüm. Deze theorie werd ontwikkeld in functie van kunstenaars en werd recent in het onderzoek rond popmuzikanten verwerkt (De Boodt, 2006, p. 22). Men gebruikt acht criteria: inkomen, opleiding, artistieke ambities,

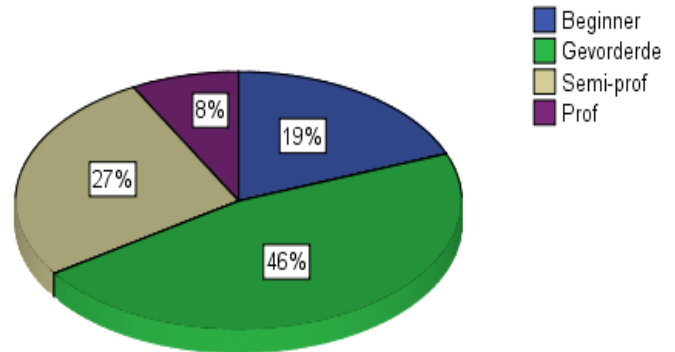
gespendeerde tijd, statusvorm van de kunstvorm in de maatschappij, ervaring, inhoud en stijl, algemene benadering. Er wordt telkens een omschrijving bijgevoegd van de twee uiterste situaties voor elk criterium. Het ene uiterste hoort bij de amateur, het andere bij de professional. Dit alles wordt duidelijk voorgesteld aan de hand van de volgende figuur (Figuur 4). De carrière van een dj of producer begint normaliter in het ene uiterste (amateur) en, afhankelijk van de ambitie en de doelstellingen van de dj of producers in kwestie, zal die al dan niet geleidelijk evolueren naar de andere kant op. Daarbij worden verschillende fasen doorlopen. Wij hebben vier fasen onderscheiden: beginner gevorderde, semi-prof en prof. Hier konden ook de meeste geïnterviewden zich in terugvinden. De drieledige opdeling die doorgaans gebruikt wordt (amateur - semi-prof – prof) leek minder gepast. In elk geval is een strikte onderverdeling sowieso niet evident en zijn er vele overlappingen evenals verschillen binnen de categorieën. Het bijkomende voordeel van een dergelijke opdeling is dat er geen rechtstreeks waardeoordeel aan verbonden is, noch met smaken of bepaalde voorkeuren verband houdt, maar dat carrièreontwikkeling als een objectieve centrale insteek kan worden geïntegreerd.



Figuur 4: Amateur/professioneel continuüm (Hutchison & Feist, 1991, uit: De Boodt, 2006, p. 22)

Vervolgens geven we meteen de cijfers zoals die uit het onderzoek gekomen zijn (Tabel 11). Aan de hand van het cijfermateriaal en bijhorend taartdiagram (Grafiek 6) wordt de opdeling die de centrale insteek van dit onderzoek vormt, weergegeven.

	Aantal	%
Beginner	282	19%
Gevorderde	688	46%
Semi-prof	395	27%
Prof	116	8%
Totaal	1481	100%



Tabel 11: Categorie van de respondent (n=1481)

Grafiek 6: Categorie van de respondent (n=1481)

We stellen vast dat de meerderheid zich onder de categorie ‘gevorderd’ heeft geplaatst. Zij vertegenwoordigen 46% van de totale onderzoeksgroep. De tweede grootse categorie zijn de ‘semi-professionelen’ met 27%. Dan komt de groep van de ‘beginners’ die bijna één vijfde (19%) van de respondenten inhoudt. Ten slotte is er de groep ‘professionelen’ die goed is voor 8% van de onderzochte groep. We kunnen stellen dat dit een vrij goede verdeling is. Het is mogelijk dat bij de gevorderde veel respondenten terecht gekomen zijn die niet goed konden kiezen tussen ofwel beginner of gevorderd, ofwel gevorderd of semi-professioneel. Vandaar dat deze groep vrij groot lijkt, hoewel het zeker niet onwaarschijnlijk is dat de verdeling in de praktijk niet ver van deze resultaten ligt. Immers, als we bijvoorbeeld vergelijken met de resultaten bij de popmuzikanten, krijgen we te maken met het volgende opvallende resultaat. Ten eerste werden bij dit onderzoek bijna evenveel respondenten bereikt, wat de vergelijking enorm gemakkelijk en interessant maakt. Als we ervan uitgaan dat we beginners en gevorderden mogen samen nemen onder één noemer, namelijk amateur, dan komen we tot de volgende vergelijkende tabel (Tabel 12).

POPMUZIKANTEN	%	(N)	DJ'S & PRODUCERS	%	(N)
Amateur	63	921	Amateur	65	970
Semi-professioneel	29	425	Semi-professioneel	27	395
Professioneel	8	121	Professioneel	8	116
Totaal	100,0	1467	Totaal	100	1481

(De Boodt, 2006, p. 59)

(Van Keer, 2007, p. 96)

Tabel 12: Vergelijking categorieverdeling popmuzikanten en dj's/producers

Verwonderlijk genoeg lopen de resultaten zo goed als gelijk. Op deze verdeling zit er alvast niet veel verschil tussen popmuzikanten en de dj's en/of producers. Het is geen onlogisch resultaat vanuit het standpunt dat dj's en producers ook onder de algemene noemer van popmuzikanten thuishoren. Hun spreiding over de verschillende categorieën is alvast zo goed als gelijk. Daarmee is uiteraard niets gezegd over de carrièreontwikkeling zelf. Aan dat verhaald beginnen we door in de eerste plaats het volledig muzikale profiel dat onderzocht wordt, te bespreken. Je zal merken dat de criteria die daarnet aan bod kwamen er in verwerkt zijn en uitvoerig besproken worden aan de hand van de basisopdeling die we eveneens net besproken hebben.

4.2 Muzikaal profiel

We vermeldden reeds dat we op een manier te werk zijn gegaan die de resultaten zou vrijwaren van waardeoordeel of invloed door smaken of bepaalde voorkeuren. Er wordt weliswaar niet ontkend dat er doorheen dit werk een duidelijke dance attitude of focus op elektronische muziek waargenomen kan worden. De reden hiervoor werd zowat doorheen alle voorgaande hoofdstukken duidelijk gemaakt en is samengevat: omdat het metier van dj en/of producer zoals het vandaag gevormd is en veelal uitgeoefend wordt, haar oorsprong in deze muziekcultuur vindt en de dj's en producers ook vandaag de drijvende kracht en belangrijkste figuur zijn van deze dance- of elektronische (dans)muziekcultuur. Dit duidelijk gemaakt zijnde is het wel degelijk zo dat elk type dj of producer onderwerp van dit onderzoek vormt. Ze zijn er immers in alle soorten en muzikale afdelingen. In alle geuren of kleuren, groot of

klein, commercieel of underground, rock of jump, jong of oud, blank of zwart, straight of gay, moslim of boeddhist, monarchist of anarchist.

Dat voor een objectieve aanpak geijverd werd kon reeds gelezen worden. Zo is er bijvoorbeeld ook naar de muziekvoorkeur van de respondent gevraagd. We deden dit zowel aan de hand van een vooropgestelde lijst als met een vrij invulvak. Alleen al over een dergelijke lijst zouden boekdelen geschreven kunnen worden. Het is dan ook een heus karwei geweest dat we met de nodige voorzichtigheid en grondigheid aangepakt hebben.

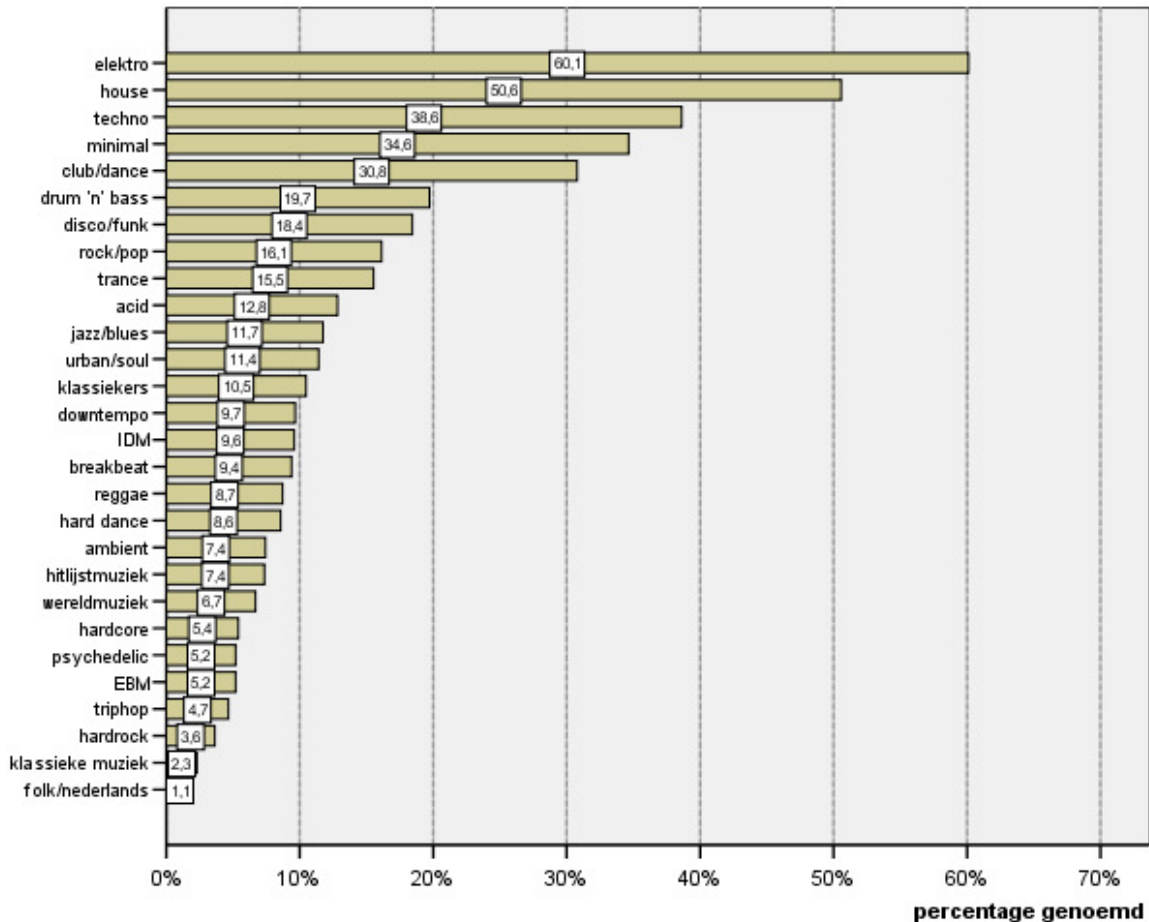
4.2.1 Muzikale achtergrond

4.2.1.1 *Muziekvoorkeur*

Na veel overleg met verschillende partijen²⁶ en raadpleging van uiteenlopende bronnen²⁷, is er uiteindelijk een lijst van muziekgenres tot stand gekomen die voor de huidige muziekscène, voldoende rekening houdend met de omvangrijke en specifieke dance- of elektronische scène, een up-to-date lijst vormt. Wij hebben getracht een lijst op te stellen op maat van de doelgroep en afgestemd op huidige tendensen en evoluties binnen deze specifieke sector. De lijst zoals die in de vragenlijst opgenomen werd, kan je raadplegen in bijlage (Bijlage 5). In onderstaande grafiek (Grafiek 7) en tabel (Tabel 13) hebben we enkel de hoofdgenres opgenomen. Er werd immers een poging ondernomen om telkens een soort van hoofdcategorie te formuleren, waarna dan telkens een aantal (sub)genres werden opgesomd die er in zeker mate aan gelinkt konden worden. Op die manier hebben we getracht niets en niemand uit te sluiten. Om de lijst te vrijwaren van subjectieve categorisatie en ordening werd hij alfabetisch opgesteld. Ter bevordering van het leesgemak en de overzichtelijkheid worden de resultaten hier meteen in volgorde van meest geantwoord weergegeven. Eerst wordt dit visueel voorgesteld aan de hand van een grafiek op basis van de totaalpercentages.

²⁶ Yves Dubouvry, Geert Sermont, Poppunt, Gert Keunen.

²⁷ (Galle, 2005), Online encyclopedie Wikipedia (Nederlands) op www.nl.wikipedia.org, Online encyclopedie Wikipedia (Engels) op www.en.wikipedia.org, Ishkur Guide to Electronic Music op www.di.fm/edmguide, list of electronic music genres op www.answers.com/topic/list-of-electronic-music-genres, www.electrobel.be



Grafiek 7: Muziekvoorkeur totaalscore (n=1481)

Hiermee is de algemene muziekvoorkeur van de onderzochte groep in een oogopslag weergegeven. Wat meteen opvalt, is dat we met een dominante top 5 te maken hebben. We bespreken de scores verder aan de hand van de onderstaande tabel (Tabel 13) die deze resultaten meteen in perspectief plaatst. De zonet gegeven algemene rangschikking met bijhorende percentages wordt hierin met die van de verschillende deelcategorieën vergeleken en deze laatste kunnen meteen ook onderling vergeleken worden.

In deze tabel worden de genres ook reeds per groep gerangschikt naar percentage weergegeven met telkens de bijhorende percentages die aantonen hoeveel procent van de desbetreffende groep een bepaald genre heeft aangevinkt. Er werd gevraagd om maximaal vijf genres aan te vinken. De eerste kolom geeft de rangschikking en percentages van de totale onderzoeksgroep weer. De kolommen daarna geven telkens de rangschikkingen en percentages weer per categorie. Zo zien we ook duidelijk de top 5 en top 10 van de totale groep en hoe die telkens verschilt volgens subgroep.

	<u>Algemeen</u>		<u>Beginner</u>		<u>Gevorderde</u>		<u>Semi-prof</u>		<u>Prof</u>	
	Muziekgenre	%	Muziekgenre	%	Muziekgenre	%	Muziekgenre	%	Muziekgenre	%
1	Electro	60	electro	64	electro	62	electro	56	electro	54
2	House	51	house	48	house	52	house	49	house	52
3	Techno	39	techno	42	techno	41	minimal	37	club/dance	37
4	Minimal	35	club/dance	30	minimal	36	techno	35	minimal	32
5	club/dance	31	minimal	29	club/dance	30	club/dance	31	disco/funk	32
6	drum 'n' bass	20	drum 'n' bass	27	drum 'n' bass	21	drum 'n' bass	21	techno	28
7	disco/funk	18	rock/pop	20	disco/funk	17	disco/funk	18	trance	21
8	rock/pop	16	acid	14	trance	16	trance	16	rock/pop	20
9	Trance	16	disco/funk	13	rock/pop	14	rock/pop	15	urban/soul	14
10	Acid	13	klassiekers	11	acid	13	acid	14	jazz/blues	14
11	jazz/blues	12	urban/soul	11	jazz/blues	11	jazz/blues	13	downtempo	13
12	urban/soul	11	jazz/blues	11	IDM	11	IDM	13	drum 'n' bass	12
13	klassiekers	10	trance	10	breakbeat	10	breakbeat	12	klassiekers	12
14	downtempo	10	hard dance	9	urban/soul	10	urban/soul	11	breakbeat	12
15	IDM	10	wereldmuziek	8	reggae	10	reggae	11	hitlijstmuziek	12
16	breakbeat	9	ambient	8	downtempo	9	downtempo	9	wereldmuziek	9
17	Reggae	9	breakbeat	8	hard dance	9	hard dance	9	acid	9
18	hard dance	9	downtempo	8	klassiekers	9	klassiekers	9	hard dance	8
19	Ambient	7	psychedelisch	7	ambient	8	ambient	8	triphop	8
20	hitlijstmuziek	7	reggae	7	hardcore	6	hardcore	8	klassieke muziek	7
21	wereldmuziek	7	hardrock	7	hitlijstmuziek	6	hitlijstmuziek	8	EBM	6
22	Hardcore	5	hitlijstmuziek	7	EBM	6	hardcore	6	reggae	6
23	EBM	5	IDM	6	psychedelisch	5	psychedelisch	4	IDM	5
24	psychedelisch	5	hardcore	6	triphop	5	triphop	4	ambient	3
25	Triphop	5	EBM	5	wereldmuziek	5	wereldmuziek	4	psychedelisch	3
26	Hardrock	4	triphop	4	hardrock	2	hardrock	4	hardcore	2
27	Klassieke muziek	2	folk/nederlands	1	klassieke muziek	2	klassieke muziek	2	hardrock	2
28	folk/nederlands	1	klassieke muziek	1	folk/nederlands	1	folk/nederlands	2	folk/nederlands	1

Tabel 13: Muziekvoorkeur gerangschikt per categorie met percentage genoemd (n=1481)

We zien dus dat we te maken hebben met 5 hoofdcategorieën. In alle situaties bestaat de top 5 telkens uit electro, house, techno, minimal en club. We zien enkel bij de profs ook disco in de top 5 in de plaats van techno. Dit wijst er op dat disco/funk bij de profs vrij populair is, maar eigenlijk niet echt populairder dan techno en wel om de volgende reden. In plaats van te spreken van 5 categorieën hadden we ons ook kunnen beperken tot 4 categorieën. De categorie minimal kan immers in zekere mate beschouwd worden als een subcategorie van techno. Wegens de vrij recente sterke populariteitstijging en de verbreding van het genre naar andere stijlen toe als electro en house, hebben we toch besloten om het apart op te nemen in de lijst. Zodoende is het zeer waarschijnlijk dat velen die techno aanvinkten ook minimal aanvinkten. In die beschouwing kunnen we de belangrijkste muziekvoorkeuren verder gaan beperken tot de 4 hoofdgenres electro, house, techno en club, met unaniem op de eerste en tweede plaats respectievelijk electro en house.

Wat hierbij nog opvalt, is dat house bij alle vier de groepen van respondenten zeer gelijkaardige scores vertoont, maar dat electro vooral zeer populair blijkt te zijn bij de beginners en telkens een beetje aan populariteit inboet naarmate de professionaliteitsgraad toeneemt. Desondanks blijft het de gedoodverfde nummer één (60%).

Hetzelfde doet zich voor bij techno. Bij club doet zich dan weer het omgekeerde voor en geniet iets meer voorkeur van de professionelen.

Hierna volgt algemeen gezien de categorie drum 'n' bass, die evenwel opnieuw, en wel zeer sterk, moet inboeten aan populariteit naarmate de professionaliteit stijgt bij de respondenten. Waar het bij de beginners en gevorderden op de zesde plaats komt te staan, verglijdt het bij de semi-profs en profs respectievelijk naar de negende en twaalfde plaats. De mening van Yves hierover was dat de markt ervoor simpelweg niet zo groot was in België en niet meer groeit. Zeker niet wanneer we dat gaan vergelijken met de hoge populariteit van dit genre in het VK.

Exact het omgekeerde doet zich dan weer voor bij disco. Deze categorie wordt zeer duidelijk meer gesmaakt door pro's en vertoont een sterk dalende trend naar de beginners toe die dus iets minder interesse hebben voor disco of funk. Mede door hun ouderdom is het begrijpelijk dat profs a.h.w. de 'roots' iets meer weten te appreciëren dan hun volgelingen.

Dan zijn we aanbeland bij de pop/rock dat het bij de vier subgroepen vrij goed doet en rond de achtste plaats bengelt in een gevecht met trance. Deze laatste vertoont wederom een stijgende lijn van beginners naar pro toe.

Hierna volgen een aantal genres met vrij gelijkaardige scores, wisselend van plaats volgens subgroep. Er vallen ook nog enkele andere zaken op. Jazz/blues staat algemeen gezien op een respectabele 11^e plaats en houdt er een vrij gelijklopende trend op na die lichtjes stijgend is naar de pro's toe. Deze laatste tonen ook duidelijk een andere houding ten opzichte van klassieke muziek. Waarbij de drie andere groepen klassieke muziek en folk een onderling gevecht houden om de laatste plaats, komt deze categorie bij hen lang niet in de buurt van die laatste plaats. Tenslotte valt hierbij wel op te merken dat de algemeen minder goed scorende categorie hitlijstenmuziek ook een licht stijgende trend kent volgens categorie. Dat lijkt tegenstrijdig, maar toont langs de andere kant wederom de spreiding en brede smaak van de respondent. Dat is tenslotte wat inderdaad vooral duidelijk wordt: dat de muziekmaken zeer sterk verschillend en divers zijn. Dat weerspiegelt zich ook in deze resultaten. Het wijst er bovendien op dat we een brede en gevarieerde doelgroep hebben bereikt en opgenomen in dit onderzoek. Dat ondersteunt wederom de representativiteit en de algemene trends die het onderzoek aan het licht brengt.

Die brede en gevarieerde smaak valt ook klaarblijkelijk te destilleren uit de antwoorden die ingevuld werden in het vak waar specifieke genrevoorkeur(en) vrij mochten neergeschreven worden. De meest uiteenlopende genres komen aanbod en vullen het reeds dik gevulde lijstje verder aan: van dubstep tot jump, van alle soorten progressive tot alle soorten minimal, van het onbekendste genre electro tot het meest commerciële, van een bepaalde soort lichte jazz tot rauwe breakcore, van klassieke muziek tot heavy metal; zowat alles passeert de revue. Naast een groot aantal respondenten dat hier één bepaald genre of een allegaartje van min of meer verwante (sub)genres weergeeft, is er bovendien een groot deel duidelijk voorstander van een zeer brede individuele muzieksmaak. Velen geven persoonlijk blijk van interesse voor zeer vele genres. Hetgeen bewijs levert van de eerder genoemde nieuwe stroming die we in één woord kunnen samenvatten: eclecticisme.

Om het muzikale profiel van onze doelgroep nog beter te kaderen was het interessant de algemene muziekinteresse van de doelgroep te onderzoeken, dj- en/of produceractiviteiten niet meegerekend. De resultaten worden weergegeven aan de hand van tabel 14.

4.2.1.2 *Andere muziekinteresse*

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Geen	7%	5%	5%	6%	6%
Zingen	9%	7%	11%	10%	9%
Instrument bespelen	30%	36%	39%	40%	36%
Muziekliteratuur	33%	41%	41%	44%	40%
Optredens/sets bijwonen	85%	90%	87%	82%	88%
Zelf optreden	13%	15%	20%	22%	16%
Andere	10%	15%	20%	18%	15%

Tabel 14: Andere muziekgerelateerde interesses (n=1481)

Naast hun activiteiten als dj en/of producer hebben bijna alle respondenten (94%) nog andere muziekgerelateerde bezigheden of interesses. Hierbij komt overduidelijk op de eerste plaats het bijwonen van optredens, concerten, festivals, sets van dj's of live acts. Maar liefst een gemiddelde van 88% van alle respondenten kon zich hierin vinden. Het is dan ook niet verwonderlijk dat bij de volgende vraag over hoe ze in contact kwamen met het dj'en/of produceren, ze eveneens op de eerste plaats duidelijk kozen voor uitgaan, concerten en festivals bijwonen waardoor dj's en producers aan het werk gehoord en gezien worden. We komen hier in de volgende paragraaf op terug. Het fysiek aanwezig zijn op gelegenheden waar bepaalde artiesten hun ding doen blijkt dus zowel de manier te zijn waarop de meeste in contact komen met een toekomstige occupatie als een interesse die ook daarna zeer sterk aanwezig blijft. Dat kan een gezonde situatie genoemd worden aangezien ze blijk geeft van zowel veel interesse in de eigen bezigheid als in die van vele andere artiesten die al dan niet een gelijkaardige bezigheid hebben. Dergelijke onderlinge interesse en interactie zorgt voor een positieve dynamiek waarbij zowel de eigen werkzaamheden gestimuleerd worden als de andere artiesten gesteund worden, een draagvlak geven worden, en een duw in de rug om ervoor te gaan en ermee naar buiten te komen. Immers, geen artiest zonder publiek. Dat grote belang van het publiek werd ook reeds uitvoerig aangekaart. Voor een groot deel van dat publiek

zorgen ze alvast zelf. Of zoals Jimmy dat handig wist te stellen: “*Ze zijn hun eigen beste klanten.*” (De Wit, 2007)

“Het publiek dat het kunstwerk beleeft maakt er uiteindelijk kunst van. Zonder publiek geen kunst, hoe kunstig ook”²⁸

Naast het bijwonen van optredens, concerten of sets, blijkt dat er ook veel en graag over muziek en muziekgerelateerde zaken gelezen wordt (40%). Hierbij valt een lichtjes stijgende trend op van beginner naar prof toe. Dit komt verderop nog uitgebreider aan bod. Een dergelijke trend valt nog iets duidelijker vast te stellen bij het volgende item, namelijk het bespelen van een instrument. Zelf muziek spelen en erover lezen zijn interesses en bezigheden die door ruim meer dan één derde (36%) van de onderzochte groep worden aangegeven en telkens iets meer naarmate men professioneel met muziek bezig is. Deze trend doet zich ook voor bij het vierde item, zelf optreden (16%). Hetgeen ook logisch is, aangezien wie instrumenten bespeelt er veelal mee zal willen optreden. Natuurlijk zullen professionals vlugger de neiging hebben om een podium op te klimmen. Wat ten slotte nog opvalt, is dat de categorie ‘andere’ vrij veel werd aangevinkt door de ondervraagde personen (15%). Ongeveer evenveel als de categorie zelf optreden. Dankzij de losse hand van onze respondenten in het lege vakje naast andere, konden we een aantal interessante vaststellingen doen en kwamen we tot een waslijst aan verschillende activiteiten en interesses. Tot de zeer veel vermeldde zaken hoort het organiseren van feestjes, fuiven, evenementen of concerten. Wat in de meeste gevallen wel (on)rechtstreeks te maken heeft met de activiteiten als dj of producer. Het is alvast een heuse opsteker mits de geïnterviewde dit geregeld zelf ook vermeldden en veelal zagen als één van de manieren om vooruit te komen. Waarover later meer. Vele respondenten verwezen hier ook naar produceren, zelf muziek maken, werken met de pc en bepaalde muzieksoftware. Hetgeen dus uiteraard rechtstreeks verband houdt met hun activiteiten die onderwerp vormen van het onderzoek. De bedoeling bij deze specifieke vraag was echter een idee te krijgen over welke andere muziekgerelateerde activiteiten of interesses ze hadden los van waar het in het onderzoek over ging. Organiseren, promoten en boeken bleek alvast één van de belangrijkste, hoewel ook dit in de meeste gevallen niet los van hun activiteiten staat. Intensief muziek beluisteren kwam ook veelvuldig aanbod. Wat natuurlijk niet onlogisch is voor dj’s. Zij zijn tenslotte de katalysator, de selector zoals we zagen, de brug naar en opvoeder van hun publiek. Dus ook dit element staat in verband hun activiteiten als dj of

²⁸ Gelezen op <http://www.ranselrazer.nl/algemeen/kunst.html> (03/08/07)

producer. Kan dit er überhaupt wel los van staan? Een dj of producer die niet graag naar muziek zou luisteren, kan misschien nog best vergeleken worden met een kok die niet graag zou eten. Om deze evidente redenen was hier dan ook geen expliciete vermelding van gekomen binnen het opgestelde keuzemenu. Trouwens, de meeste van de zaken die ze hier vermeldden komen verderop nog uitdrukkelijk aanbod en werden in volgende vragen explicieter bevraagd.

Dat het niet evident is om alle zaken op te sommen toont ook het nut van een ‘andere’ met invuloptie. Want daaruit leerden we vervolgens dat er ook heel veel mensen tussen zitten die op één of andere manier met radio bezig zijn, of met schrijven en redactie voor media en websites, met PA-werk of licht- en geluidstechniek, met studiówerk, met een label of platenfirma, met dansen, met verzamelen, met het vergaren van info en rondsnoffen op allerlei websites en fora, met visuals en vj’en²⁹, met songwriting, en, naar analogie met het meest voorkomende antwoord op de voorafgaande vraag, wordt ook dit maal zeer veel vermelding gemaakt van feesten, uitgaan, clubbing en optredens van andere artiesten bijwonen. Dat ze voor een groot deel hun eigen publiek vormen werd reeds aangetoond.

Voorts kwamen nog zaken als mc’en of rappen, artwork, A&R³⁰ bij een platenlabel, roadie³¹, tot zelfs het bouwen van elektronische instrumenten of het retraceren van originelen van gesampled nummers aanbod. M.a.w. er kwam een brede waaier aan zeer uiteenlopende zaken, interesse en activiteiten aan het licht. Ook in de gesprekken met de profs werd al gauw duidelijk dat er vele ‘duizendpoten’ rondlopen in dit wereldje en dat de meesten zich niet beperken tot hun activiteiten als dj en/of producer, maar er ook andere activiteiten en interesses op na houden die al dan niet in rechtstreeks verband staan daarmee. Dat kan zowel uit deze resultaten afgeleid worden als in de omschrijvingen van de geïnterviewden gelezen worden (Bijlage 2). Bovendien werd reeds aangetoond dat ook de meest profs er een andere job op nahouden. De jobs blijken vooral muziekgerelateerd te zijn, zoals opnieuw uit beide onderzoeksvormen is gebleken.

²⁹ Een videojockey of vj is een presentator op een muziekzender op televisie of een getalenteerde producer van eigen visueel materiaal voor clubs, feesten en evenementen. (bron: Wikipedia)

³⁰ In de muziekindustrie staat A&R voor Artist and Repertoire. Het A&R-departement is de link tussen de artiest of band en de platenmaatschappij. (bron: Wikipedia)

³¹ Een roadie is iemand die materiaal aansleept ten behoeve van een auditief artiest. (bron: Wikipedia)

4.2.1.3 Eerste contacten

	Begin.	Gevor.	Semi-pro	Pro	Total
Uitgaan/optredens/concerten/festivals	63%	62%	57%	57%	61%
Muziek-/Platenzaken	52%	57%	60%	52%	56%
Vriendenkring	62%	57%	52%	47%	56%
Organiseren van feestjes of evenementen	45%	54%	59%	45%	53%
Internet	38%	30%	24%	14%	29%
Media	26%	27%	24%	21%	26%
Jeugdhuis/-beweging of jongerencentrum	20%	27%	23%	24%	24%
Dj-contest of ander initiatief (bv. YTC)	12%	19%	24%	21%	19%
Familie	11%	14%	16%	17%	14%
School en/of studies	11%	11%	11%	11%	11%
Workshop/Infosessie	10%	8%	11%	3%	9%
Muzikale opleiding	3%	5%	7%	8%	5%
Studentenkring	8%	4%	5%	4%	5%
Informatie- en steunpunten (bv. Poppunt)	3%	3%	3%	1%	3%

Tabel 15: Eerste contacten met het dj- of producerwereldje, per categorie, gerangschikt volgens totaalscore. (n=1481)

Zoals reeds vermeld komt ook bij de vraag over waar ze de eerste contacten met hun huidige activiteit gekregen of gelegd hebben, op de eerste plaats het uitgaan en bijwonen van concerten, festivals en sets waar ze andere artiesten aan het werk kunnen zien (61%). Dat is analoog met de resultaten op de vorige vraag. Op de tweede plaats komt ook hier meteen de muziek- of platenzaak bovendrijven (56%). Hetgeen ook reeds uit de voorgaande vraag over opleiding als eerste onafhankelijke factor aanbod was gekomen. Daarbij werd uitgewijd over deze zaken en de hachelijke situatie waarin ze zich. Deze resultaten zijn zeker en vast een opsteker voor de winkels die momenteel een moeilijke periode doorstaan. Hun nut en belang is reeds twee maal bewezen. De shop is dus, na de vrij voor de handliggende zelfstudie en school, niet enkel de plaats bij uitstek waar ze kennis en vaardigheden op doen, het blijkt nu ook, na optredens bijwonen, één van de belangrijkste plaatsen te zijn om in contact te komen met hun huidig métier

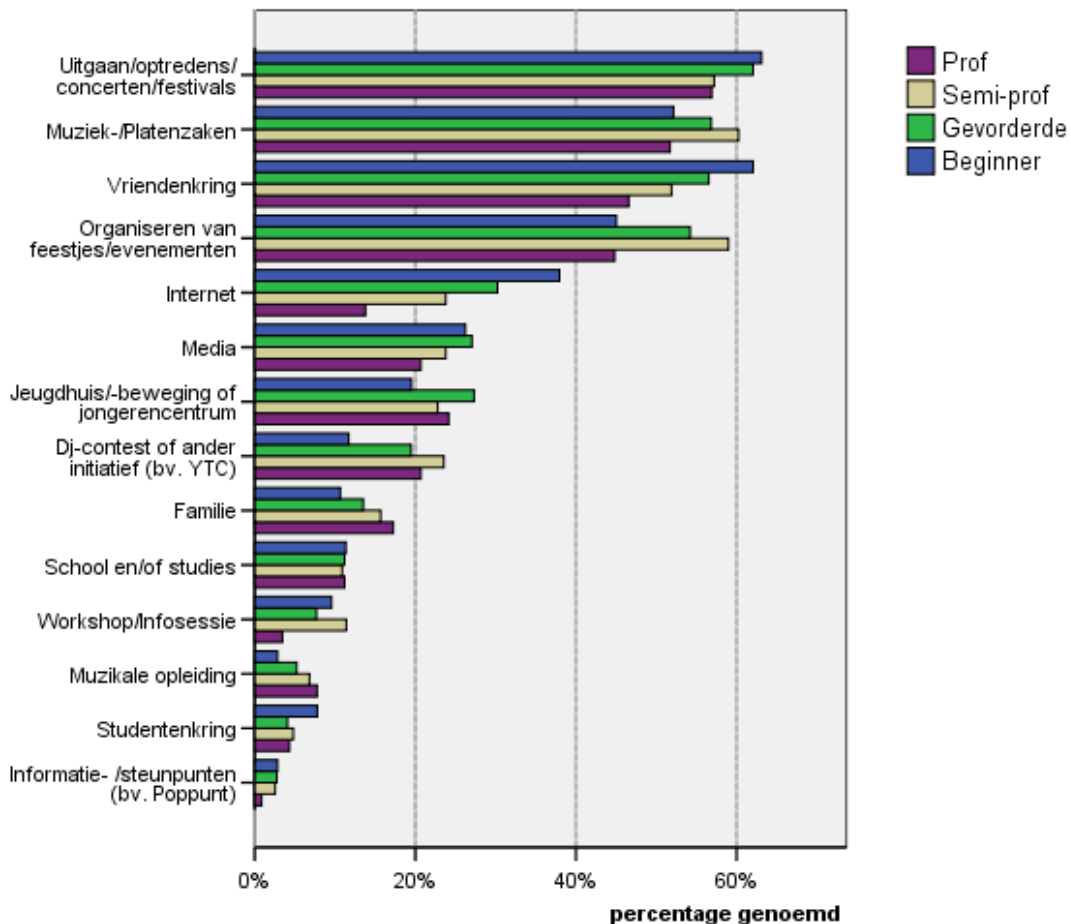
Als derde ‘schuldige’ werden vooral de vrienden aangewezen (56%). Kennissen en vrienden blijken een belangrijke kennismakingsfactor te zijn. Op zich is dat wederom niet verwonderlijk. Het is immers veel leuker om je passie te kunnen delen met anderen, om steun

en feedback te krijgen, om vragen te kunnen stellen en om honderduit over je nieuwste plaat te kunnen razen. Bovendien zal ook verderop de gewichtige rol van vrienden naar voren komen. Ook voor de geïnterviewden zal verder blijken dat vrienden en kennissen een enorm belangrijke rol vervullen. Omgeven zijn door gelijkgezinden zorgt des te meer voor die positieve dynamiek waardoor je veelal niet enkel je eerste contacten aan hen te danken zal hebben, maar in vele gevallen ook de verdere uitoefening of uitbouw ervan. Bovendien blijkt uit tabel 15 dat het bij de beginners al op de tweede plaats komt en dus werkelijk een heel belangrijke kennismakingsfactor of triggerfactor is voor hen. Wat blijkbaar afneemt naar de professionelen toe. Deze trend is statistisch significant ($\alpha=0,01$). Waar bijna twee derde van de beginners vrienden aanduidt als schuldige om hen in contact te brengen met het vak, is dat bij profs gedaald tot minder dan de helft.

Als vierde meest genoemde item komt al meteen één van de zaken die veel vermeld werden in het vrij invulvak bij andere muziekinteresses, namelijk het organiseren van feestjes, fuiven concerten of evenementen (53%). Hier werd dit dus expliciet bevraagd en al meteen het grote belang ervan bevestigd. Dat grote belang werd ook vele malen letterlijk onderstreept door de geïnterviewden. Dit vooral in de context van het evolueren, naar buiten komen met je activiteiten en instappen in de carrière. In die context wordt dit dan ook verder behandeld.

Deze vier meest vernoemde elementen zijn duidelijk ook de vier belangrijkste en liggen zeer dicht bij elkaar net als ze onderling wisselen afhankelijk van de subgroep. Deze groep van vier die zich duidelijk afscheidt als belangrijkste groep, hetgeen visueel voorgesteld wordt aan de hand van de grafiek (Grafiek 8), vertoont in zekere mate een onderlinge samenhang. Net als Nikolai Pascual wees op het verband tussen zelfstudie en platenzaak, staan in vele gevallen ook deze vier elementen met elkaar in verband. Immers, contacten worden blijkbaar veelal gelegd in winkels. Zo vormt zich een vrienden- of kennissenkring, waarmee men uitgaat en kennis uitbouwt, en eventueel ook eigen feestjes tracht te organiseren. Uiteraard kan dit positieve of ideale scenario niet veralgemeend worden. Het wijst enkel op het bestaan van een bepaalde groep van factoren die primeren en onderling verband houden. De grafiek toont de onderlinge verhoudingen van de vier categorieën per item. Blauwe staven zijn de beginners, groene de gevorderden, beige de semi-profs en paarse de profs. Zo worden de onderlinge verschillen meteen duidelijk voorgesteld. In tegenstelling in tot de legende komt in de grafiek telkens de blauwe staaf vanboven en de paarse vanonder. Er werd voor deze

volgorde geopteerd omdat dit de reële volgorde is. De items worden ook meteen van boven naar beneden gerangschikt van best scorende naar minst goed scorende.



Grafiek 8: Eerste contacten met het dj- of producerwereldje, per categorie, gerangschikt volgens totaalscore. (n=1481)

Meteen een heel stuk lager volgen de andere items met internet (29%) aan kop. Hierbij valt zeer duidelijk het verschil tussen beginners en profs op. Dat heeft uiteraard ook te maken met het leeftijdsverschil. Aangezien de profs doorgaans tot de oudere categorieën behoren en de beginners tot de jongere zijn de eerste ook iets minder internetvertrouwd, laat staan dat ze langs die weg de eerste contacten gelegd zouden hebben met hun vak. Als kennismakingsfactor is het dus begrijpelijk dat zij minder verwijzen naar het internet dan de veelal jongere beginners. Voor een aantal van de profs bestond het internet waarschijnlijk niet eens toen zij hun eerste stappen in de muziekwereld zetten. Deze trend valt duidelijk af te

lezen uit de cijfers (van 38% naar 30%, 24% en 14%) en is ook statistisch significant ($p=0,01$). Hier valt verder uit op te maken dat het internet sterk toeneemt in belang en hoe langer hoe meer terrein wint. We willen nogmaals wijzen op het feit dat op deze online trend dient ingespeeld te worden. Dat bleek ook sterk uit de interviews.

Hierna volgen de media (26%) en de jeugdhuisen, jeugdbewegingen en jongerencentra (24%). Op de volgende plaats komen dj-contests en andere initiatieven zoals YTC (19%). Hierbij is de score, die sowieso al van de lage kant is, bij de beginners opvallend lager dan bij de rest van de subgroepen ($p<0,05$). Een belangrijke troost is dat deze initiatieven niet het voornaamste doel hebben om mensen in contact te brengen met wat ze doen, maar vooral om zij die reeds eerste stappen ondernomen hebben een springplank, speelkans of klankbord te bieden. In die context wordt dit ook verder op uitgebreid behandeld.

Verder moge het duidelijk wezen dat de zaken die na familie (14%) en school/studies (11%) volgen, omzeggens geen kennismakingsfactor of triggerfactor inhouden. Verwonderlijk en spijtig genoeg vallen ook de workshops en infosessies hieronder. In tegenstelling tot contests of andere initiatieven zijn een groot aantal hiervan net wel bedoeld om hun doelgroep kennis te laten maken met het dj'en of produceren. Deze workshops en infosessies bereiken dus voorlopig deze doelstelling niet, althans niet in die mate dat ze een belangrijke rol spelen in de manier waarop in contact gekomen wordt met het dj'en of produceren. Zeker profs blijken niet op deze manier met hun metier in contact gekomen te zijn. Veelal zijn ze echter iets ouder en vroeger waren er gewoon minder of geen workshops of infosessies. Bovendien zegt dit niets over de sessies die niet gericht zijn op het eerste stappen zettende doelpubliek. Voor degene die dat echter wel zijn zit hier duidelijk een boodschap in.

Helemaal onderaan bengelen de informatie - en steunpunten als Poppunt. Een eerste verklaring hiervoor is dezelfde als hierboven, namelijk dat vooral diegenen die al in contact zijn gekomen pas daarna bij hen terecht komen. Een tweede is het eerder aangehaalde tweerichtingscommunicatieprobleem. Dat is op dit vlak minder van belang aangezien deze steunpunten minder doelen op het in contact brengen en laten kennismaken, maar eerder op het informeren en begeleiden van zij die al contact gelegd hebben of al een stap verder staan en klaar voor een volgende.

Zonet werd besproken hoe de eerste contacten met het dj- of producerwereldje werden gelegd. Dat is meteen ook de allereerste fase in de carrièreontwikkeling. Van daaruit kan systematisch dieper ingegaan worden op het carrièreontwikkelingsgegeven. De volgende stap die hiertoe gezet werd was peilen of ze al eens iets voor een publiek gedaan hadden.

4.2.1.4 Eens voor een publiek gestaan

In het totaal heeft 90% van alle respondenten wel al eens op één of andere manier voor een publiek gestaan. Dat is vrij hoog. We lieten het belang van het publiek reeds uitvoerig aan bod komen. Geen artiest zonder publiek. De cijfers tonen hieromtrent een positieve situatie. De respondenten geven immers blijk van voor een publiek te willen staan.

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Al eens voor publiek gestaan	ja	66%	95%	98%	97%	90%
	nee	34%	5%	2%	3%	10%

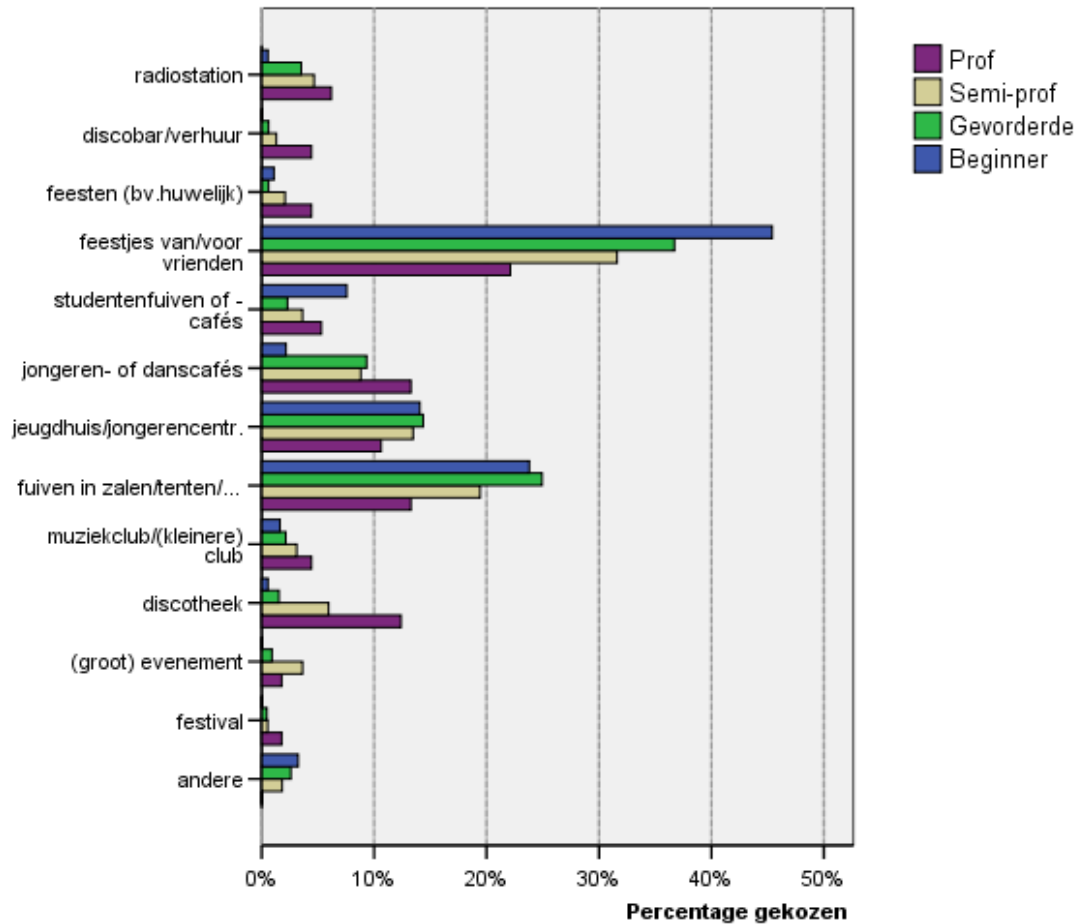
Tabel 16: Minstens één maal voor publiek gestaan, per categorie (p=0,00) (n=1481)

Zoals verwacht is dit hoge percentage vooral te danken aan de (semi-)professionelen (97%) en de gevorderden (95%) (p=0,00 en Cramers' V=0,401). Ook de beginners doen het met 64% lang niet slecht. Van de beginners is toch een kleine twee derde meerderheid al wel eens voor een publiek komen te staan. Wat op zich best veel is. Het percentage bij de gevorderden (95%) ligt bijna even hoog als bij de (semi-)professionelen. Dat wijst er op dat men maar al te graag en spoedig wel eens met zijn muziek naar buiten wil komen en eens voor een publiek wil komen te staan. Wederom kan hier dus gesproken worden van een gezonde verhouding die wijst op een positieve dynamiek. Het kleine resterende percentage zijn waarschijnlijk vooral producers die niet dj'en, noch lives (live-uitvoeringen) doen, of m.a.w. niet (zelf) met hun eigen gemaakte muziek voor een publiek komen te staan.

Het is ook nuttig een zicht te hebben op waar of op welke gelegenheden die eerste stappen in de richting van een publiek genomen worden. Daartoe werd bij respondenten die positief antwoordden op vorige vraag gepeild naar de locaties of gelegenheden die fungeerden als eerste publiekoptreden.

4.2.1.5 Eerste publiekoptreden

Uit de grafiek (Grafiek 9) blijkt duidelijk dat het overgrote deel zich een weg naar een eerste publiek baande via feestjes van en/of voor vrienden. Dat kunnen o.a. privé-feestjes zijn, verjaardagsfeestjes, eigen feestjes of gewoon als vriendendienst op een feest. Hierbij valt meteen het verschil of verband tussen de categorieën op ($p=0,00$).



Grafiek 9: Eerste optreden voor een publiek, per categorie ($p=0,00$) ($n=1338$)

De trend is zeer duidelijk negatief. Immers, bij de beginners is de score hierop zeer hoog (45%) en vervolgens daalt ze gestaag naarmate we in categorie vorderen, om te eindigen bij een score van 22% bij de profs. Deze cijfers zijn opgenomen in bijlage (Bijlage 6). Deze duidelijke waarneembare dalende trend neemt niet weg dat het bij de vier subgroepen het meest gekozen item blijft. Meer dan één derde van de respondenten blijkt het eerste publiek gevonden te hebben via allerlei soorten feestjes van en/of voor vrienden. In een vorige vraag zagen we al dat vrienden een belangrijke kennismakingfactor vormden. Hieruit blijkt nu dat

zij niet alleen als prille kennismakingsfactor van groot belang zijn maar ook bij de volgende stap die dan ‘het ermee naar buiten komen’ of ‘voor een publiek staan’ zou zijn. Ze blijven dus voorlopig een zeer belangrijk aandeel in de evolutie behouden.

De tweede belangrijkste plek waar voor het eerste een publiek wordt getrotseerd, zijn allerlei fuiven in zalen, jeugdhuizen, tenten of openlucht. Hierbij doet zich omzeggens hetzelfde fenomeen voor. Het enige verschil is dat de scores voor de beginners en gevorderden zeer dichtbij elkaar liggen, en dat daarna pas de dalende trend lichtjes ingezet wordt, die zeer duidelijk opsteekt bij de profs. Zij zijn maar met een 10% die dit aangeven als eerste publieksmoment, terwijl dit bij de twee eerste groepen een kwart is (25%). Analoog hiermee zijn de resultaten voor de jeugdhuizen en jongerencentra die algemeen op de derde plaats komen met 14% van de totale stemmen. Voor profs bleek dit wederom iets minder belangrijk. De stemmen die zij niet aan de voorgaande items gaven, blijken ze verspreid te hebben over de meeste andere opties die dus beter scoren bij de profs. Eén daarvan springt eruit, namelijk de discotheken. Hierbij doet zich een volledig omgekeerde trend voor. Op zich is het niet verwonderlijk dat niet-professionelen hun eerste stappen naar een publiek niet via een discotheek hebben gezet, maar dat meer dan 12% van de profs en 6% van de semi-profs dat wel zo heeft gedaan is vrij veel. Uit interviews blijkt dat het vroeger gewoon makkelijker was om meteen in een discotheek of aanverwante gelegenheden eens je ding te kunnen gaan doen. Er werden ook sneller residenties³² aangeboden. Nu moet men zich meer eerst bewezen hebben op andere plekken en locaties vooraleer men zich kan wagen aan discotheken en dergelijke. Bijna het zelfde doet zich voor bij cafés, dans – en/of jongerencafés. Meer profs hebben daar de eerste stappen naar een publiek gezet dan de beginners. Hoewel de gevorderden ook in zeker mate via deze weg gegaan zijn. Hierdoor komt het café algemeen op de vierde plaats te staan. Onderaan bengelen de gelegenheden waar voor zeer een groot publiek gespeeld wordt, zoals evenementen en festivals. Ook maar weinig respondenten hebben zich via huwelijksfeesten, (mobiele) discobars of verhuurbedrijven een weg gebaad naar een publiek. Het radiostation heeft eveneens een vrij lage algemene score. De waarneembare trend is echter wel sterk positief. Dus meer genoemd naarmate professioneler. Zo komt de radio toch op een gedeelde vijfde plaats te staan samen met studentenfuiven en cafés, en discotheken. Dat radio inderdaad door professionelen nadrukkelijk als belangrijke factor wordt gegeven, blijkt eveneens uit de interviews. Maar het betreft hier minder het

³² Resident = vaste ‘huis-dj’ van een discotheek of evenement

eerste publieke podium dan wel de volgende fase in de carrièreontwikkeling. We komen er later op terug.

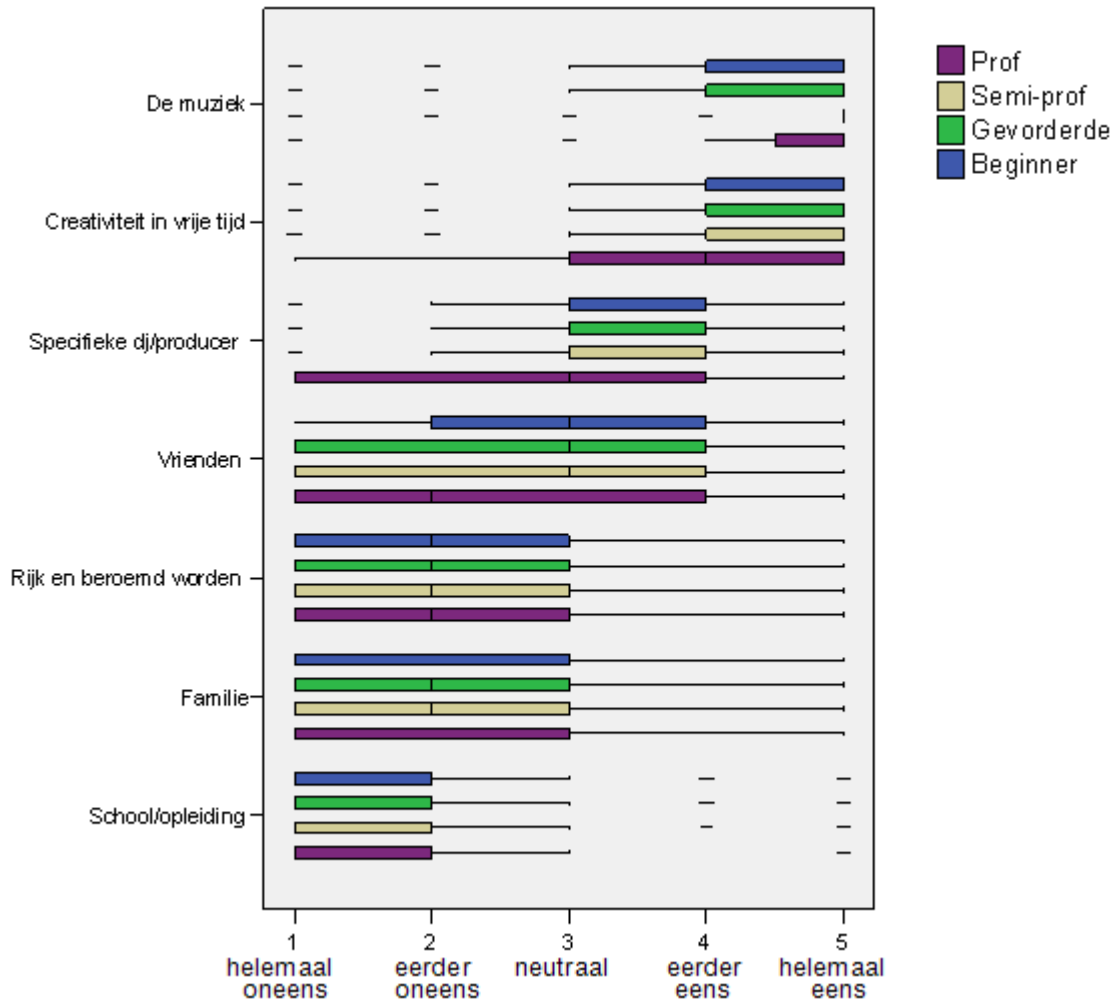
4.2.1.6 *Waarom dj/producer worden*

Ondertussen zijn de eerste contacten gelegd, hebben ze zich al wat bijgeschaafd en is de meerderheid al op één of andere manier in aanraking gekomen met een publiek. Maar waarom doen ze dat? Wie of wat heeft hen er toe aangezet om daaraan te beginnen? Om welke redenen wilden ze dj of producer worden? Dit werd onderzocht aan de hand van een aantal stellingen die beoordeeld konden worden op basis van een likertschaal (5-puntenschaal van oneens tot eens). Een tabel met de volledige stellingen en alle scores per categorie werd opgenomen in de bijlagen (Bijlage 7). In deze bespreking nemen we een vereenvoudigde tabel op met de kernwoorden van de stelling en bijhorende algemene scoreverdeling (Tabel 17).

	helemaal oneens	eerder oneens	neutraal	eerder eens	helemaal eens
Vrienden	29%	15%	23%	25%	8%
Familie	49%	20%	23%	6%	2%
School/opleiding	62%	19%	16%	2%	1%
Specifieke dj/producer	12%	6%	24%	41%	17%
Creativiteit in vrije tijd	4%	3%	15%	42%	36%
De muziek		1%	3%	22%	74%
Rijk en beroemd worden	46%	23%	24%	5%	2%

Tabel 17: *Waarom wou je graag dj of producer worden?*, per categorie (n=1481)

Om per stelling ook de verhoudingen tussen de scores van elke categorie overzichtelijk te brengen, werd een boxplotgrafiek ontwikkeld (Grafiek 10). Deze grafiek stelt ons in staat om voor elke stelling per categorie te zien waar de meerderheid van de scores zich op de likertschaal bevindt. De ‘boxen’ die we per item zien, stellen de helft van de waarnemingen voor. Voor elke categorie is er een box. In tegenstelling tot in de legende, staat in de grafiek de blauwe box vanboven en de paarse vanonder (blauw=beginners, groen=gevorderden, beige=semi-profs, paars=profs). Er werd voor deze volgorde geopteerd omdat dit de reële volgorde is. Op die manier zien we zowel wat de algemene scores zijn als de scores van de vier categorieën en hoe ze zich onderling verhouden. De stellingen zelf worden van boven naar beneden meteen gerangschikt van best scorende naar minst goed scorende.



Grafiek 10: Beoordeling stellingen i.v.m. motivatie, per categorie (n=1481)

De best scorende reden om dj of producer te worden blijkt ook de meeste verhoopte te zijn, namelijk de muziek of het draaien zelf, het ‘goed gevoel’ of de ‘kick’. 96% is het daarmee eens (22% eerder eens, 74% helemaal eens). Alle subgroepen blijkt die menig toegedaan. En zeer overtuigd nog wel. Maar liefst drie vierde van de ondervraagde duidde helemaal eens aan. Zo goed als het volledige overige kwart was er mee eens. En niemand gaf aan helemaal oneens te zijn. In de interviews kwam dit ook duidelijk naar voren onder de vermomde maar veelzeggend termen als de microbe, de vibe, de passie, het in u hebben, de muzikale drang, tot zelfs de obsessie.

Er werd hier en daar tijdens de interviews geopperd dat er vooral rond de eeuwwisseling een overvloed aan beginnende dj’s was en dat bovendien velen van hen er om de verkeerde reden of motivatie aan begonnen. Dat bleek dat eveneens uit de literatuur zoals we zagen (Galle,

2005, p. 32, Broughton & Brewster 2006b p 14). Een beginnende dj die bijvoorbeeld vraagt: “Ik wil dj worden, welke muziek zou ik draaien?”, die slaagt de bal van in het begin al volledig mis en kan er maar beter gewoon niet aan beginnen. Er kwam ook naar voren dat sommigen het enkel zagen als een makkelijke en plezierige broodwinning. Ook de compleet verkeerde mentaliteit om eraan te beginnen. Andere zagen het dan weer vooral als free booze, free parties, en liefst ook free ladies. Dit had veel te maken met de sterrenstatus die (internationaal) nationaal befaamde dj’s gekregen hadden. Dat overdreven superstergehalte is inmiddels wat afgenomen. Er bestaan wel nog supersterren als een Tiësto of Carl Cox, die een ganse Ethias Arena op hun eentje vullen en de opgedaagde massa er een ganse nacht weten te entertainen. De algemene status van de dj is echter een beetje genivelleerd. De interviews bevestigden dat die groep waarover we het zonet hadden, terug afgenomen was. Deze bevindingen worden nu ondersteund door de resultaten van de enquête. Het sterke primaat van de muziek en het hele gevoel er rond om eraan te beginnen is alvast een overduidelijk bewijs van een algemene juiste motivatie en intentie tegenwoordig. Ook de tweede best scorende reden, namelijk om vrije tijd creatief in te vullen en zichzelf zinvol te ontwikkelen, ondersteunt deze vaststelling.

Op de derde plaats komt het opkijken naar een specifieke dj of producer. Dat blijkt inderdaad vooral bij een aantal beginners en gevorderden een reden te zijn om dj of producer te (willen) worden. De professionelen blijven hier iets genuanceerder in. Toch is ruim meer dan de helft van de overige drie categorieën het daar wel eens mee. Bij de profs is dat maar 37%.

Daarna volgen wederom de vrienden, die ook nu weer een van de redenen blijken te zijn om dj of producer te worden, hoewel da algemene trend licht negatief wordt. Enkel bij de beginners en gevorderden bleken de antwoorden nog eerder neutraal tot eens, maar vooral de professionelen gaven een negatievere houding te kennen.

Voorts doen de meeste respondenten het niet omdat hun ouders of familie hen stimuleerden. Ze doen het duidelijk ook niet omdat ze er rijk en beroemd mee wilden worden, in tegenstelling tot wat veel gedacht werd (en wordt). We komen hier later uitgebreid op terug. Tot slot blijkt dat vooral de school of de opleiding geen stimulans geweest zijn.

4.2.1.7 Aantal jaren actief

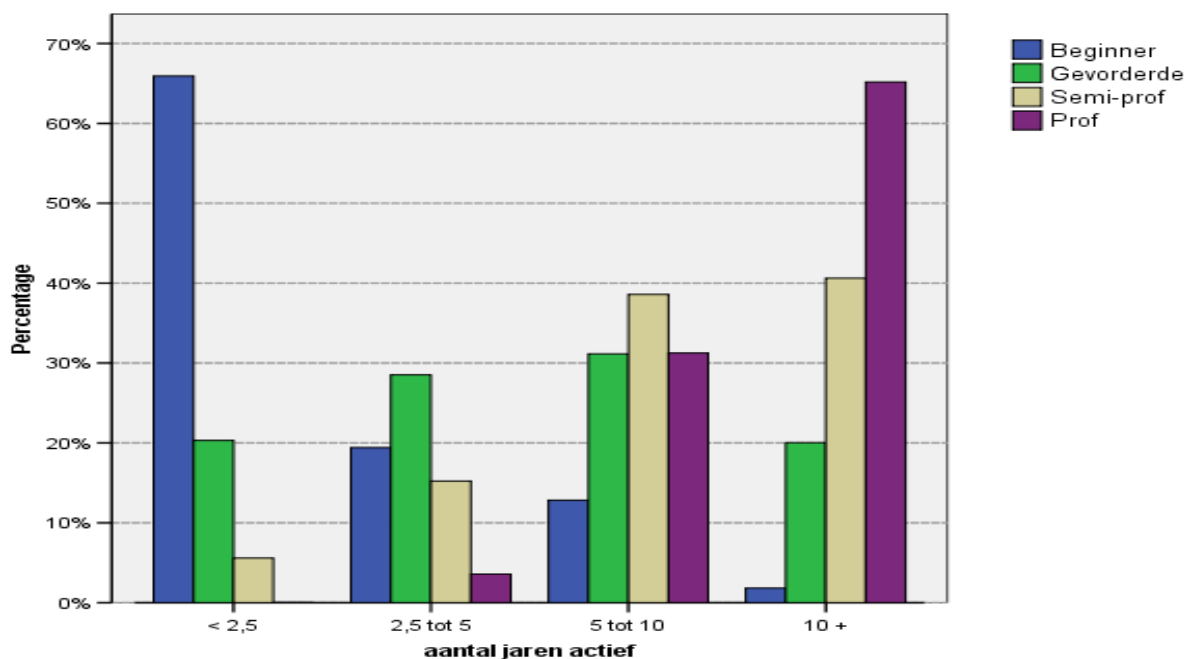
Om een idee te hebben van de tijd die de carrièreontwikkeling ongeveer in beslag neemt, werd er gepeild naar het aantal jaren dat de respondent actief is binnen het vak. Zoals we zagen is ook dit één van criteria die Hutchinson & Feist gebruiken om de positie op het continuüm amateur-professioneel in te schatten. Amateurs zouden weinig ervaring hebben, profs veel. We hebben ervoor geopteerd om de resultaten eerst weer te geven aan de hand van een tabel met de gemiddelden per categorie en van de totale groep (Tabel 18).

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Gemiddeld aantal jaren actief	2,4	6,0	8,9	12,8	6,6

Tabel 18: Gemiddeld aantal jaren actief, per categorie (n=1463)

Er is duidelijk sprake van een sterk statistisch significant verband ($p=0,00$ en $\tau_b=0,471$). De theorie klopt. De gemiddeldes liggen wel vrij laag. Wanneer we even vergelijken met de resultaten bij de popmuzikanten wordt deze observatie bevestigd. Bij hen blijkt de gemiddelde ervaring van een amateur 12,28 jaar, van een semi-prof 15,57 jaar, en van een prof 16 jaar te zijn (De Boodt, 2006, p. 61). De carrièreontwikkeling verloopt dus sneller dan bij popmuzikanten. Bij hen overlappen de laatste twee fases ook meer (er bestaat geen significant verschil). Bij onze doelgroep valt er net het grootse verschil op te meten. De laatste stap zou dus de meest tijdrovende genoemd kunnen worden, terwijl er bij popmuzikanten weinig of geen verschil tussen bestaat.

Op basis van deze cijfers lijkt het alsof elke overgang tussen de fases grofweg drie à vier jaar duurt. Hoewel er een zeer duidelijk significant verband is tussen categorie en aantal jaren ervaring, is het toch niet helemaal noodzakelijk om na een bepaald aantal jaren, bijvoorbeeld 13 jaar, sowieso tot de profs te behoren. Daar is men uiteraard volledig vrij in. Het maximum aantal jaren ervaring werden bovendien waargenomen bij de gevorderden waarvan iemand 37 jaar actief bleek te zijn. Wel is het zo dat twee derde van de beginners minder dan 2,5 jaar ervaring heeft en tweede derde van de profs meer dan 10 jaar. Dat zien we ook duidelijk op de onderstaande grafiek (Grafiek 11).



Grafiek 11: Gemiddeld aantal jaren actief, per categorie ($p=0,00$ en $\tau\text{-}b=0,471$) ($n=1463$)

4.2.2 Muzikale activiteit

4.2.2.1 *Medium*

Zoals het doorheen de geschiedenis al het geval bleek te zijn, bestaat er ook vandaag nog steeds veel discussie rond de materialen en geluiddragers waarvan dj's en producers gebruik maken. Uit de resultaten blijkt (Tabel 19) dat één van de oudste geluidsdrager het nog steeds heel goed doet. De vinylplaat blijft namelijk het belangrijkste medium voor dj's. Ook voor producers is het nog altijd belangrijk om iets op vinyl te kunnen uitbrengen. Nikolai Pascual van USA Import ziet de digitale revolutie niet als een vijand, maar als een bondgenoot. Hij gaat ervan uit dat vele dj's erop zullen inpikken, voor zover de meeste dat nog niet gedaan hebben, maar dat vinyl niet zal verdwijnen. Zo is het gebruikelijk, zegt hij, dat professionele dj's bepaalde nummers die ze wel OK vinden, maar waarvan ze denken dat die het slechts enkele weken goed zullen doen en daarna in de vergetelheid raken, aankopen via het internet. Nummers die ze echt goed vinden zullen ze nog altijd graag aankopen op vinyl. Zelf vindt hij het dan weer handig om bepaalde tracks eerst via het internet te kunnen releasen, om ze daarna pas, indien dat nodig en opportuun blijkt, op vinyl uit te brengen. (Pascual, 2007)

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
CD	56%	56%	63%	72%	59%
Vinyl	66%	84%	85%	78%	80%
Minidisc	,4%	1%	3%	2%	1%
Computer en MP3	33%	14%	15%	18%	18%
Computer en vinyl (bv. final scratch)	7%	8%	16%	16%	11%
Andere	4%	4%	5%	5%	4%

Tabel 19: Medium, per categorie (p=0,00) (n=1481)

De respondenten konden meerdere antwoorden kiezen daar velen ook van meer dan één medium gebruik maken. De opgesomde items waren vooral gericht op het medium dat gebruikt werd bij dj-sets. Als gevolg van het invulveld bij de optie ‘andere’ hebben we ook kunnen vernemen waar de meeste producers gebruik van maken.

We stellen in eerste instantie vast dat 80% van de dj's met vinyl draait en zo'n 60% met CD's. CD's blijken bovendien populairder naarmate men professioneler met muziek bezig is. Bij de pro's liggen beide percentages vrij dicht bij elkaar, wat er op wijst dat de meeste van beide dragers gebruik maken. Yves Dubouvry voegde daaraan toe dat ze de voordelen van de verschillende media aan elkaar koppelen (Dubouvry, 2007). Sommige nummers vind je niet op cd, andere niet op plaat en soms kan je gewoon beter het nummer, best legaal, downloaden en het eventueel zelf op een cd branden. Illegale downloads blijken niet voldoende kwalitatief om professioneel mee te werken. Ook de pc en de digitale cultuur geraken langzamerhand volledig ingeburgerd. De zogenaamde laptop dj's manifesteren zich echter vooral onder de beginners. Maar liefst één derde onder hen geeft aan te draaien met computer en mp3 bestanden. Software als Traktor, Virtual DJ of zovele andere komen hierbij goed van pas. Deze programma's nemen a.h.w. de functies van het mengpaneel en de draaitafels en/of cd-spelers over in een gebruiksvriendelijke interface. De gebruiker hoeft enkel de Mp3 bestanden, die op de harde schijf bewaard zijn, te selecteren en het spelen kan beginnen. 18% maakt hier gebruik van. Bij de beginners ligt dit percentage bijna dubbel zo hoog (33%). Zij scoren dan weer minder op het gebruik van de computer in combinatie met bijvoorbeeld vinyl. Er zijn ondertussen immers manieren ontwikkeld die het mogelijk maken om je muziek

van je harde schijf te af te spelen via de platenspeler met een echte vinylplaat (of via een cd-speler). Deze methode combineert de functionaliteit van de pc met het ‘echte gevoel’ van de vinylplaat. Het programma Final Scratch is er een bekend voorbeeld van. De dj selecteert via de interface op de pc welke nummers hij via welke platendraaiers wil afspelen en kan vervolgens de platendraaier met een standaard vinylplaat erop gebruiken alsof de originele vinylplaat er zou opliggen. Dit wordt duidelijk meer gesmaakt en toegepast door de semi-profs en profs (beide 16%). Het prijskaartje kan hier ook in meespelen. Aan alles zijn voor- en nadelen gekoppeld. Persoonlijke opvattingen en keuzes spelen een grote rol, evenals het budget.

Bij de producers is het vooral het programma Ableton Live erg in trek. Met dit ene softwareprogramma kan je eigenlijk zowat alles. Het is oorspronkelijk bedoeld om live sets mee te brengen, maar het kan ook gebruikt worden om nummers mee te maken, remixen of editen. Het blijkt dan ook erg geliefd onder producers. Ook programma’s als Reason, Cubase SX of Fruityloops komen naar voren. Verder kwam er ook een hele resem hardware uit de resultaten naar voren, zoals synthesizers, samplers, midi-controllers, sequencers, drumcomputers, keyboards en effecten. De meesten gebruiken de combinatie van één of meerder hiervan en pc uiteraard. Verder wordt er nog gebruik gemaakt van de iPod en er was zelfs een enkeling die nog zweert bij de cassettes. Of zoals de Fixkes over ‘diene goeien ouwen tijd’ zingen: “er waren geen cd’s, geen mp3’s, alleen mor wa cassetjes.”³³

De producers zijn bovendien goed vertegenwoordigd binnen deze onderzoeksgroep. Van de totale onderzoeksgroep blijkt 60% zich op een of andere manier bezig te houden met muziekproductie.

4.2.2.2 Muziekproductie

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Muziekproductie neen	55%	42%	30%	24%	40%
Ja	45%	58%	70%	76%	60%

Tabel 20: Muziekproductie (p=0,00) (n=1481)

³³ Songtekst uit ‘Kvraagetaan’ van de Fixkes.

Hoeveel er zich uitsluitend met muziekproductie bezighouden werd niet specifiek bevraagd, maar aan de hand van de vrije invulvelden kon letterlijk afgelezen worden dat er veel dj's zijn die niet produceren, evenals er veel producers die niet dj'en. De data tonen wel duidelijk aan dat er een positief verband bestaat tussen muziekproductie en categorie ($p < 0,05$) (Tabel 20). Waar van de beginners 45% met muziekproductie bezig is, gaat het in sterk stijgende lijn tot bij de professionals waar het al oploopt tot 75%. Dat verband kwam ook in de interviews naar voren, meestal in functie van dj's die hun carrière vervolledigen met muziekproductie. Het blijkt trouwens dé manier bij uitstek om echt in the picture te komen en naam te maken. Door goede eigen producties kom je positief onder de aandacht en openen er zich nieuwe deuren. Voor vele dj's is het dan ook de uitgelezen manier om de stap naar een full-time professionele carrière te zetten. Omgekeerd is het ook zo dat het voor producers een belangrijke stap kan betekenen om te gaan dj'en, indien ze dat nog niet deden. Die stap blijkt echter iets minder evident te zijn.

“Een dj wéét hoe een goeie dansplaat gemaakt wordt, dus ze weten hoe een plaat moet klinken, dus ze kunnen ze beter zelf maken.(...)Van producer naar dj heeft meer te maken met de vraag van het publiek.” (Nadiem)

Dat de tweede stap iets minder evident is werd niet enkel tijdens de interviews gezegd, ook data ondersteunde dit. Daaruit bleek immers dat er meer (initiële) dj's na verloop van tijd ook gaan produceren, dan dat (initiële) producers later ook gaan dj'en. De stap van producer naar dj wordt door sommigen vooral gezet om iets makkelijker aan optredens te geraken of beter verkoopbaar te zijn en beter in de markt te liggen. Lives zijn in vele gevallen immers veel duurder en omslachtiger dan een gewone dj-set. Een typisch Vlaams voorbeeld van een producer die nu overal geboekt wordt als dj is Buscemi. Het fenomeen doet zich ook voor op internationaal vlak waar soms de platenmaatschappijen of managers hun producers die eigenlijk geen dj's zijn toch dj-sets laten spelen op allerlei locaties. Jimmy De Wit krijgt daar naar eigen zeggen alvast 'stenen kloten' van. Hij vindt het een gebrek aan respect als producers opeens beginnen te dj'en omdat ze een hitje gescoord hebben. “Ze halen het imago en de kwaliteit naar beneden. De omgekeerde richting is veel logischer.” Als voorbeeld gaf hij onder andere nog Mylo. In een online artikel ontkent Mylo dit om verschillende redenen, maar geeft hij inderdaad wel toe dat: “My life has been back to front. Most dj's are dj's first and then move on to record an album and become an artist in their own right.”³⁴

³⁴ Gelezen op http://www.djvibe.com/news/news_details.php?topicid=265, 26/06/07

Het gebeurt niet enkel met producers, maar ook met andere bekende gezichten en bands. Toevallig stond er ook in dat zelfde artikel: “Mylo is welcome to his revenge of the computer nerds fantasy. Everyone else, it seems, wants to be a dj these days.” Deze laatste leuze komt men wel vaker tegen, net zoals je steeds vaker bijvoorbeeld een band tegenkomt die een dj-set uit haar mouw schudt. Ook Ben wees hierop. Enkele bandmembers kunnen uiteraard ook dj zijn, maar het kan evengoed zijn dat ze dat het er zomaar eventjes bijnemen. De ‘echte’ dj’s vinden dat hun vak op die manier respectloos behandeld wordt. Het voorbeeld van Kelly Pfaff achter de decks werd in dit verband in meerdere interviews aangehaald. Het spel van vraag en aanbod speelt een grote rol. Als de mensen het willen en ervoor betalen zullen ze het krijgen. Bovendien gaat het om grote bedragen. Het bedrag dat Kelly Pffaf voor haar dj-set vraagt is maar liefst € 900, exclusief BTW, voor amper 60 minuten.³⁵ In de voetnoot vind je de website die dit publiceert en waarop bovendien een aantal andere (bekende) namen staan met de bijhorende prijzen voor hun dj-set. U vraagt wij draaien?

Afgezien van het feit dat verschillende producers en sommige bekende gezichten, al dan niet met goede bedoelingen, overal opduiken als dj, zijn er ook meer en meer dj’s die beginnen te produceren. Zoals vermeld is het een iets logischere stap. Sommige van hen zie je echter ook te pas en te onpas opduiken met een live set. Soms lijkt het een verplichting om ook met live sets naar buiten te komen van zodra je eigen producties hebt. Roel Vergauwen gaf aan dat het immers de afzetmarkt verbreed en zodoende de marktwaarde verhoogt (Vergauwen, 2007). Van sommige lives kan je je afvragen wat er uiteindelijk nog live aan is. Maar dat gevoel kan je even goed hebben bij bekende producers, soms zelfs bands, die live spelen. Wat laten ze lopen? Wat doen ze live? Wat doen ze zelf? Veelal is het niet geweten. Stellen zij op die manier een beetje het metier van de ‘echte’ producers of live-artiesten in een minder goed daglicht? Roel Vergauwen gaf aan dat het ook een manier is om zich te onderscheiden in de massa en dat zij die het enkel doen omdat ze zich verplicht voelen er wel uitgefilterd zullen worden. In alle gesprekken kwam telkens duidelijk naar voor dat de uiteindelijke of de ‘ultieme carrière move’ voor dj’s de combinatie van beide is. Meer dan voor producers. Het vergroot hun markt en marktwaarde, het verhoogt de exposure, het boost de naambekendheid en het vergaart in het beste geval ook internationale aandacht. Dat alles zorgt opnieuw voor meer boekingen, waardoor alle voorgaande factoren nogmaals gestuwd worden. Een beetje een positieve spiraal zeg maar. Verderop wordt dit gegeven trouwens bewezen aan de hand

³⁵ Gelezen op <http://www.capiau-projects.com/cp/artists/prijslijst.asp?id=435> (12/07/07)

van data die uitwijzen dat dit werkelijk ook een van de belangrijkste doelstellingen en ambities van onze respondenten is (Hoofdstuk 5). Tomaz gaf aan dat het geruime tijd a.h.w. moest om als dj je eigen platen uit te brengen. Samenvattend zegt hij dat het enerzijds een tool is om boekingen te boosten, anderzijds om met een live act onder de aandacht te kunnen komen. (Tomaz, 2007) Het blijft steeds een eigen weg kiezen. Immers, er zijn uiteraard vele dj's of producers die inderdaad doen waar ze goed in zijn en zich niet op het andere terrein begeven, en daar bovendien zeer succesvol in blijken te zijn. Van de geïnterviewden hebben de populaire Ed & Kim (Edwin Korver en Kim Mathijs) bijvoorbeeld geen eigen producties. Ook de ervaren Spacid of Yves Dubouvry komt niet met eigen nummers naar buiten. Het is vooral de manier waarop je het doet die telt, wat je uiteindelijk doet is daar ondergeschikt aan.

Vervolgens is het ook interessant te zien in welke mate onze producers ook daadwerkelijk met hun muziek naar buiten komen, en via welke kanalen of muziekdragers ze dat doen. De resultaten hiervan vind je in onderstaande tabellen (Tabel 21 en 22). De percentages in de tabel zijn gebaseerd op de respondenten die te kennen gaven met muziekproductie bezig te zijn (n=891), dus niet op de totale onderzoeksgroep.

4.2.2.3 Beschikbaar stellen producties

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Producties beschikbaar	neen	70%	57%	47%	30%	53%
	ja	30%	44%	53%	70%	47%

Tabel 21: Producties beschikbaar gemaakt, per categorie (p=0,00 en Cramer's V=0,211) (n=891)

Op de vraag of de hun muziekproducties ook op een of andere manier reeds uitgebracht of beschikbaar gemaakt waren aan het brede publiek, antwoordde iets minder dan helft positief. Ook hier valt weer diezelfde duidelijke trend waar te nemen die statistisch ondersteund wordt (p=0,00 en Cramer's V=0,211). De trend gaat in recht lijn omhoog van 30% bij de beginners tot 70% bij de professionelen. Aan de respondenten die hier ja invulden (n=471) werd vervolgens gevraagd op welke manier hun muziek publiek gemaakt werd.

	Beginner	Gevorderde	Semi-pro	Pro	Totaal
Op vinyl	0%	10%	22%	58%	20%
Op CD	5%	24%	43%	73%	36%
Op downloadsites	13%	31%	41%	66%	38%
Op eigen website en/of myspace	84%	75%	69%	68%	73%
Op andere websites en/of fora	45%	48%	39%	44%	44%

Tabel 22: Drager of medium waarmee producties beschikbaar worden gesteld (p=0,00) (n=471)

Het meest in trek om de eigen werken beschikbaar te maken aan het brede publiek blijken de eigen website en/of myspace. Met 73% steekt die fel boven de andere uit. De beginners maken er iets meer gebruik van. Het daalt wat naar de profs toe. Dat de profs iets minder internetbedreven zijn dan de nieuwe generatie werd al aangehaald. Het blijkt nu ook in zekere mate uit dit item, maar wordt hier tegelijk tegengesproken. Immers, andere websites en/of fora, dat het volgende meest gebruikte medium is (44%), toont geen duidelijk verschil meer. En op derde plaats komen de downloadsites (38%), waarbij zich al de volledig omgekeerde trend voordoet. Waar twee derde (66%) van de profs hier gebruik van maken is dat nog amper 13% van de beginners. Welke verklaring hiervoor gevonden kan worden is niet helemaal duidelijk. Een waarschijnlijke verklaring is dat ze in het begin voldoende hebben aan de andere manieren en ze pas meer en meer met downloadsites beginnen te werken naarmate ze evolueren en de professionaliteit toeneemt. In elk geval blijkt het internet het medium bij uitstek te zijn, dat is duidelijk en wordt nog maar eens bewezen.

Bij de overige twee items doet zich tenslotte dezelfde trend voor. Vinyl scoort het minst goed, maar doet het al bij al nog niet zo slecht. Blijkbaar zijn er zelfs een aantal gevorderden die hun muziek reeds op vinyl weten te krijgen. Uit een gesprek met Nikolai Pascual bleek dat het voor vele producers nog steeds a.h.w. het ultieme doel is om je werk uiteindelijk op vinyl te krijgen. Dat en op compilaties verschijnen van bij voorkeur bekende artiesten of organisaties (clubs, party's, concepten,...), vormen voor velen nog steeds een soort kroon op het werk. Het valt ten slotte ook op dat bij de profs muziek uitbrengen op cd's de meest gebruikte manier is (73%). De cijfers liggen bij hen vrij dicht bij elkaar omdat veelal een combinatie wordt toegepast. Ze gaven in de interviews ook aan dat gebruik maken van alle mogelijke

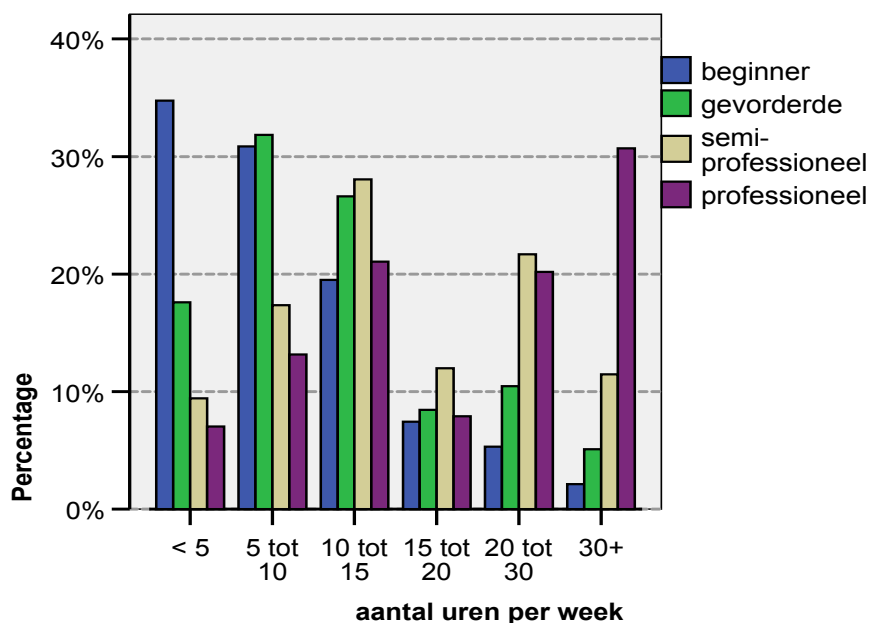
kanalen meer dan wenselijk is. Bovendien niet enkel voor de muziek, maar vooral ook voor de carrière. Dat wordt verderop duidelijk. Met Ben Roelants' woorden: "Alle kanalen benutten die je kunt benutten."

4.2.2.4 Tijd

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Gemiddeld aantal uren/week	8	11	16	22	13

Tabel 23: Gemiddeld aantal uren per week gespendeerd, per categorie (p=0,00) (n=1476)

Eén van de criteria uit de theorie zegt dat professionelen meer tijd zouden spenderen dan amateurs. Ook dit criterium klopt. De stijgende lijn is zeer duidelijk en het verschil is statistisch significant (p=0,00 en tau-b= 0,302). Net als bij het aantal jaren ervaring blijven de gemiddelden iets lager dan de gemiddelden bij de popmuzikanten. De vele nevenactiviteiten van dj's en producers zijn daar één van de verklaringen voor. Ondanks het sterke verband (Tabel 23) werd er ook enorme spreiding vastgesteld. Het verband zowel als de spreiding worden in de onderstaande grafiek weergegeven (Grafiek 12).



Grafiek 12: Gemiddeld aantal uren per week gespendeerd, per categorie (p=0,00) (n=1476)

Van bij de beginners die duidelijk oververtegenwoordigd zijn in de categorie van het laagste aantal uren, gaat het geleidelijk over de verschillende categorieën naar de professionelen die duidelijk oververtegenwoordigd zijn in de categorie van het hoogste aantal uren. Meer dan dertig uren per week wil ook zeggen dat je eigenlijk fulltime bezig bent met je vak. Daarom hebben we ook geen hogere categorie meer opgenomen. Uit de data blijken enkele eenzame gevorderden (2%) 40 of meer uren per week te spenderen aan hun activiteit. Bij de semi-profs is dat al 7% en bij de profs loopt dat zelfs op tot 20%. Onder deze laatste werd bovendien door 5,3% aangegeven er 50 uren per week mee bezig te zijn en door 4,4% 60 uren. Een enkeling onder hen gaf 70 uren op. Net zoals een paar enkelingen onder de semi-profs 50, 60 en 70 uren opgaven, tot zelfs eentje 100. Mogen we hopen dat ze niet op een burn-out afstevenen. Ook een aantal interviews wezen uit dat eens je er helemaal in verwickeld geraakt en je geen andere job hebt die er niets mee te maken heeft, je er eigenlijk voortdurend mee bezig bent.

4.2.2.5 Meer dan eens voor een publiek gestaan

We wilden ook te weten komen waar al die uren gespendeerd werden. Toch alvast de uren die ze voor een publiek spenderen. Daarom filterden we eerst diegenen eruit die een éénmalig toevallig publiekoptreden hadden gedaan.

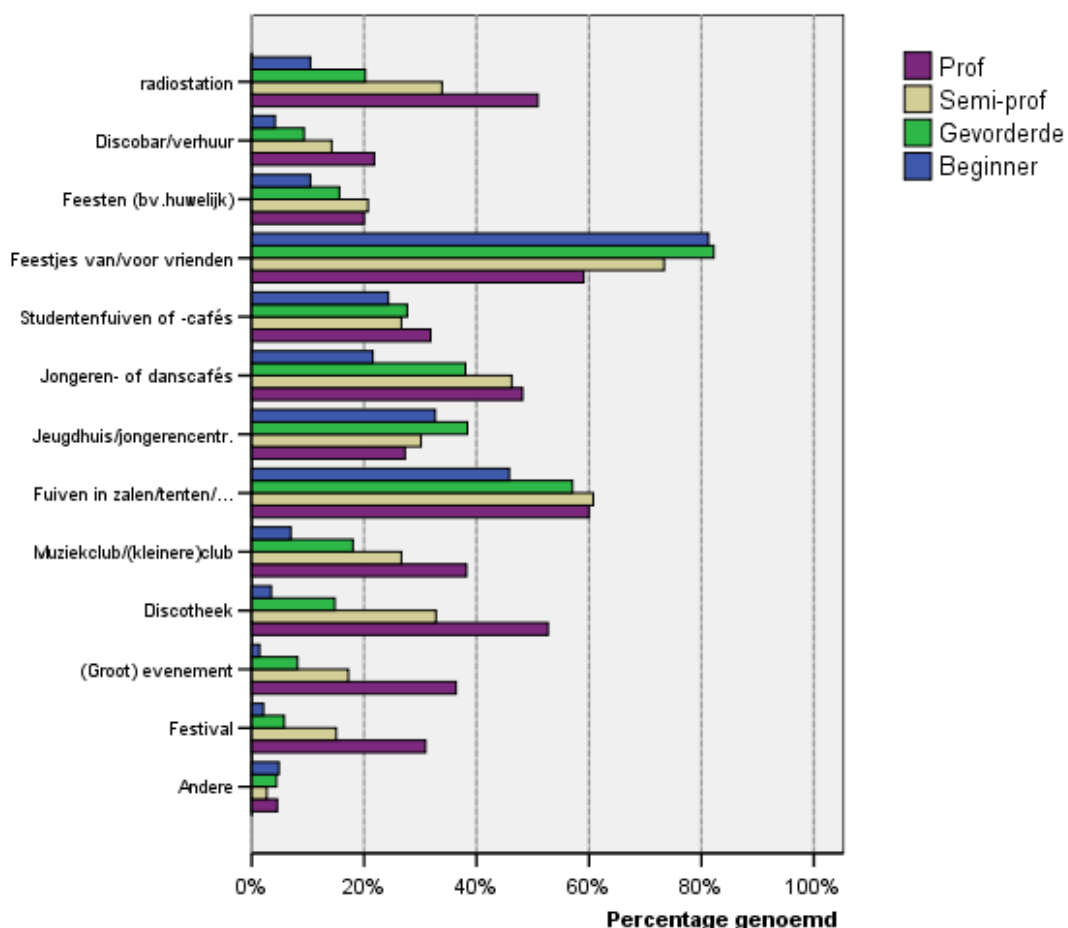
	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
> 1 keer opgetreden ja	51%	86%	94%	95%	82%
neen	49%	14%	6%	5%	18%

Tabel 24: Meer dan eens voor een publiek gestaan, per categoriek ($p=0,00$, Cramers' $V=0,404$) ($n=1481$)

Van onze totale onderzoeksgroep heeft meer dan 80 procent reeds meerdere malen een publiek getrotseerd (Tabel 24). We zien ook duidelijk het sterk statistisch significant verband met de groep waartoe ze behoren. Bij de beginners is het al ongeveer fifty-fifty en vanaf dan gaat het meteen steil omhoog tot 95% bij de profs. Het wijst op de aanwezigheid van dezelfde drang om (snel) voor een publiek te staan, zoals eerder vastgesteld werd. Aangezien net die

drang door vele geïnterviewden als noodzakelijk werd aanzien (vooral voor dj's), kan dit een geruststellende waarneming genoemd worden. Meerdere malen werd vermeld dat je het als dj in je moet hebben om een publiek te willen bekoren en muziek te laten horen, om een je obsessie voor muziek te willen uitschreeuwen en uiten naar een publiek toe dat er zich op kan uitleven. Die drang lijkt er dus inderdaad te zijn. Er moet ook rekening gehouden worden met het feit dat er een hoop respondenten tussen zitten die wel muziek maken, maar er daarom niet zelf mee op een podium staan. De cijfers komen m.a.w. positief over en getuigen van een gezonde 'drive' onder de respondenten. "Ge moet het vooral plezant vinden plaatjes op te leggen voor andere mensen, als ge da niet hebt mist ge den bal." (Jimmy De Wit)

4.2.2.6 Waar en aantal keer opgetreden de laatste zes maanden



Grafiek 13: Waar opgetreden de laatste zes maand, per categorie (p=0,00) (n=1245)

Aan de respondenten die te kennen gaven meer dan eens opgetreden te hebben, werden een aantal bijkomende zaken gevraagd. In eerste instantie wilden we opnieuw te weten komen op welke locaties of gelegenheden zij voor een publiek staan. Door gebruik te maken van dezelfde lijst als bij de vraag over waar ze voor de eerste keer een publiek trotseerde, beschikken we over een handige manier om de vergelijking te maken.

In tegenstelling tot de vraag over waar ze voor de eerste keer voor een publiek gestaan hadden, mochten ze op deze vraag meerdere antwoorden geven. Daarom liggen de percentages hoger. Desondanks lopen de trends opvallend gelijk (Grafiek 13). De gedoodverfde nummer één blijft feestjes van en/of voor vrienden met 75% van de totale onderzoeksgroep. Het vermindert wel naar de profs toe. Op de tweede plaats komen allerhande types van fuiven, met 56%. België is en blijft nu eenmaal een fuifland. Volgens de meeste geïnterviewde profs blijkt dit inderdaad te kloppen. De data tonen ook aan dat het percentage nog wat vermeerderd naar de profs toe. De vier categorieën geven trouwens allemaal deze top twee aan, ook de profs waarbij ze alle twee 60% scoren. Er is ook een duidelijk verschil. De beginners treden zeer veel (80%) op bij de feestjes, maar al een heel pak minder (45%) op fuiven. Op derde en de vierde plaats heeft zich een wissel voor gedaan ten opzichte van de plaats waar ze voor het eerst optraden. De jongerencafés en danscafés hebben de fakkel overgenomen van de jeugdhuizen en jongerencentra. We zouden hieruit kunnen afleiden dat de jeugdhuizen een iets belangrijkere introductiefunctie vormen en de jongeren- en danscafés een iets belangrijkere doorstromingsfunctie hebben. In elk geval is het duidelijk dat beide functies door beide items vervuld worden. Een niet onbelangrijke waarneming. Bovendien zien we dat naarmate men professioneler bezig is men op die locaties nog blijft optreden. Een enigszins negatieve trend bij de jeugdhuizen en jongerencentra (dus dalend naarmate stijgend in categorie) en een positieve trend bij de jongeren- en danscafés (dus stijgend naarmate stijgend in categorie) bevestigen de analyse i.v.m. hun introductiefunctie en doorstromingsfunctie. Dat jeugdhuizen en jongerencentra in sterkere mate fungeren als een springplank en de jongeren- en danscafés eerder als doorstroming, wordt hier aangetoond.

In onderstaande tabel geven we de cijfers en plaatsen we de items volgorde van belangrijkheid (Tabel 25)

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
feestjes van/voor vrienden	76%	80%	73%	57%	75%
allerhande fuiven	43%	56%	61%	58%	56%
jongeren-/danscafés	20%	37%	46%	46%	39%
jeugdhuizen/jongerencentra	31%	37%	30%	26%	33%
radio	17%	23%	35%	53%	29%
studentenfuiven/-cafés	23%	27%	27%	31%	27%
discotheek	3%	14%	33%	51%	22%
club/muziekclub	6%	18%	27%	37%	21%
feesten (trouw, ...)	10%	15%	21%	19%	17%
discobar	10%	12%	15%	23%	13%
evenement	1%	8%	17%	35%	12%
festival	2%	6%	15%	30%	10%
andere	5%	4%	3%	4%	4%

Tabel 25: Waar opgetreden de laatste zes maand, per categorie, gerangschikt (p=0,00) (n=1245)

Op de volgende (5^e) plaats komt radio te staan. Daar valt ook een heel duidelijke positieve trend vast te stellen. Van 17% bij de beginners stijl omhoog naar maar liefst 53% bij de professionals. Ook uit de interviews bleek dat vele profs met radio bezig zijn of waren. Dit wordt door hen dan ook als hét opstapje in hun carrière aangegeven. Kim Mathijs en Nadiem Shah zijn trouwens vaste Studio Brussel medewerkers geworden. Maar ook Tomaz is nog altijd actief betrokken bij het zeer populaire programma Switch (zie verder). Ook Jimmy De Wit bevestigde dat Studio Brussel hem het belangrijkste opstapje gaf. Het nationale radiostation Studio Brussel bewijst hiermee haar diensten. Maar de lokale zenders zijn daarom niet minder belangrijk. Zo heeft bijvoorbeeld Radio Scorpio in het Leuvense op dat vlak een vrij belangrijke rol. Radiowerk komt bij de professionals trouwens op de derde plaats te staan, nog voor discotheken.

Op een algemene zesde plaats staan de studentenfuiven en -cafés. En ook hier is een lichte positieve trend waar te nemen. Ook vele profs blijven dus optreden op studentikoze gelegenheden, meer zelfs dan op festivals bijvoorbeeld.

Discotheken en (muziek)clubs komen zeer dicht bij elkaar te liggen op de respectievelijk zesde en zevende plaats. Hierbij valt opnieuw dezelfde positieve trend waar te nemen. Van weinig beginners naar veel profs die er optreden. Bovendien zien we dat beginners en

gevorderden toch net iets meer hun weg vinden naar clubs en semi-profs en profs iets meer naar discotheken.

Ook in alle overige zaken valt de zelfde positieve trend waar te nemen. Dus hoe professioneler op hoe meer men eigenlijk zowat overal speelt. Vrij logisch. Toch is het interessant om vast te stellen dat ze werkelijk bijna overal (blijven) spelen.

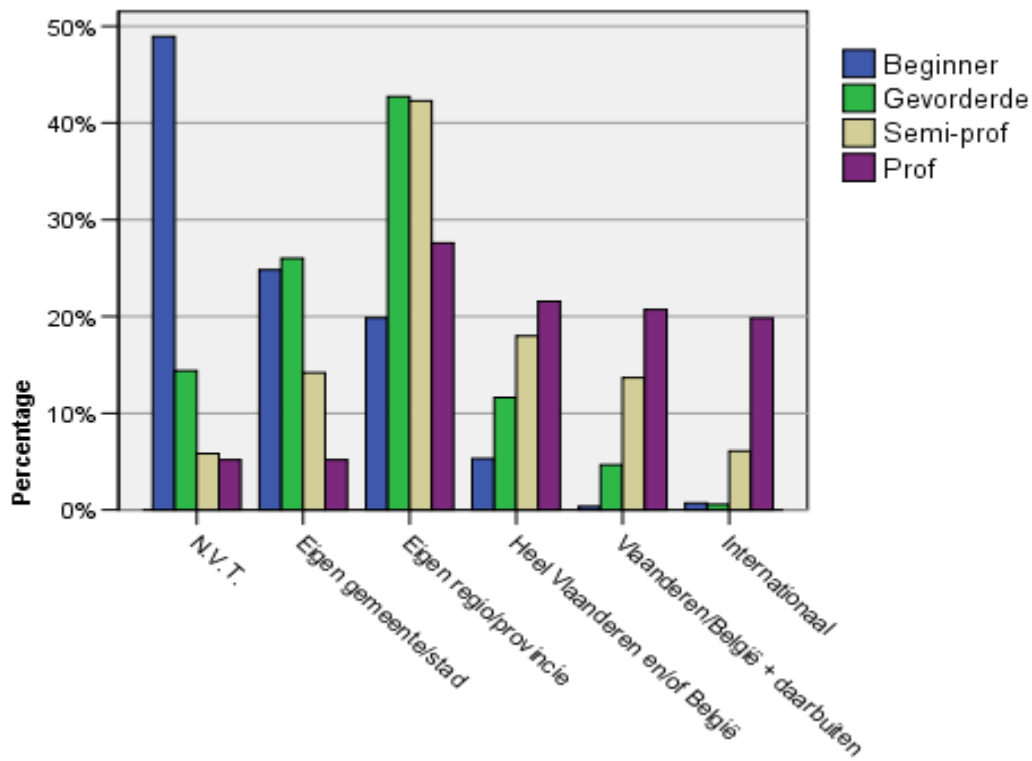
Vele locaties hebben een introductie-, springplank- en/of doorstromingsfunctie. Wanneer de trend bij hoog scorende locaties eerder negatief is (veel beginners en minder profs), dan betreft het vooral een introductie- en springplankfunctie. Het gaat overwegend om feestjes van/voor vrienden en de jeugdhuizen en jongerencentra. Waar de trend eerder positief is, gaat het meer om een doorstromingsfunctie. Dat zijn vooral de fuiven en de jongeren- en danscafés. De studentenfuiven en cafés liggen een beetje tussenin. Waar de trends zeer sterk positief zijn en beginners laag scoren hebben we te maken met een locatie waarnaar doorgestoten wordt naarmate men professioneler bezig is. Clubs, muziekclubs, discotheken, evenementen en festivals zijn hier duidelijke voorbeelden van. Ook de radiostations horen hier in zeker mate bij, hoewel men daar iets vlugger de weg naartoe vindt. Hiermee is meteen een schets gegeven van de richting of het traject dat afgelegd wordt aan de hand van de betrokken locaties en gelegenheden.

4.2.2.7 *Regio*

Binnen welke geografische grenzen dit alles ongeveer plaatsvindt, wordt hieronder weergegeven. Om geen vertekend beeld te geven werd gebruik gemaakt van de reële cijfers. Alle respondenten, ook zij die niet meer dan eens voor een publiek hebben gestaan, werden in de berekeningen opgenomen. Op die manier zijn de evoluties en verbanden duidelijker af te lezen en kunnen we de werkelijke mate van vertegenwoordiging per categorie per item bepalen.

Aangezien er in de antwoordmogelijkheden een orde zit, zijn de grafieken volgens deze orde de meest overzichtelijke manier van werken. Zo kan men immers in een oogopslag zien welke de grootordes, onderlinge verhoudingen en algemene trends zijn. Aan het begin van de orde komt telkens hetzelfde percentage, namelijk het percentage dat niet regelmatig optreedt en

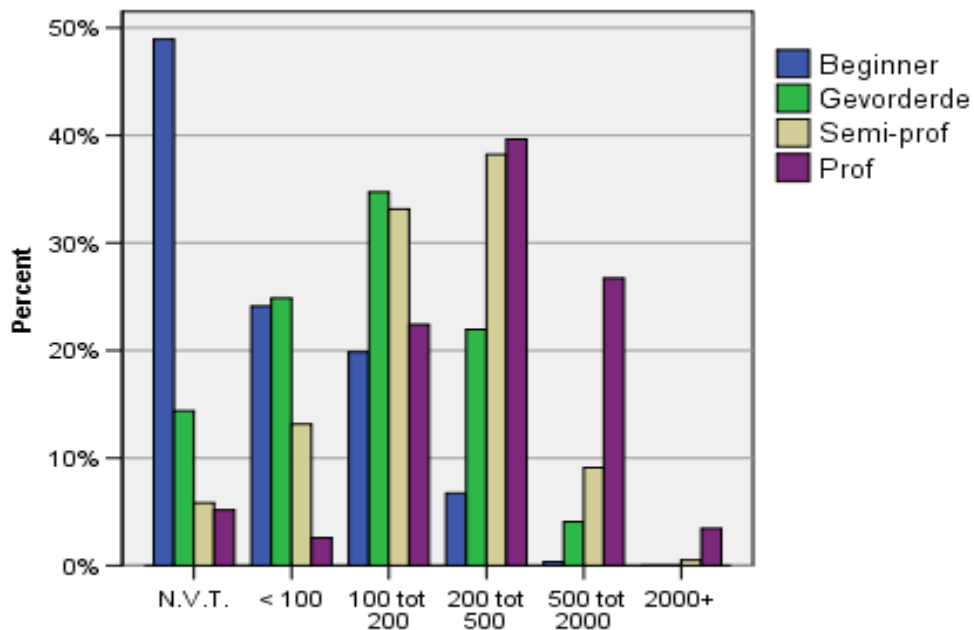
waarop de vragen dus niet van toepassing zijn (i.e. N.V.T). Dit geldt voor de volgende drie grafieken. De eerste grafiek zal alles duidelijk maken (Grafiek 14).



Grafiek 14: Geografisch actieterrain van de respondent, per categorie ($p=0,00$ en Cramers' $V=0,330$) ($n=1481$)

Het verband tussen het geografische actieterrain en de mate van professionaliteit is duidelijk afleesbaar en statistisch significant ($\alpha=0,00$ en Cramers' $V=0,330$). Profs zijn overal zeer goed vertegenwoordigd. Ze blijven niet enkel in eigen stad, maar de eigen regio of provincie kiezen ze toch het meest. Net als de gevorderden en de semi-profs. Bij beiden zie je dat ook weer stelselmatig afnemen (sterker bij de gevorderden dan bij de semi-profs). Dat weerspiegelt een logische evolutie. Ook een kleine 20% van de beginners beweert reeds voornamelijk in eigen regio of provincie te opereren.

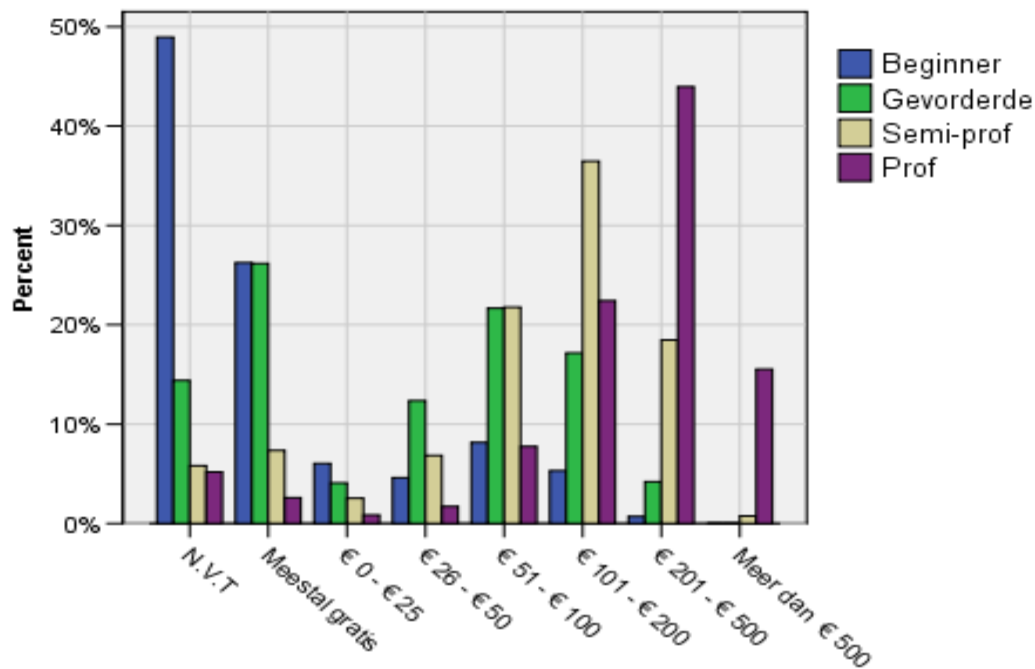
4.2.2.8 Gemiddelde publieksgrootte



Grafiek 15: Publieksgrootte, per categorie (p=0,00 en Cramers' V= 0,323) (n=1481)

Deze grafiek spreekt voor zich en het verband is statistisch significant. We zien dat de meeste profs vooral voor een publiek staan van 200 tot 500 man en bijna geen enkele staat op uitsluitend grote evenementen, noch op de allerkleinste. Ook hier beweert 20% van de beginners reeds vooral voor 100 tot 200 man te staan.

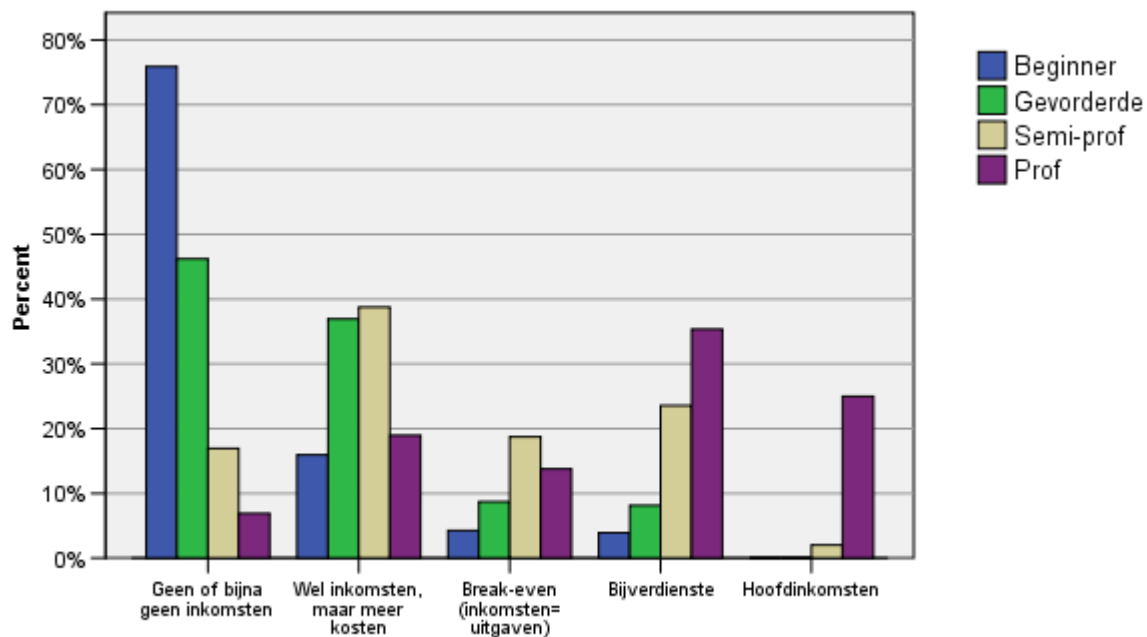
4.2.2.9 Gemiddelde vraagprijs voor een set



Grafiek 16: Gemiddelde vraagprijs voor een optreden, per categorie (p=0,00 en Cramers' V=0,432) (n=1481)

De grafiek spreekt opnieuw voor zich. Opvallend is wel dat een even groot percentage (26%) van de beginners als van de gevorderden meestal gratis optreedt. Bovendien is er nog steeds 7% van de semi-profs (48 personen) en 2,5 % van de profs (slechts 3 personen) die blijkbaar ook het merendeel van hun optredens gratis doen. Ze zijn weliswaar niet met velen, maar ze zijn er. Het steunt ook de algemene vaststelling dat de vraagprijzen vrij laag blijven op een kleine groep van profs na. Bijna de helft van profs werkt aan een tarief ergens tussen 200 en 500 euro. 15% blijkt meer te vragen dan 500 euro. Als we even terugblikken naar de prijzen die sommige bekende gezichten durven vragen voor een set, blijken die in schril contrast te staan met wat de meeste respondenten in werkelijkheid blijken te vragen. We kunnen stellen dat vooral de bekendere en goed in de markt liggende professionelen tot die 15% best betaalden behoren. Hoewel bij sommigen natuurlijk de vraag gesteld kan worden waarom ze zo bekend zijn en goed in de markt liggen. Dat is een discussie die we hier even ter zijde laten. Dat naambekendheid een enorm grote rol speelt bleek zowel uit de interviews als uit de data en wordt verderop besproken. Tomaz houdt er bijvoorbeeld een aangepaste prijzenpolitiek op na. Afhankelijk van locatie, soort evenement of organisatie vraagt hij een andere prijs.

4.2.2.10 Inkomsten



Grafiek 17: Inkomsten, per categorie ($p=0,00$ en Cramers' $V=0,373$) ($n=1481$)

Een andere manier om de zaken te benaderen is door het gaan kijken hoeveel inkomsten er gegeneerd worden met de activiteiten (Grafiek 17). Dat is ook weer één van de criteria die Hutchinson & Feist gebruiken. De profs zouden hun volledig inkomen eruit halen en de amateurs geen. Dit blijkt in grote lijn te kloppen, hoewel het ene extreem zeer veel voorkomt, en het andere heel weinig. Immers, 75% van de beginners blijkt (bijna) geen inkomsten te hebben en slechts 25% van de profs kan er werkelijk zijn hoofdinkomsten uithalen.

Van de totale onderzoeksgroep verdient slechts 16% iets aan zijn activiteiten. Zo'n 11% kan het break-even houden. Maar liefst 73% moet er aan toesteken of verdient er helemaal niets mee. Zoals we kunnen zien zijn het uiteraard vooral de niet-professionelen die er niet aan verdienen. Het verband ligt voor de hand. Ook statistisch is het een sterk significant verband ($p=0,00$ en Cramers' $V=0,502$). Niettemin zien we dat ook veel semi-profs én profs aan het eind van de rit niet aan hun activiteiten verdienen. Slechts de helft van de profs verdient er aan, 35% als bijverdienste, 25% als hoofdinkomst. Van de semi-profs verdient slechts 25% eraan, 23% als bijverdienste en 2% als hoofdinkomst.

Om stevig je boterham te verdienen hoef je er al niet aan te beginnen. Uiteraard zou dat ook helemaal niet de reden mogen zijn om eraan te beginnen. "Met het gedacht erin stappen om

geld te verdienen is verkeerd.” (Tomaz) Het is slechts enkelen gegund daadwerkelijk hun brood te verdienen met hun activiteiten als dj en/of producer. Van de 1481 respondenten zijn er slechts 201 die ermee bijverdienen en amper 37 die er hun hoofdkomsten van kunnen maken hebben. Niet allen Tomaz, maar bijna alle geïnterviewden wezen er op dat dit niet de reden mag zijn waarom je het doet, noch waarom je eraan begint, noch waarom je erin verder gaat. In welke mate geld een carrièrebepalende factor is en voor de respondenten een motivator of doelstelling is, komt in het volgende deel aan bod

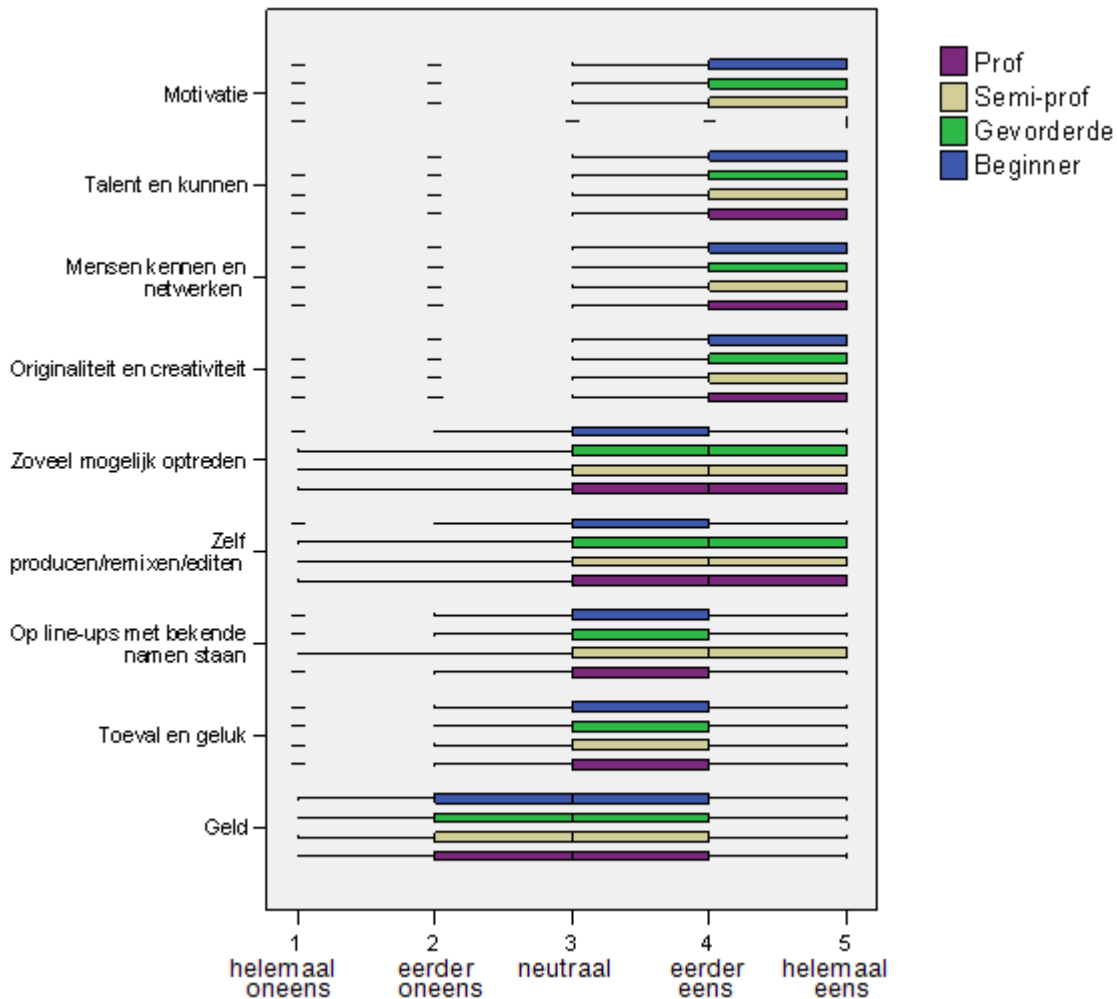
We hebben nu het volledige profiel zowel wat betreft muzikale achtergrond als effectieve muzikale activiteit doorlopen. We weten nu wat de verschillen zijn tussen de vier categorieën en wat elke fase kenmerkt, hoe het evolueert en onderling verband houdt. Het verloop van de carrièreontwikkeling is daarmee omschreven. De meeste criteria van de theorie van Hutchinson & Feist zijn hierbij aanbod gekomen en bleken grotendeels te kloppen. De vier categorieën werden hierop geanalyseerd zodat vastgesteld kon worden welke plaats op het continuüm met welke kenmerken elke fase inneemt. Nu kunnen we gaan kijken hoe de overgang tussen de verschillende fases tot stand komt. Wat ervoor zorgt dat men evolueert en vordert. Hoe dat gebeurt, waarom, wat daartoe gedaan wordt en welke zaken daar een sterke invloed op hebben. Op al deze vragen geven we in het volgende onderdeel een antwoord.

4.3 Carrièrebepalende factoren

We onderzochten welke de carrièrebepalende factoren zijn en hoe belangrijk die door de respondenten gevonden worden, welke manieren de respondenten vooral zelf toepassen en belangrijk achten om te evolueren, welke de onderliggende motivatie is, wat hun ambities, doelstellingen en verwachtingen zijn. En hoe ze in dit hele verhaal of traject ondersteuning en/of begeleiding krijgen en van wie. We beginnen met de belangrijkste factoren.

Na het literatuuronderzoek en overleg konden al een aantal factoren opgesomd worden die belangrijk zijn voor de carrière van onze dj's en producers. Hen werd telkens gevraagd in welke mate ze het ermee eens zijn dat dit een belangrijke factor is. We trachtten de bevraging te beperken tot de meest relevante en bruikbare factoren. Vooral dankzij het onderzoek van Koen Galle (Galle, 2005) was er redelijk snel een zicht op factoren die er werkelijk toe doen bij deze groep. Zowel op basis hiervan als a.d.h.v. andere bestaande onderzoeken rond popmuzikanten (De Boodt, 2006; Knol, 2005) werden tenslotte een aantal factoren uitgekozen en uitgewerkt. Deze moesten door de respondent beoordeeld worden op basis van een likertschaal met vijf opties tussen helemaal oneens en helemaal eens. Het middelste is neutraal. Het is dezelfde werkwijze als in het vorige hoofdstuk. Ook de analyses verlopen op dezelfde manier.

Aangezien het vooronderzoek een belangrijke filterfunctie had, werden de meeste factoren positief beoordeeld. Er zijn echter duidelijke verschillen tussen de scores op de factoren en tussen de categorieën onderling op te merken. Een volledige tabel met de resultaten voor alle factoren per antwoordmogelijkheid en per categorie is in bijlage opgenomen (Bijlage 8). Hier geven we meteen een boxplotgrafiek (Grafiek 18) die de resultaten zowel voor elke factor als voor de categorieën onderling visualiseert. De factoren worden ook meteen herschikt van best naar minst scorend.



Grafiek 18: Beoordeling carrièrebepalende factoren, per categorie, gerangschikt (n=1481)

In het geval de kleuren niet duidelijk overkomen is het enkel noodzakelijk te weten dat per item de bovenste lijn staat voor de beginners (blauw), eronder de gevorderden (groen), dan semi-profs (beige) en onderaan de profs (paars).

We stellen vast dat, zoals eerder vermeld, men het algemeen beschouwd met alle factoren eens is. Behalve de factor geld. Daar is de algemene opvatting vrij neutraal over. Dat is zo bij alle vier de subgroepen. Analoog hiermee zagen we dat geld niet de reden was om eraan te beginnen. De hoogste score gaat naar motivatie. In totaal is 95% het daar mee eens (eerder eens 25% en helemaal eens 70%). Dat is een zeer hoge score en dus duidelijk van primair belang om stappen te ondernemen in de loopbaan. Bovendien tonen de cijfers ons dat de professionelen hier nog het sterkst van overtuigd zijn. Wat het belang ervan accentueert.

Vervolgens zijn mensen kennen, netwerken, talent en kunnen, met een gelijkaardige score van ongeveer 90% (eerder eens 30% en helemaal eens 60%) de belangrijkste factoren. Ook hier blijken de professionelen een tikkeltje meer overtuigd.

We hadden het reeds over dat enorme belang van netwerken en contacten. De resultaten bevestigen dat nu. Het blijkt net niet belangrijker dan motivatie, talent en kunnen, maar met een score van maar liefst 90% hoort het bij de top 3 van belangrijkste factoren in de carrière. Ook alle interviews wezen telkens uit dat de juiste mensen kennen, je door de juiste mensen laten omringen en begeleiden, contacten leggen en netwerken maken binnen dit vak een enorm belangrijke rol spelen. Netwerken heeft trouwens twee betekenissen, één als meervoud van het zelfstandig naamwoord netwerk en één als infinitief van het werkwoord. Beide zijn 100% van toepassing in deze sector. ‘Networking’ vormt een essentieel onderdeel binnen de carrièreontwikkeling.

Uit de resultaten komt vervolgens originaliteit en creativiteit met eveneens ongeveer 90% van de totaalscore, maar iets minder uitgesproken. Dit bleek ook uit de interviews. Er werd immers op gewezen dat het noodzakelijk is op te vallen, eruit te springen, dat staat rechtstreeks in verband met originaliteit en creativiteit. Zonder dit alles ga je immers op in de massa en zou je niet opvallen. “Doen waarin je gelooft en niet naar de rest zien. Doe uw eigen ding. Niet de vijfhonderdenééduizendste zijn!” (Vergauwen, 2007) “Als je er voor wil gaan, sta er achter. Don’t be a copy cat. Doe uw ding. Zonder na-apen er durven voor gaan! U smijten.” (Tomaz, 2007)

Met een algemene score van 70% (eerder eens 40% en helemaal eens 29%) staat zoveel mogelijk optreden op de vijfde plaats. En wederom kwamen een aantal geïnterviewden hier ook mee aandragen. Veel optreden, veel doen, veel draaien en het goed doen uiteraard. Kim wees ook op de rechtstreekse link met networking, want zo komt je inderdaad veel (en belangrijke) mensen tegen, leg je contacten, leer je het wereldje kennen. Dat laatste is immers een werk van lange adem, zoals Jimmy De Wit aangaf. “Heel het spel meespelen, bookers, distributiekanaal, heel het systeem leren kennen, wie kent wie, het duurt lang en het is een leercurve die je pas doorloopt door het echt te doen, je moet in het netwerk geraken, door veel te doen, er veel te passeren.” (De Wit, 2007)

Ook iets minder overtuigend, maar zeker nog steeds van groot belang, is zelf produceren/remixen/editen (wat logisch is voor producers, maar vooral voor dj's een belangrijke factor blijkt te zijn). Ook hiervan is men meer overtuigd naarmate men professioneler is. Dit wordt tevens ondersteund door het kwalitatief onderzoek waarbij ongeveer alle geïnterviewden aangaven dat dit een heel belangrijke stap is in de carrière. Vooral op een moment dat men reeds verschillende watertjes doorzwommen heeft en men zich in een vrij geavanceerde carrièresituatie bevindt. Het werd m.a.w. vooral aangegeven als 'ultieme carrièremove' voor dj's, maar niet als hoogstnoodzakelijk over de hele lijn. Vandaar ook de zesde plaats, een score die deze bevindingen ondersteunt.

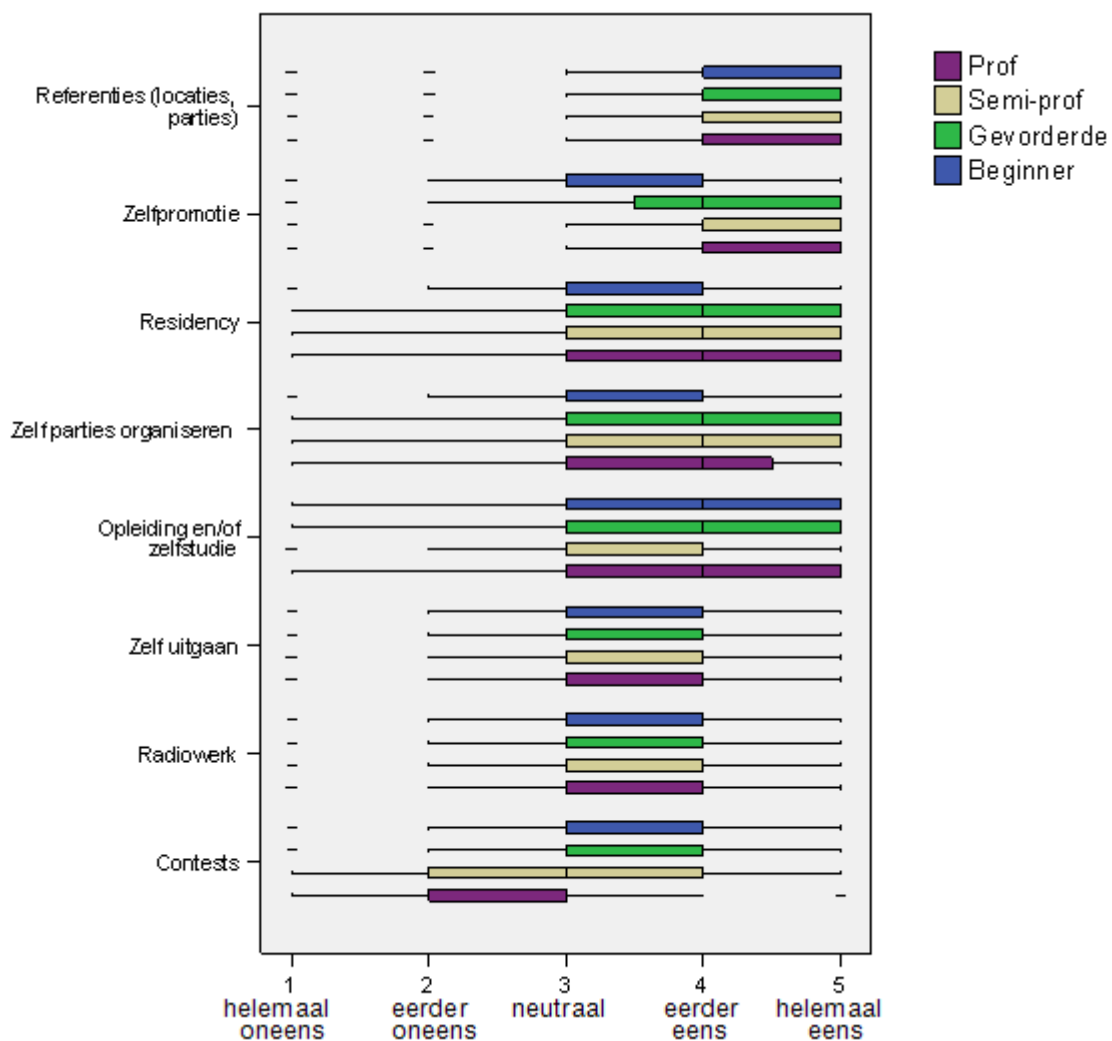
Vervolgens zijn er de items waarvan de algemene score nog steeds rond 60% (eerder eens 40% en helemaal eens 20%) lag. M.a.w. ook op line-ups met bekende namen staan, toeval en geluk worden als belangrijk aanschouwd. Het eerste kwam minder aanbod bij de interviews, maar dat geluk hebben er bij komt kijken werd ook door de geïnterviewden aangehaald. Zo had Tomaz had het over een 'lucky shot' en Jimmy De Wit over een meevaller en 'hoere sjans', maar dit telkens in een context die ervan uitgaat dat al de rest aanwezig is, dat aan de noodzakelijke elementen voldaan wordt en de persoon in kwestie zich volledig geeft en ervoor gaat.

Als laatste factor komt geld. Hierover zijn de meeste neutraal. Geld is dus niet echt noodzakelijk om stappen te kunnen zetten in de carrière. We komen hier verder nog op terug.

4.4 Manieren om te evolueren

Op exact dezelfde manier als hierboven werd onderzocht welke manieren vooral toegepast en belangrijk geacht worden om te evolueren als dj en/of producer. Wegens het voorbereidende werk wijzen ook hier de resultaten uit dat men alle opgesomde manieren algemeen positief beoordeelt. Enkel wat betreft de contests viel er een eerder neutrale houding te bespeuren bij de semi-profs en zelfs een eerder negatieve bij de profs.

Ook dit maal stelen we het even grafisch voor in een boxplotgrafiek (Grafiek 19) die zowel de meest gegeven scores aanduidt per item, als de vergelijking tussen de groepen onderling visueel weergeeft. De blokjes geven aan waar de meerderheid (50%) van de antwoorden zich situeren. In bijlage kan je een tabel met alle scores per antwoordmogelijkheid en per categorie raadplegen (Bijlage 9).



Grafiek 19: Beoordeling manieren om te evolueren, per categorie, gerangschikt (n=1481)

We zien dat men unaniem op de eerste plaats gekozen heeft voor referenties naar bepaalde locaties of parties. Zo'n 85% van de totale groep was het hier mee eens. Bijna de helft koos immers voor eerder eens, en nog eens 35% schaarde zich achter helemaal eens. We zien ook dat de profs iets meer overtuigd zijn. In vergelijking met het item 'op line-ups met bekende namen staan' uit de vorige vraag, dat er minder goed scoorde, is dit een opvallend resultaat. Men vindt het dus minder belangrijk voor de loopbaan om op line-ups te staan tussen bekende namen, dan dat men achteraf kan verwijzen naar bepaalde parties of locaties waar men opgetreden heeft. Dat laatste blijkt de belangrijkste manier te zijn om te evolueren en aan de carrière te bouwen. Tussen bekende namen staan pronken wordt minder waardevol ingeschat. Het kan minder makkelijk ingezet worden. Tenzij in de biografie of dergelijke, maar ook die is minder vlot inzetbaar als promotietool. Referenties als locaties, bepaalde parties of concepten, labels of organisaties kunnen veel makkelijker gebruikt worden. Die worden meestal vermeld achter of onder de naam van de artiest op flyers, affiches of ander promotiemateriaal voor optredens. Vele artiesten, en organisatoren, doen op die manier aan promotie door te tonen waar hij gespeeld heeft, van welk land hij is of bij welke club, organisatie of label hij hoort. Echter, waar dit vroeger enkel toegepast werd voor de residenties of organisaties waar men werkelijk deel van uitmaakte, wordt dit alsmaar meer opgevuld met referenties die niet aan deze ongeschreven voorwaarde voldoen. Tomaz beschreef het als een promotietactiek die wat uit zijn voegen aan het barsten is en niet meer door iedereen op de juiste (of ethische correcte) manier toegepast wordt. Ook tijdens het interview met Nadiem Shah kwam dit ter sprake en werd er toevallig op dat moment een voorbeeld binnengebracht door Nadiems collega Luc Janssen. Hij kwam net even een nieuwe versie van een flyer tonen waarop onder andere Jan Van Biesen en Nadiem zelf werden geafficheerd. Ze hadden de organisatie immers moeten terugfluiten in verband met wanpraktijken wat betreft het gebruik van de referenties. Ongepaste en overdreven breed uitgesmeerde verwijzingen waren de reden voor dat terugfluiten. De nieuwe versie leek beter, maar was nog steeds op het randje. Bepaalde types organisaties, zeker wanneer die minder vertrouwd zijn met het dj-wereldje en dus ook met die praktijken, doen gewoon wat in hun ogen normaal lijkt en het beste is voor de verkoop van tickets en het lokken van publiek. Ook dj's die via Young Talent Corner op een evenement als Kozzmozz hebben kunnen spelen, springen daar soms wat roekeloos mee om. Ook bepaalde organisaties doen dat. Ze afficheren dan bijvoorbeeld bij de naam van de dj wel 'Kozzmozz' maar YTC komt er niet of in zeer kleine lettertjes achter. Het lijkt alsof hij resident van Kozzmozz-evenementen is. Wat dus niet klopt. Manu Ruts voegde hier wel aan toe dat voor sommige gasten die hier zonder schroom mee durven omspringen

net een mooie toekomst weggelegd kan zijn. Zij doen er tenminste iets mee en gebruiken het als tool om aan hun carrière en evolutie te bouwen. Zo heeft hij alvast weten opklimmen. Het misbruik wordt in zeker mate wel opgemerkt maar dat nemen ze erbij volgens hem. Hij die durft, brengt het verder. Het is een dubbeltje op zijn kant. Toch is voorzichtigheid de boodschap want de verkeerde persoon of organisaties voor het hoofd stoten is meestal ook niet wenselijk. Zeker niet wegens dat enorme belang van netwerken en contacten.

Na referenties komt zelfpromotie het beste uit de beoordeling. Door drie vierde (75%) van de totale onderzoeksgroep werd dit positief beoordeeld (eerder eens 31% en helemaal eens 44%). Er doet zich een duidelijke positieve en statistisch significante ($p < 0,05$) trend voor die zeer goed zichtbaar is op grafiek 19. Hoe professioneler hoe hoger men de waarde van zelfpromotie inschat als manier om te evolueren. Vandaar ook de nadruk op het nut ervan. Voor beginners die ervan uitgingen dat het na een tijdje allemaal wel van zelf zou komen kan dit een domper op hun feestvreugde zijn. Bij zelfpromotie draait het volgens Ben Roelants om alle kanalen te benutten die je kunt benutten. Zelfpromotie wordt verder besproken wanneer de promotiekanalen aan bod komen. Het is blijven knokken en ervoor gaan. Enkel de echte top of het beperkte groepje zeer bekende namen, komen in een vicieus cirkeltje terecht, zoals Manu Ruts het beschrijft. Het is velen echter niet gegund. Slechts sommigen komen op één of andere manier in dat groepje terecht dat veel gevraagd wordt en daardoor ook op veel affiches staat en bijgevolg ook weer meer gevraagd wordt en daardoor dus weer op meer affiches staat. Dat is de spiraalwerking waar Manu Ruts het over had. De vraag is natuurlijk: hoe kom je in die cirkel of in dat groepje terecht? Blijven knokken en er blijven voor gaan door liefst een gezonde combinatie van zoveel mogelijk factoren en manieren toe te passen en uit te bouwen.

De derde belangrijkste manier blijkt een bijna ex aequo te zijn tussen zelf parties organiseren (68%) en een residency hebben (69%). Het belang van zelf parties te organiseren kwam ook enorm naar voren tijdens de interviews. Ook op de grafiek zien we dat het belang ervan nog iets toeneemt bij de gevorderden en semi-profs. In elk geval kwam bij zo wat elk gesprek het nut van de eigen parties aan het licht. Velen hebben het zelf steevast toegepast. Manu Ruts stelde zelfs dat het voor hem een must was geweest. Ook later, in een meer gevorderd stadium, om positief in de spotlights komen te staan. Het is echter wel belangrijk dat hierover nagedacht wordt, het met de juiste motivatie gedaan wordt, en er voldoende aandacht aan besteed wordt. Onlangs wees onder andere Benny D'Hespeel, de man achter Partybus of

Travel2party³⁶, er op dat er eigenlijk te veel parties worden georganiseerd die niet met de nodige moeite en inzet op poten worden gezet. In een omgeving waarin het aanbod aan parties sowieso al enorm hoog, uitgebreid en kwaliteitsvol is, is dat eigenlijk niet wenselijk. Hij pleit voor de nodige voorzichtigheid en ‘bezint eer ge begint’. Want aan niet-geslaagde feestjes heeft niemand een boodschap, integendeel. Toch gaven zowat alle geïnterviewden aan dat dit een enorm belangrijke manier blijft om te evolueren.

Wat betreft de residency valt er opnieuw een positieve trend waar te nemen. Ook deze manier om te evolueren wordt hoog ingeschat. Enkele geïnterviewde profs maakten er wel een kanttekening bij. Manu vond dat een residency een keerzijde had. Het grote voordeel is dat je wekelijks of om de zoveel tijd in een vaste club of op een vaste locatie staat waardoor je telkens onder de aandacht komt en bovendien een vast publiek kunt opbouwen. Hierdoor kan de werklust en motivatie echter een beetje gaan liggen en kan je meer op je lauweren rusten. Door dat vaste publiek ga je ook iets minder op zoek naar vernieuwing en andere invloeden. Je kan dus a.h.w. ook in een soort negatieve spiraal terecht komen. Een residency is dus best belangrijk zijn maar er moet ook wat meegedaan worden. Men kan er zich best niet gewoon door laten meedrijven en al de rest laten vallen.

Vervolgens komt de factor opleiding en zelfstudie aanbod. Als vijfde belangrijkste item (59%) blijkt het dus vrij noodzakelijk te zijn jezelf op te leiden en te informeren. Een dj is trouwens altijd al iemand geweest die net op de zaken voor probeert te zijn en te anticiperen. Dat kan enkel door je voldoende te informeren en open te stellen voor nieuwe dingen en evoluties. “*But don’t be a copycat*” voegt Tomaz eraan toe. Want zoals later nog zal blijken informeren de meeste zich wel veel, maar heerst er net daardoor ook een vrij hoog ‘copycat’-gehalte of -gevaar onder een aantal dj’s. Ze informeren zich immers door vooral te kijken naar wat anderen doen, of niet doen, hoe ze het doen enzovoort. Bijvoorbeeld ook door playlists van bekende dj’s, magazines of clubs te gaan bekijken. Dat klakkeloos gaan overnemen is niet de meest vooruitstrevende houding. Eruit leren en dat combineren met andere informatie en opleiding is een betere optie. In ieder geval is combinatie van allerlei zaken, invloeden, informatie en/of educatie een goede optie. Net als de gezonde combinatie en uitbouw van verschillende carrièrefactoren en manieren om te evolueren dat zijn, zoals ook uit de meeste gesprekken bleek en verder aanbod zal komen.

³⁶ Reisorganisatie die alle elektronische muziek festivals en belangrijke evenementen aandoet. (Persoonlijk informeel gesprek, 12/5/07)

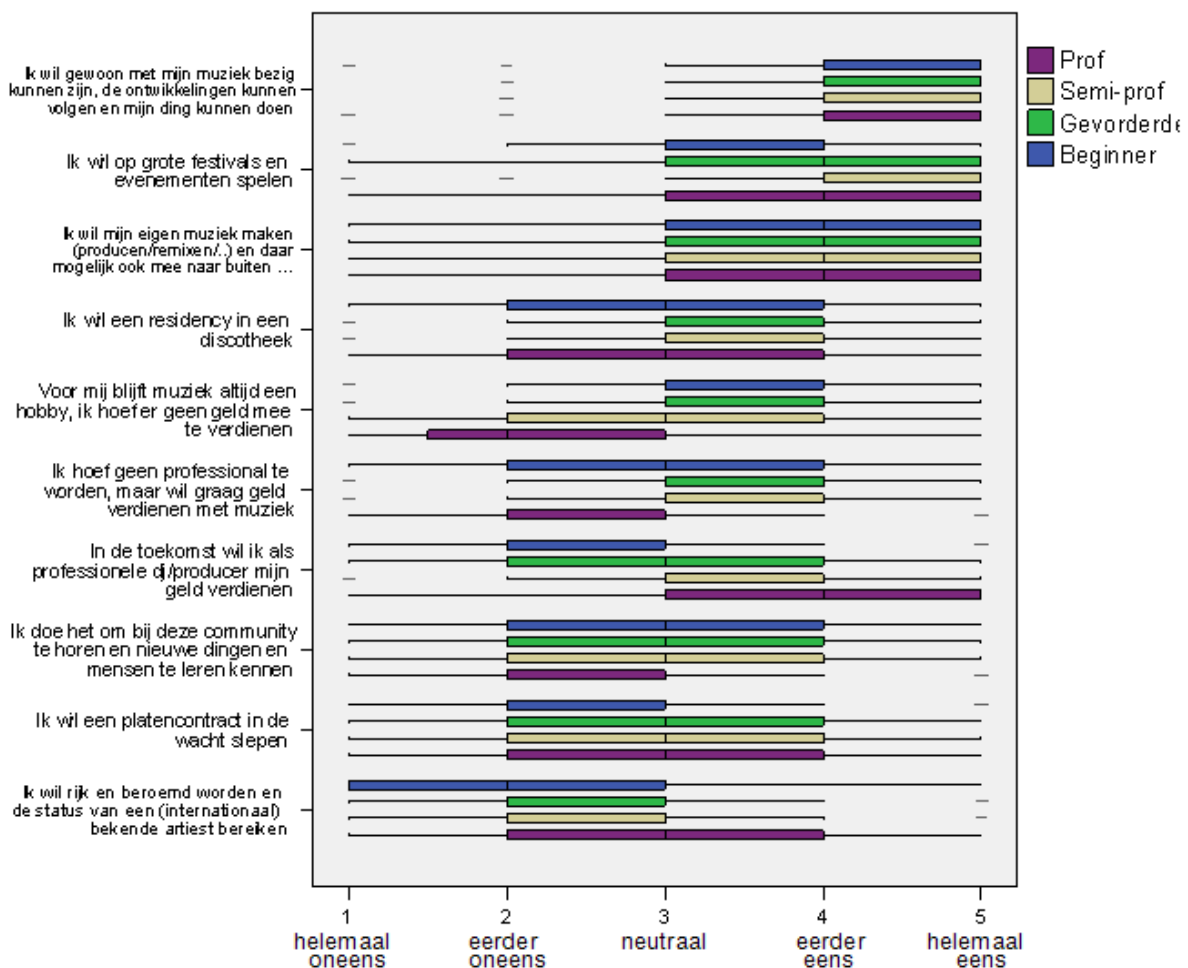
We zien ten slotte dat de volgende items iets meer naar de neutrale kant beginnen op te hellen. Voor zelf uitgaan staat dit licht in contrast met het feit dat dit dé manier bij uitstek bleek om ermee in contact te komen en ook bij de andere muzikale interesses er uit sprong. Toch blijft ook hier de meerderheid (58%) het belangrijk vinden. Tomaz gaf het alvast aan als het belangrijkste, waarbij hij toegaf dat zelf te hebben toegepast. De eigenlijke reden hiervoor was om contacten te leggen en aan networking te doen. Dat werd zonet uitvoerig besproken.

Iets minder belangrijk blijkt het radiowerk. Dat staat in schril contrast met de eerder besproken locaties of gelegenheden waar ze vooral voor een publiek komen te staan. Het belang van radio in de carrières van de geïnterviewden werd reeds duidelijk. Een aantal werken bij Studio Brussel (wat op zich ook de vaststelling bevestigt), maar bijvoorbeeld ook Jimmy De Wit bleef erbij dat voor hem en Discobar Galaxy hun Studio Brussel avontuur hen het meest vooruit heeft geholpen. Meer nog dan hun Rock Werchter avonturen. Wat wel opviel was dat respondenten die absoluut niks met radio te maken hebben gehad, er ook geen woord over repten. Dus voor zij die ermee te maken krijgen ‘along the way’ is het een vrij tot zeer belangrijke factor. Voor zij die het niet kruisen op hun pad speelt het ook niet echt een rol.

Wat de minst grote rol speelt, blijkt de dj-contest. De negatieve trend die zich hierbij voordoet, en die statistisch ook significant is ($p < 0,05$), werd reeds vermeld. In de interviews werd gezegd dat het contest gegeven niet altijd op een geheel juiste of doorzichtelijke manier gebeurt in deze sector. Vaak worden er geen deelnemers noch winnaars bekend gemaakt of heeft men de indruk dat er vriendjespolitiek mee gemoeid is. Deze opmerkingen werden tevens letterlijk ingevuld door de geënquêteerden bij de vraag over YTC waar ze suggesties of opmerkingen konden achterlaten. Dat komt verderop uitvoeriger aan bod. Hier blijkt alvast dat de appreciatie van contests wegebt naar de profs toe. Yves Dubouvry vond bijvoorbeeld dat er te weinig opvolging mee gepaard gaat. Je kan dan al eens iets winnen, maar dan ligt het volledig aan jezelf wat je ermee doet. De contest zelf is veelal een éénmalige speelkans die zich voordoet en waar voor de rest niks mee gebeurt. Als je dan zelf niet een uit de kluiten gewassen en gemotiveerd iemand bent die niet bij de pakken blijft zitten, gebeurt er ook niets meer mee. Eén van de raadgevingen die geïnterviewden formuleerden naar zowel de deelnemers als de inrichters is om er daadwerkelijk meer mee te doen dan dat, opvolging aan te geven, transparantie, exposure en visibiliteit eraan te koppelen. Dit alles en het ganse contest gegeven komt verderop nog uitvoeriger aanbod.

4.5 Verwachtingen, doelstellingen en ambitie (toekomstperspectief)

Aan de hand van enkele stellingen hebben we getracht te achterhalen welke de verwachtingen, doelstellingen en ambities van onze respondenten zijn. Er werden een aantal stellingen geformuleerd die van toepassing zijn op het dj en/of producerbestaan en waarop ze opnieuw aan de hand van de likertschaal konden antwoorden.



Grafiek 20: Beoordeling stellingen i.v.m. verwachtingen, doelstellingen en ambities, gerangschikt, per categorie (n=1481)

Blijkbaar gaan de meeste het sterkste akkoord (91%) met de stelling over muziek en willen ze dus vooral met hun muziek bezig kunnen zijn, de ontwikkelingen volgen en hun ding kunnen doen. Dat kwam al uitvoerig aanbod bij de voorgaande besprekingen en er werd door de geïnterviewden nadrukkelijk op gewezen. Dat dit daadwerkelijk de belangrijkste drijfveer is

kan een zeer positief resultaat genoemd worden en weerspiegelt een gezonde houding van onze doelgroep. Het onderzoek wijst echter uit dat dit ook een negatieve waarheid weerspiegelt die niet onder stoelen of banken gestoken mag worden. Ook hier hoort immers meteen een zeer belangrijke kanttekening bij. Eén die we ook al aanhaalden in vorige hoofdstukken waar ook in de interviews veel naar verwezen werd. Namelijk die van het publiek. Zoals we zagen is het nodig te beseffen dat er een publiek geëntertaint moet worden. M.a.w. niet enkel je eigen ding willen doen, maar beseffen dat je zowel ‘educator als ‘entertainer’ bent. Of anders gezegd, denken aan het publiek, zij zijn diegenen waarvoor je er staat, zij maken je prestaties waardevol, zij zorgen dat wat je doet ook betekenis heeft. Zonder publiek geen artiest. “Sommige jonge dj’s willen te veel hun eigen ding doen. Ge moet voor een publiek willen spelen en willen dat ze meegaan. Zeker op kleine dingen. Ge zijt uiteindelijk nog altijd die ket die de plaatjes draait. Ge moet de vibe pakken. Het volk lezen.” (De Wit, 2007)

Hierna gaf hij het voorbeeld van een kleinere fuif ergens in het Leuvense waar hij moest gaan draaien. (Dat bewijst nog maar eens dat ook profs dit blijven doen.) Toen hij aankwam zag hij een paar jonge dj’s die zeer goed aan het draaien waren en veel talent tentoon spreidden, maar het publiek niet mee hadden. Bovendien leek het alsof hen dat ook niet echt deerde. Een dergelijke situatie vindt hij verkeerd. Een dergelijke situatie is de keerzijde van de medaille bij het feit dat men de stelling ‘ik wil vooral met mijn muziek bezig zijn’ zo eensgezind positief heeft beantwoord. Als we de cijfers nader bekijken kunnen we effectief een lichtjes negatieve trend vaststellen. De beginners zijn het hier bijna allemaal over eens (92%). Ook bij de profs is het nog steeds de belangrijkste doelstelling (79%), maar ze leggen er dus al wat meer die nuance in. “Doe het voor uw publiek, niet puur voor jezelf” (Shah, 2007)

Op een algemene tweede plaats komt ‘Ik wil op grote festivals en evenementen spelen’. Dat wijst op grote ambities en stevige doelstellingen. We stellen vast dat die grote ambitie er minder is bij de beginners waarna het sterk toeneemt om zich vooral bij de semi-profs te manifesteren. Waarschijnlijk om de simpele reden dat naarmate men het verder schopt, die grotere gelegenheden ook telkens duidelijker in het vizier komen te staan.

Op een bijna gelijke score komt het maken van eigen muziek (producen/remixen/...) en daar ook mee naar buiten willen komen. Dit ondersteunt het eerder besproken item ‘zelf muziek maken’ als carrièrebepalende factor met de bijhorende uitleg. Het is alvast positief vast dat dit ook werkelijk leeft onder de doelgroep en dat zij reeds van bij de beginners zich daar ook

bewust van zijn. Het valt wel op dat er ook hier een sterk positieve trend aanwezig is van beginners naar professionelen, die daar duidelijk meer van overtuigd en mee bezig zijn ($p < 0,05$). Niet verwonderlijk kwam het ook in elk interview ter sprake op deze manier. Hier werd reeds uitvoerig op ingegaan.

Het vierde bestscorende is een 'residency willen hebben in een discotheek'. Vooral de gevorderden (46%) en de semi-profs (50%) blijken zich daar mee bezig te houden. Hoewel het ook voor de profs (43%) vrij belangrijk blijft. Zoals eerder vermeld schuilt er bij die residency een addertje onder het gras i.v.m. het laten begaan en op de lauweren berusten. Een residency veroveren is ook niet zo evident meer als vroeger, waar Tomaz extra op wees, en het blijkt ook iets minder belangrijk te zijn in de huidige scène. Dat wijst deze score ook uit die tenslotte toch toont dat het merendeel het min of meer in het midden houdt en het zich niet meteen als belangrijkste doestelling stelt.

De volgende drie stellingen zijn zeer aan elkaar gewaagd en betrekken er toevallig ook alle drie de factor geld bij. De eerste stelling beschouwt muziek als een hobby en er hoeft dan ook geen geld mee verdiend te worden. Waar beginners en gevorderden het hier vooral nog mee eens zijn, daalt dit naar de professionals die er eerder niet mee eens zijn. Wat we hieruit leren is dat vele beginners en gevorderden het inderdaad zo zien en niet kost wat kost verder hoeven dan dat. Zolang ze maar met hun muziek bezig kunnen zijn.

De volgende stelling 'Ik hoef geen professional te worden, maar wil graag geld verdienen met muziek', werd door de meeste professionals logischerwijze iets neutraler tot oneens beantwoord, aangezien ze uiteraard reeds prof zijn. De bedoeling ervan was echter vooral te achterhalen wat er leefde bij de andere groepen. We zien dat zij hier neutraal tot eerder eens zijn. Dus het lijkt de meeste minder belangrijk om door te groeien tot prof dan er eventueel wat geld mee te kunnen verdienen. Geld primeert licht op carrière.

De stelling daarna die zowel 'het professioneel worden' als 'het geld verdienen' voorop stelt, wordt minder positief onthaald vooral door de beginners en gevorderden. Er zit wel duidelijk een positieve trend in. Waar de beginners het er eerder niet mee eens zijn gaat het over neutraal bij de gevorderden naar eerder eens bij de semi-profs en duidelijk eens bij de profs. Dus naarmate men vordert stelt men zich ook meer en meer de ambitie om er een professionele bezigheid van te maken die geld moet opbrengen. Het is wel pas vanaf de semi-

profs dat zich dit werkelijk begint te manifesteren. Wat hier ook mee aangetoond wordt is dat velen er alvast niet met de intentie instappen om er meteen geld mee te gaan verdienen, noch om meteen prof te worden.

‘Ik doe het om bij deze community te horen en nieuwe dingen en mensen te leren kennen’, wordt algemeen neutraal beantwoord. Profs neigen iets negatiever te staan, de beginners daarentegen lijken iets meer eens. Dus waar het in beginsel nog iets meer gedaan wordt om deze reden, ebt die geleidelijk aan weg en maakt ze minder deel uit van de ambities.

Bij ‘Ik wil een platencontract in de wacht slepen’ doet zich het omgekeerde voor. Wat vrij logisch is. Net als bij grote festivals en evenementen komt dit steeds meer in het vizier naarmate men professioneler bezig is. Echter, ook 20% van de professionals waren het hier helemaal oneens mee. Dat cijfer springt er uit en staat in schril contrast met de positieve trend die waar te nemen valt. Een verklaring hiervoor kan gezocht worden in het feit dat het voor de meeste dus inderdaad ietsjes belangrijker wordt naarmate ze professioneler bezig zijn, maar dat een aantal profs zich daar totaal niets van aantrekt omdat ze hoogstwaarschijnlijk enkel als dj hun ding willen doen en simpelweg niet bezig zijn met produceren en dus geen muziek willen uitbrengen. Het is een kwestie van een eigen weg te kiezen. “Uw goesting blijven doen en doen waar ge u goed bij voelt. (...) Het doen voor u plezier en uw eigen evenwicht vinden”. (Mathijs, 2007)

De algemeen laagst scorende stelling was ‘Ik wil rijk en beroemd worden en de status van een (internationaal) bekende artiest bereiken’. De algemene score is neutraal tot eerder oneens. Vooral de beginners geven aan hier geen boodschap aan te hebben. De trend is echter positief. De gevorderden blijven iets neutraler, de semi-profs nog iets neutraler en de profs neigen al wat meer naar eens. Het is in elk geval het laagste scorende item en duidelijk niet van groot belang voor de meeste. Het is goed om weten dat vooral naar de beginners toe er eigenlijk zo goed als geen aandacht aan geschonken wordt. Iets waar aan getwijfeld en voor gevreesd werd. Wat nu dus weerlegd wordt. Van de 10 stellingen werd deze het slechtst onthaald. De eerder vernoemde situatie die zich rond de eeuwwisseling voordeed i.v.m. de plotse overload aan beginnende dj's waaronder een groot aantal het om verkeerde redenen als een gemakkelijke beroepskeuze opnamen, lijkt nu voorbij. Uit deze cijfers blijkt dat de golf terug gaan liggen is en men nu vooral de muziek zelf en ‘hun ding kunnen doen’ op de eerste plaats zet. Vooral bij de beginners blijkt geld minder een rol te spelen.

Dit in tegenstelling tot de beginnende of (amateur-)popmuzikant. De scriptie van Marlijn Knol (2006) over de (amateur-)popmuzikanten blokletterde immers als titel erg opvallend: “75% van de Vlaamse Popmuzikanten wil rijk en beroemd worden.” Van de dj’s en producers blijkt dat slechts 20% te zijn. De meeste popmuzikanten zijn daar dus wel degelijk mee bezig, de meeste dj’s en producers niet. Dat contrasteert ook met de idee, onder andere door Ralf Leesen geopperd, dat dj’s en producers eerder behoren tot het feestcircuit en dat met het feestcircuit meer geld gemoeid is. Op zich klopt dat wel. Het feestcircuit is voor een groot deel ook een commercieel circuit. Maar de muzikanten van het popcircuit, dat voor een groot deel een gesubsidieerd of niet-commercieel circuit is, doen het blijkbaar zelf wel meer voor het geld en de roem. In tegenstelling tot de dj’s en producers die net binnen het commerciëlere feestcircuit zouden vertoeven en het daar helemaal niet voor doen. Een omgekeerde wereld? Een logisch gevolg?

5 Ondersteuning en begeleiding

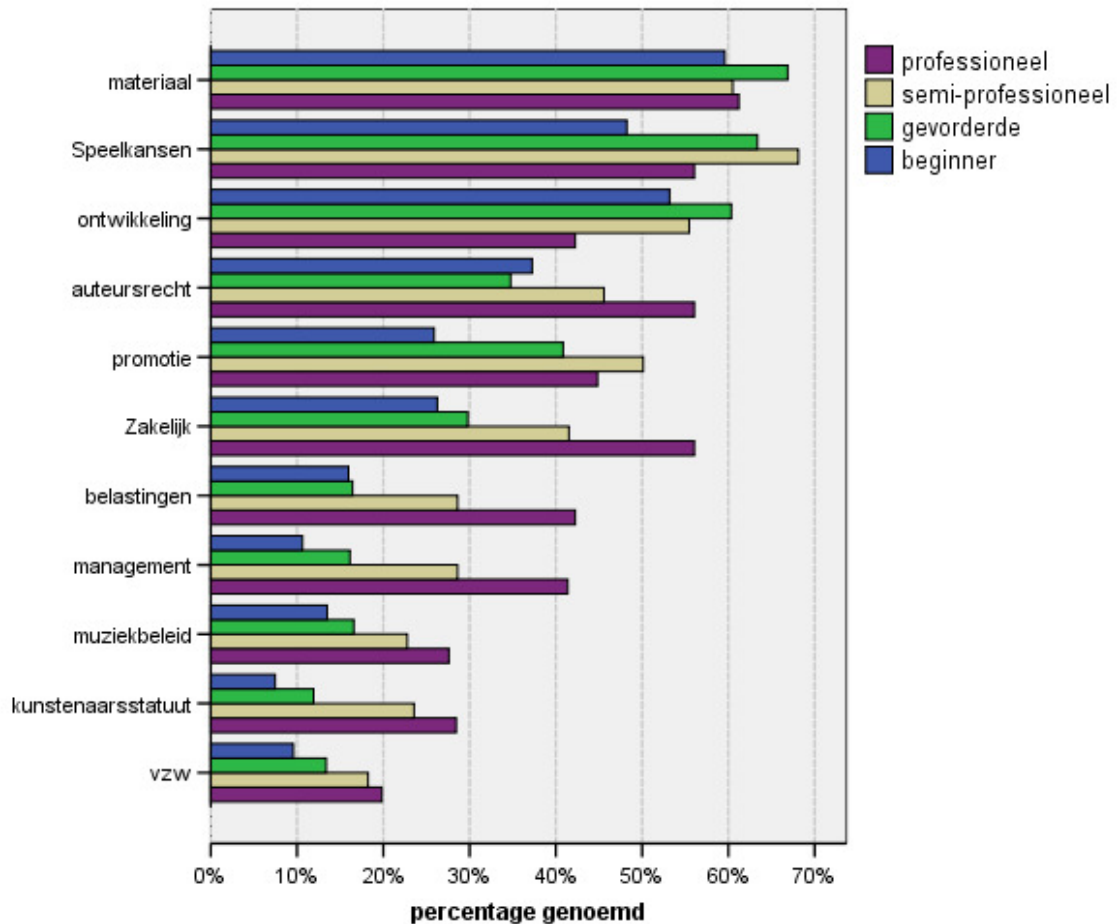
Als laatste onderdeel wordt er gekeken naar de noden en behoeften op vlak van informatie, ondersteuning, begeleiding en advies. Om de zonet besproken carrièrefactoren en ontwikkelingsmogelijkheden zo optimaal mogelijk aan te wenden, is de nodige ondersteuning en begeleiding immers wenselijk en zelfs noodzakelijk. Om de carrièreontwikkeling een juiste koers en duw in de rug te geven, kunnen verschillende instanties in aanmerking komen om in die nodige ondersteuning en begeleiding te voorzien. Onder ondersteuning wordt verstaan voldoen in de informatiebehoefte die zich bij dj's en producers al dan niet manifesteert i.v.m. hun activiteiten en/of wanneer ze vooruit willen in hun carrière. Onder begeleiding verstaan we een soort vaste begeleiding of continue stroom van informatie en wisselwerking tussen de dj's en producers en een derde begeleidende of adviserende partij of instantie, al dan niet op basis van een geschreven overeenkomst.

5.1 Ondersteuning

Een eerste algemene en meteen zeer belangrijke vaststelling is dat er veel nood en vraag naar informatie en ondersteuning is. De percentages liggen zeer hoog en tonen aan dat er alvast werk aan de winkel is en er op vlak van informatie enorm veel noden en behoeften zijn om ingewilligd te worden (Grafiek 21, Tabel 26). De acute en algemene nood werd ook zeer duidelijk naar voren geschoven tijdens de interviews. “Er zijn meer inlichtingen nodig. Beginners weten niet hoe ze het moeten aanpakken. Ik zelf krijg trouwens massa's van die vragen binnen.” (Mathijs, 2007) Ook Tomaz beweert een ‘overload’ aan vragen te krijgen. Hij tracht die ook zo goed en zo kwaad als het kan te beantwoorden. Die enorme instroom aan vragen bij de profs weerspiegelt wederom de hoge nood aan informatie en ondersteuning bij onze doelgroep. Bovendien zijn deze profs ook zelf vragende partij. Vooral op zakelijk vlak geven ze te kennen met vele vraagtekens te zitten. “Er is nood aan ondersteuning omtrent hoe het allemaal te regelen. Kunnen ze bijvoorbeeld geen gids of stappenplan ontwikkelen?” (Shah, 2007) “Er is nood aan het zakelijke kluwen duidelijk te maken” (De Wit, 2007)

Wat bovendien in de resultaten meteen opvalt, is dat de semi-profs en vooral de profs met de meeste vragen zitten en de meeste nood aan informatie en ondersteuning hebben. Grafiek 19

geeft dat in één oogopslag weer. Op die grafiek zien we gelijk ook welke de thema's of onderwerpen zijn waaromtrent het meeste of het minste informatie of ondersteuning nodig is. De grafiek (Grafiek 21) werd meteen gerangschikt van meest bovenaan naar minst onderaan. Het onderlinge verschil tussen de categorieën wordt per item weergegeven aan de hand van gekleurde staven.



Grafiek 21: Algemene nood aan informatie en/of begeleiding per categorie (n=1481)

	Beginner	Gevorderde	Semi-pro	Prof	Totaal
Materiaal	60%	67%	61%	61%	63%
Speelkansen	48%	63%	68%	56%	61%
Ontwikkeling	53%	60%	55%	42%	56%
Promotie	26%	41%	50%	45%	41%
Auteursrecht	37%	35%	46%	56%	40%
Zakelijk	26%	30%	42%	56%	34%
Belastingen	16%	16%	29%	42%	22%
Management	11%	16%	29%	41%	20%
Muziekbeleid	13%	17%	23%	28%	19%
Kunstenaarsstatuut	7%	12%	24%	28%	15%
Vzw	10%	13%	18%	20%	14%

Tabel 26: Vraag en nood aan informatie en ondersteuning.

Op de eerste plaats komt materiaal te staan, met voor elke groep een vrij gelijkaardige score rond 60%. Vooral de gevorderden geven aan dit nodig te hebben (67%). Enkel de semi-profs geven aan iets meer nood aan informatie of begeleiding te hebben omtrent speelkansen (68%) dan omtrent materiaal (61%). Vooral de semi-profs en de gevorderden zijn op zoek naar speelkansen. Speelkansen komt algemeen op de tweede plaats (61%), behalve bij de beginners (48%). Die hebben eerst nog wat meer ondersteuning nodig wat betreft hun ontwikkeling vooraleer aan speelkansen te denken. Wat een vrij logische waarneming is. Eerst leren, dan spelen. Ontwikkeling komt algemeen gezien wel op derde plaats (56%). Enkel de profs hebben hier duidelijk minder nood aan (42%). Wederom een logische vaststelling. Voor hen primeren nu andere zaken als zakelijke info en ondersteuning (56%), en info omtrent het auteursrecht (56%). Ook bij de semi-profs is dat zo (met respectievelijk 42% en 46%). Maar zij hebben eerst nog wat meer nood aan ondersteuning wat promotie betreft (50%). Ook bij de gevorderden komt promotie op de vierde plaats te staan met 41%. Bij de profs komt het op de zesde plaats maar met 45%. Verwonderlijk genoeg hechten net als de profs ook de beginners meer belang aan ondersteuning en info rond het auteursrecht (37%) dat bij hen op de vierde plaats komt te staan voor zakelijke info (26%) en promotie (26%). Aangezien bijna de helft aangaf met muziekproductie bezig te zijn, is dat wel begrijpelijk. De volgende vijf items, namelijk belastingen, management, muziekbeleid, kunstenaarsstatuut en ten slotte vzw's, zijn voor de vier verschillende groepen duidelijk van het minste belang. Deze komen pas echt aan bod vanaf de semi-profs en profs. Van hen is wel nog steeds 40% op zoek naar info en ondersteuning rond management en boeking, en belastingen. Dit sluit grotendeels aan bij de zakelijke info. Met zakelijk bedoelden we immers alles van juridische, fiscale en sociaalrechtelijke aspecten van het dj- en/of producerbestaan.

Nu we een zicht hebben op welke soort informatie en ondersteuning gezocht wordt, is het ook interessant te weten waar ze die kunnen vinden. Met de beschikbare data kunnen we ook apart gaan kijken waar ze (zouden) gaan aankloppen om deze behoeften aan info en ondersteuning te bevredigen. Dat is natuurlijk een interessante oefening voor al wie hiertoe in aanmerking komt. En wat blijkt? Op de gedoodverfde nummer één komen opnieuw de vrienden en collega dj's/producers. Dat blijkt bij nader onderzoek om dezelfde reden te zijn die werd aangehaald in verband met de statuten, het beleid en de wetgeving, namelijk het wederzijdse communicatieprobleem. Dit is meteen het grootste probleem dat zich stelt op gebied van informatie en ondersteuning. De communicatie tussen de partijen loopt kennelijk wat mank. De doelgroep is zich in zekere mate wel bewust van het feit dat er verschillende manieren bestaan om je zaken te regelen en dat er verschillende instanties zijn die daarbij kunnen helpen. Maar daar blijft het veelal bij. Het is alleszins nog geen gebruikelijke praktijk om meteen bij de betrokken organisaties aan te kloppen. Dat blijkt trouwens niet alleen uit de data, maar ook de geïnterviewden stelden dit nadrukkelijk. "Iedereen denkt: we kunnen er nergens voor terecht, maar ge kunt eigenlijk wel bij SABAM, Poppunt, enz. terecht voor bijvoorbeeld zelfs uw contract te laten nalezen. Velen weten het gewoon niet en vragen het dan ook maar gewoon aan vrienden." (Tomaz, 2007) "Voor alles klop ik aan bij bevriende dj's." (Shah, 2007)) "De ondersteuning is er grotendeels, maar moet vooral gekanaliseerd worden. Niemand weet waar hij terecht moet." (Tomaz, 2007)

De data ondersteunen dit. Aan de hand van tabel 27 die de algemene percentages weergeeft per type instantie, kunnen we zien welke instanties vooral geraadpleegd (zouden) worden in verband met welke onderwerpen of behoeften. De cijfers houden enkel rekening met de gegeven antwoorden, dus niet met respondenten die hieromtrent geen nood of behoefte aan informatie of ondersteuning hebben. Die percentages werden zonet besproken. Het voordeel is dat we duidelijk kunnen zien bij welk type organisaties men welke soort informatie of begeleiding verwacht en omgekeerd. Voor de leesbaarheid werd in deze tabel ook meteen de rangschikking over genomen. Zo kan onmiddellijk vastgesteld worden wat wel en wat niet zo belangrijk is. Een tabel die alle resultaten bevat per item en per categorie is hieronder raadpleegbaar. De volledige score tabellen (1 naar item, 1 naar instantie) zijn raadpleegbaar in bijlage (Bijlage 10).

	organisaties	belangen- verenigingen	steunpunten	poppunt	websites & fora	magazines	professionals	vrienden & collega's
Materiaal, hardware, software,...	7%	1%	2%	7%	67%	42%	12%	70%
Het krijgen van meer speelkansen	22%	4%	7%	30%	41%	10%	23%	89%
Ontwikkeling van je skills/techniek/kennis	9%	1%	4%	8%	54%	28%	12%	80%
Promotie van je activiteiten	15%	4%	5%	23%	54%	17%	26%	69%
Auteursrecht en SABAM	5%	73%	7%	11%	29%	6%	7%	27%
Zakelijk, juridisch, fiscale en sociaal-rechterlijk	7%	44%	19%	25%	39%	10%	16%	40%
Management en boeking	10%	6%	8%	16%	29%	10%	56%	52%
Belastingen en geldzaken	6%	30%	21%	19%	27%	4%	16%	36%
Het muziekbeleid van de overheid, subsidies,...	7%	38%	32%	29%	32%	10%	8%	26%
Het kunstenaarsstatuut	9%	15%	39%	24%	26%	6%	14%	30%
Vzw-wetgeving	8%	23%	27%	22%	32%	4%	12%	35%
Totaalgemiddelde	10%	22%	16%	19%	39%	13%	18%	50%

Tabel 27: Informatie, per type instantie (n=1481)

Wat in één oogopslag opvalt, is dus de enorm sterke aanwezigheid van één bepaalde factor die overduidelijk het meeste wordt ingeschakeld voor hulp en informatie, namelijk de factor vrienden en collega-dj's en/of -producers. Zij zijn de informatiepool bij uitstek en vervullen een enorm belangrijke taak als officieus steunpunt binnen deze sector. Hun aandeel is zeer groot bij elk afzonderlijk onderwerp en bij een aantal ervan duidelijk superieur. Dit kwam ook ter sprake tijdens die interviews. Ook de geïnterviewden gaven aan voor zowat alles eerst bij vrienden of kennissen aan te kloppen die zich op het terrein van hun probleem begeven. Zelfs zij die een management of dergelijke achter hun staan hebben, gaan daar niet in eerste instantie gebruik van maken als ze hulp nodig hebben. Enkel voor de zaken die dat management duidelijk behartigen (management, boeking en promotie) worden zij aangesproken. De rest gaat via vrienden of collega's. Jimmy De Wit zegt dat daar in de meeste gevallen een simpele verklaring voor te geven valt. "Het is immers meestal zodanig specifiek dat als je iemand kent waarvan je weet dat die daar waarschijnlijk een antwoord op heeft, je daar gewoonweg het vlugst mee geholpen bent en de kous is af." (De Wit, 2007) Tomaz bevestigt dit en linkt het aan het eerder vermeldde communicatieprobleem. Hij zegt immers dat iedereen denkt dat ze wel nergens terecht kunnen, hoewel in principe ook zij even goed bij Sabam, Poppunt of Kunstenloket zouden kunnen aankloppen. Velen weten het niet en gaan ten rade bij vrienden en collega's. Hijzelf trouwens ook, alhoewel hij dus wél weet dat die organisaties er in principe ook allemaal voor hen zijn. Ook dat bevestigt nog maar eens de problematiek die hier aangekaart wordt.

Wat onder andere Ben Roelants verwoordde, dat dj's en producers autodidacten zijn, wordt aan ook de hand van de data bewezen. De websites en fora waar onze doelgroep zelf actief op zoek gaat naar informatie en ondersteuning, komen algemeen gezien op de tweede plaats te staan. Deze top 2 scheidt zich bovendien een beetje af van de rest van de instanties of organisaties. Ze zijn duidelijk de twee meest toegepaste manieren om aan informatie of ondersteuning te komen.

De twee dominante manieren blijken voor het meest gevraagde onderwerp (materiaal) hun dominantie meteen te bevestigen. Ook magazines komen sterk aanbod. De andere blijven ver achter. Wat betreft speelkansen zien we overduidelijk het primaat van de vrienden en collega's de kop op steken met maar liefst 89% van de respondenten die daarvoor bij hen te rade gaan. Dat is meer dan het dubbele van het volgende, namelijk websites en fora, dat met 41% wederom op de twee plaats komt. Op een zeer verdienstelijk derde plaats blijkt dit maal Poppunt te komen met 30% en niet zoveel slechter doen de organisaties en muziekcentra het met 22%. De functie van speelkansen bieden blijkt dus vrij goed gekoppeld te worden aan Poppunt en andere organisaties en muziekcentra. Wat een aanwijzing in de goede richting is. Vergeten we weliswaar niet dat het hier om percentages gaat die enkel betrekking hebben op zij die aangaven hieromtrent nood aan informatie of ondersteuning te hebben, en dus niet op de totale onderzoeksgroep. Van zij die met vragen zitten rond speelkansen blijkt dus alvast bijna één derde zich te wenden tot Poppunt en meer dan één vijfde tot de organisaties en muziekcentra. Het relatief hoge cijfer bij professionals (23%) wordt verklaard door de profs die met 62% aangeven bij de professionals langs te gaan wat speelkansen betreft. Niet onlogisch aangezien dat ook hun job is.

Rond ontwikkeling wikkelt zich min of meer hetzelfde verhaal af als rond materiaal, met een iets minder sterke derde positie van magazines. Hoewel voor profs i.v.m. ontwikkeling de magazines wel belangrijk blijven en het primaat van de vrienden wat mindert. Een merkwaardige en spijtige vaststelling doen we i.v.m. de organisaties en de muziekcentra. Vooral deze laatste hebben een heel lage score terwijl het de plaatsen bij uitstek zijn waar een breed gamma aan cursussen, opleidingen, workshops en infosessies gegeven wordt tegen een betaalbare prijs. Ook Poppunt doet haar best om het educatief aanbod in kaart te brengen en op te voeren. Toch wordt Poppunt door onze doelgroep hier niet voor aangesproken. Er blijken dus duidelijk obstakels te zijn die uit de weg geruimd dienen te worden indien men werkelijk dat educatief aanbod tot bij hen wil krijgen, en vooral omgekeerd. Het levert m.a.w.

het bijkomende bewijs van het onderliggende tweerichtingscommunicatieprobleem dat al besproken werd.

Voor de promotionele aspecten van het dj- en/of producerbestaan komen de meeste, wederom na de twee vaste waarden, terecht bij de professionals (26%) en Poppunt (23%). Het relatief grote aandeel van de professionals is opnieuw vooral te danken aan de profs zelfs die hier met 54% de duidelijk positieve trend afsluiten. Het relatief hoge aantal van Poppunt wordt door een lichtjes negatieve trend verklaard. Van beginners (28%) daalt het telkens lichtjes tot bij de profs (20%). Gemiddeld komt dus toch ongeveer één vierde bij Poppunt terecht als ze op zoek gaan naar manieren om promotie te voeren of dergelijke. M.a.w. van zij die dus actief hun promotionele activiteiten aan het uitbouwen zijn komt een kwart in aanraking met Poppunt.

Wat betreft de auteursrechten en SABAM, komt men ook duidelijk bij de desbetreffende organisaties uit: belangenverenigingen (73%). Blijkbaar weten velen dus wel dat die organisaties er zijn en dat ze informatie en ondersteuning bieden rond hun specifieke domein. Uiteraard kent iedereen SABAM in positieve of negatieve zin. In deze sector vooral in een negatieve. Tijdens gesprekken met onder andere Tomaz blijken de meeste er liever niets mee te maken hebben. Ook de promotoren en organisatoren zijn ze meestal liever kwijt dan rijk en handelen de zaken zo simpel mogelijk af (Galle, 2005, p. 45). Dat wil zeggen dat voor vaste gelegenheden of permanente gebeurtenissen, bijvoorbeeld discotheken, de organisatoren gewoon een contract afsluiten met SABAM waarbij een vaste vergoeding wordt afgesproken. Playlists hoeven hierbij niet door de dj's ingevuld te worden. Ze hoeven wel ingevuld te worden bij de zogenaamde niet-permanente gebeurtenissen, zoals evenementen. Maar die playlists worden onder andere volgens Tomaz omzeggens nooit gevraagd, hetgeen ook niet echt werkbaar zou zijn, en ze worden dus ook nooit doorgegeven. Men betaalt meestal gewoon met een vergoeding, bepaald a.d.h.v. allerlei criteria, die dan uiteindelijk verdeeld wordt onder de vaste artiesten die op het SABAM-repertoire staan en vervolgens door SABAM vergoed worden. Dus in plaats van dat er geld zou gaan naar de producers van de nummers die werkelijk gedraaid worden, gaat het naar andere artiesten. Voor de producers die bij SABAM aangesloten zijn is dat uiteraard een spijtige zaak, want zo mislopen zij vergoeding voor hun werk. Het is nu eenmaal de praktijk en er zullen nog bergen verzet moeten worden tegen dat hier iets aan zal veranderen. Je kunt ook moeilijk aan elke dj vragen om een playlist in te vullen van alle tracks die hij heeft gespeeld die avond, zo werkt het natuurlijk niet. Maar een dj zou bijvoorbeeld wel per week of zelfs per maand een soort standaard playlist kunnen

opstellen van wat hij het meeste draait en die doorgeven aan de organisatie van de gelegenheden waar hij speelt. Als zij dan deze lists per avond bijhouden en doorspelen aan SABAM zou dit al een heel deel van de huidige scheve situatie kunnen rechtekken. Maar theorie staat meestal ver van de praktijk, en dat is ook ditmaal niet anders. Opnieuw komt hier het communicatieprobleem aan de orde. Aangezien SABAM ook niet echt samenwerkt of rekening houdt met deze sector, en er eigenlijk geen toenadering toe zoekt, noch aangepaste systemen voor ontwikkelt, is het begrijpelijk dat dit omgekeerd ook niet het geval is. SABAM heeft daardoor ook te kampen met een imago-probleem. Deze analyse loopt analoog met het eerder vermeldde communicatieprobleem en doet zich dus niet enkel bij SABAM voor.

Een merkwaardige vaststelling doen we vervolgens rond de zakelijke, juridische, fiscale en sociaalrechtelijke aspecten van dj- en/of producerbestaan. Op de eerste plaats denken de meeste respondenten voor informatie en ondersteuning hieromtrent bij de belangenverenigingen terecht te kunnen (44%). Voor zeer specifieke aangelegenheden, zoals daarnet het auteursrecht, is dat inderdaad de meest aangewezen plaats. Indien men het echter over de verschillende (zakelijke) deelaspecten vragen heeft, lijken Poppunt en de andere steunpunten in theorie de meest voor de hand liggende keuzes. De meerderheid van de respondenten heeft dat niet zo begrepen. Geeft dit blijk van onjuiste beeldvorming of van een verkeerde interpretatie? Kan dit opnieuw een bevestiging van het communicatieprobleem genoemd worden? Er komen blijkbaar nog andere items aan te pas. 'Vrienden & collega's' (40%) komen op een bijna gedeelde tweede plaats te staan met 'websites en fora' (39%). Daarna volgt 'Poppunt' met 25% en 'de steunpunten' met 19%. Poppunt en de steunpunten worden dus ook ingezet, maar zijn zeker niet de eerste keuze. De andere steunpunten komen er nog iets slechter uit dan Poppunt. Aangezien dit toch hun domein is, komt deze score vrij negatief over. Een kleine opsteker hierbij is dat het percentage lichtjes toeneemt volgens categorie en bij de profs 25% haalt. De eerder besproken 'manke' situatie wordt dus ook hier in zekere mate nog steeds bevestigd. Ze weten niet van hun bestaan, of ze weten niet waarvoor ze er juist terecht kunnen of dat ze überhaupt welkom zijn, en als ze het dan al weten is er blijkbaar nog steeds een belangrijke drempel.

Voor management en boeking komen de professionals er het beste uit met 56%. Om evidente redenen. Er doet zich ook een zeer sterk positieve trend voor van beginners (39%) tot profs (85%). Dan komen vrienden en collega's (52%) en vervolgens de websites & fora (29%). Op een relatief verdienstelijk 4^e plaats komt Poppunt met 16%. Dus ook voor management- en

boekingsadvies of -informatie blijkt men de weg naar Poppunt langzamerhand te vinden. 16% is alvast een goed begin waarop verder gebouwd kan worden. De andere instanties krijgen een verwaarloosbare score, hoewel de organisaties al een tiende van de respondenten over de vloer zou hebben gekregen. Als ze dit zelf als een belangrijke functie zien kan dit een boodschap zijn om verdere inspanningen te leveren op dit gebied.

Voor belastingen en geldzaken komen na de vrienden en collega's (36%) opnieuw de belangenverenigingen (30%) als belangrijkste uit de bus. Het gaat hier om een gelijkaardige situatie als daarnet bij de zakelijke aspecten. Doch scoren de steunpunten hier al iets beter (21%) en moet Poppunt hen net voorbij laten gaan (19%). Websites en fora kwamen nog voor hen op de derde plaats te staan met 27%.

Ten slotte komen de drie laatste items waarrond het minste nood aan informatie en ondersteuning is. Bij muziekbeleid stellen we echter vast dat men eigenlijk niet goed weet waar men overal terecht kan. Het wijst op een tekort aan correcte informatie en effectieve communicatie. Het grootste probleem en overkoepelende debacle dat voorlopig aan de oppervlakte is gekomen.

Wat betreft het kunstenaarstatuut komen de steunpunten er zeer positief uit (39%). Daarna volgend vrienden en collega's (30%) en websites en fora (26%). Met 24% doet ook Poppunt het niet slecht en kan er positief geëvalueerd worden.

Voor de vzw-wetgeving komen de professionals, organisaties en de magazines er niet echt aan te pas, maar worden vooral de andere instanties ingeschakeld.

5.2 Begeleiding & advies

Naast informatie en ondersteuning zoeken kan het nuttig zijn dat men zich laat begeleiden door iemand of een door een bepaalde instantie. Vooral wanneer de loopbaanontwikkeling vlot verloopt en men eraan denkt om werkelijk carrière te gaan maken, lijkt het steeds meer aangewezen. Begeleiding zal daarom vooral bij zij die professioneel bezig zijn het meeste voorkomen. Zij zullen immers meer dan amateurs op zoek gaan naar professionals om hen bij te staan in verschillende aspecten van hun activiteiten om die verder te kunnen uitbouwen. Daarbij denken we vooral aan bookers, managers, promotors, platenfirma's enz. De relatie tussen beide wordt al dan niet geregeld in een geschreven overeenkomst (vb. een platencontract). Om dit alles te onderzoeken werden een aantal mogelijke partners opgesomd. Er werd vervolgens afzonderlijk nagegaan van welke ze begeleiding kregen en/of met welke ze een geschreven overeenkomst hebben. De resultaten worden in de volgende twee tabellen apart weergegeven (Tabel 28 en 29). Beide tabellen bevestigen alvast het vermoeden dat men zich meer laat begeleiden naarmate men professioneler bezig is.

Tabel 28 toont de resultaten voor begeleiding. Ze bevat de reële percentages van zowel de totale onderzoeksgroep als de categorieën afzonderlijk, ook wat hun totalen betreft. Daaruit leren we meteen dat slechts minder dan één vierde (22%) begeleiding of advies krijgt.

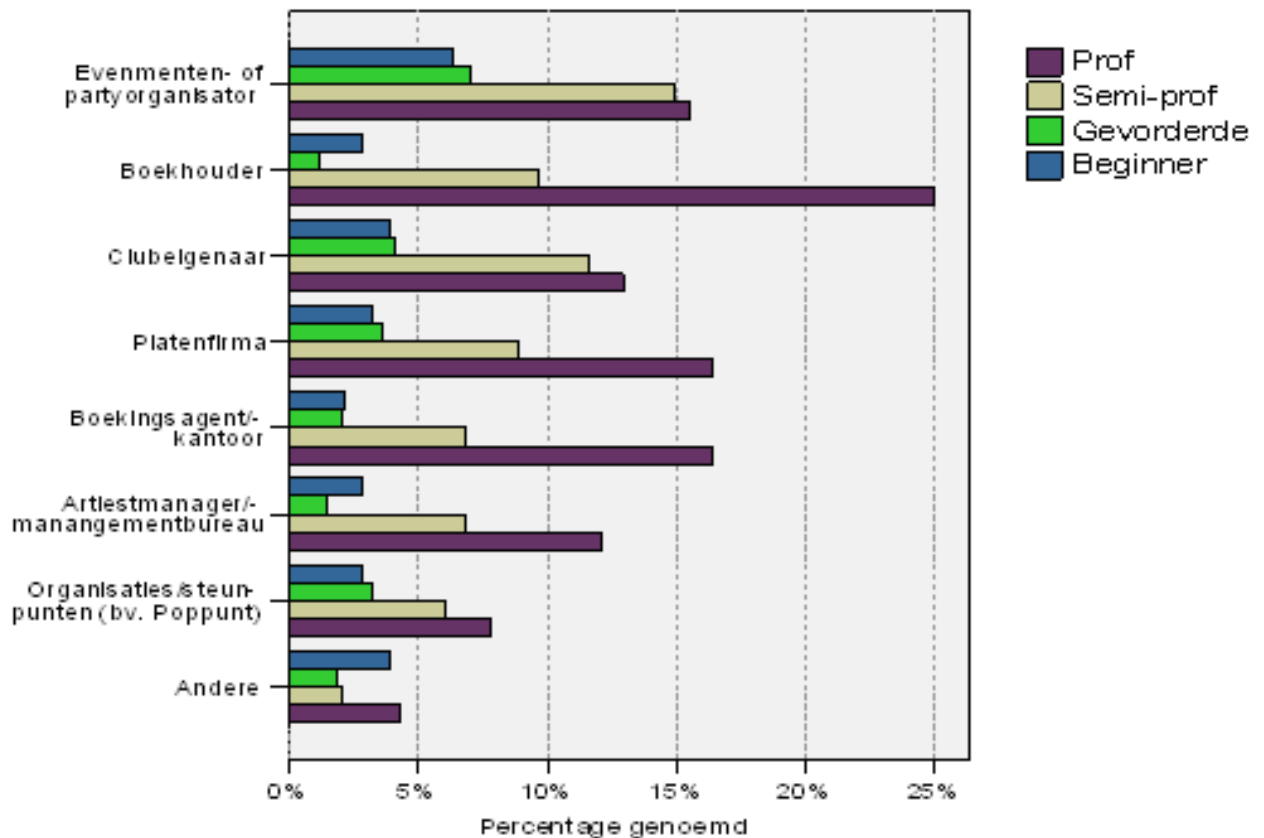
Begeleiding & Advies	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Evenementen- of partyorganisator	6,4%	7,0%	14,9%	15,5%	9,7%
Clubeigenaar	3,9%	4,1%	11,6%	12,9%	6,8%
Boekhouder	2,8%	1,2%	9,6%	25,0%	5,6%
Platenfirma	3,2%	3,6%	8,9%	16,4%	5,9%
Boekingsagent/-kantoor	2,1%	2,0%	6,8%	16,4%	4,5%
Organisaties/steunpunten (vb. Poppunt)	2,8%	3,2%	6,1%	7,8%	4,3%
Artiestmanager/-managementbureau	2,8%	1,5%	6,8%	12,1%	4,0%
Andere	3,9%	1,9%	2,0%	4,3%	2,5%
Totaal	13,0%	15,0%	33,0%	49,0%	22,0%

Tabel 28: Huidige begeleiding en advies, per categorie, gerangschikt ($p < 0,00$) ($n = 1481$)

Vooral beginners (13%) en gevorderden (15%), laten zich weinig begeleiden. Terwijl dat bij semi-profs al één derde is (33%) en bij de profs de helft (49%). Aangezien meerdere antwoorden ingevuld konden worden, is er geen evenredige verdeling van de scores. Sommigen schakelen immers meerdere instanties tegelijk in. Zeker naarmate men professioneler bezig is. De cijfers tonen dat ook aan.

De evenementen - of partyorganisatoren krijgen de belangrijkste taak als begeleider en adviseur opgespeld. 9,7% van de totale onderzochte groep geeft aan hiervan begeleiding en advies te krijgen, stijgend van 6,4% bij de beginners tot 15,5 % bij de profs. De profs plaatsen dit echter op de vierde plaats. De boekhouder (25%) is voor hen het belangrijkste. Ook de gelijkscorende platenfirma (16,4%) en boekingskantoor (16,4%) komen eerst ben hen. Bij semi-profs staan de promotoren eveneens op de 1^e plaats (14,9%), voor de clubeigenaar.

De clubeigenaar is de tweede belangrijkste (6,8%). Maar bij de profs bekleed hij slechts de vijfde plaats (12,9%). Boekhouder komt bij de semi-profs op de derde plaats met 9,6%. Dan de platenfirma (8,9%) en daarna volgden de drie laatste items met ongeveer gelijke scores. Vooral bij de profs scoren organisaties en steunpunten als Poppunt minder goed (7,8%). Het stijgt wel van beginners naar de profs, echter niet zo sterk als de andere en de scores blijven overall aan de lage kant. De respondenten hebben dus het minste begeleiding of advies van managers of managementbureaus en organisaties of steunpunten als Poppunt, en het meeste van promotoren en organisatoren. Bij de profs is de boekhouder duidelijk het belangrijkste. Wat in de interviews ook bevestigd werd en bovendien rechtstreeks in relatie werd gebracht met dat zakelijke kluwen waar ze niet aan uit kunnen. Van zodra de zaken aan het rollen gaan is een boekhouder daar alvast de oplossing voor. Die kost geld, maar bespaart ook geld, tijd en veel miserie. Roel Vergauwen wijst nadrukkelijk op het belang van een goede begeleiding, best door een goede boeker of manager. Liefst één met een langetermijnvisie, die mee keuzes maakt en een duidelijke mening heeft. Hij merkt op dat in de dancescène veel boekingskantoren professionalisme missen, dat het veelal maten van bepaalde dj's zijn en ze slechter georganiseerd zijn. Hij stelt vattend: "De ganse dancesector wordt minder goed georganiseerd." (Vergauwen, 2007) Roel Vanhoeck wees ook hier nadrukkelijk op het ontbreken van een belangenvereniging voor dj's. (Vanhoeck, 2007)



Grafiek 22: Begeleiding & advies, per categorie, gerangschikt (n=1481)

5.3 Geschreven overeenkomsten & contracten

Ook hierbij is het van groot belang de totale onderzoeksgroep in de cijfers te betrekken (Tabel 30). Amper 10% ervan heeft een geschreven overeenkomst of contract. De semi-profs (16,2%) en vooral de profs (37,9%) trekken dat percentage omhoog. Het is normaal dat naarmate men professioneler bezig is, men meer met officiële en zakelijke partners in contact komt en overeenkomsten gaat afsluiten. In de theorie werd dit al gezegd en ook in de praktijk wordt het hier aangetoond. De tabel toont ook om welke overeenkomsten het vooral gaat.

Geschreven Overeenkomst	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Platenfirma	1,4%	1,9%	4,8%	27,6%	4,6%
Clubeigenaar	1,1%	1,2%	4,8%	11,2%	2,9%
Evenementen- of partyorganisator	1,1%	1,6%	4,3%	9,5%	2,8%
Boekhouder	0,7%	0,9%	4,3%	12,9%	2,7%
Boekingsagent/-kantoor	0,7%	0,7%	3,3%	12,9%	2,4%
Artiestmanager/-managementbureau	0,7%	0,6%	2,8%	5,2%	1,6%
Organisaties/steunpunten (vb. Poppunt)	1,1%	0,3%	1,0%	0,9%	0,7%
Andere	0,0%	0,4%	1,5%	2,6%	0,8%
Totaal	1,8%	5,2%	16,2%	37,9%	10,1%

Tabel 29: Geschreven overeenkomst, per categorie, gerangschikt naar grootte ($p < 0,05$) ($n=1491$)

Op een unanieme 1ste plaats staat de platenfirma met 4,8% semi-profs dat stijgt tot 27,6% profs die een platencontract op zak hebben. Meer dan één vierde van de profs heeft dus een overeenkomst met een platenfirma.

De tweede belangrijkste, clubeigenaars (2,9%), stijgt bij de profs tot 11,2% en komt bij hen hiermee op de vierde plaats te staan. Met de boekhouders en de boekingsagenten of –kantoren (beiden 12,9%) hebben zij meer overeenkomsten. Dan volgt de promotor, of de evenementen- en partyorganisator met 9,5%. Deze staat in de algemene score op de derde plaats en is ook bij de semi-profs samen met de boekhouder door 4,3% gecontracteerd.

Verder zien we dat slechts 5,2% van de profs ook een overeenkomst heeft met één of andere vorm van management, net als 2,8% van de semi-profs. Met organisaties en steunpunten als Poppunt worden eigenlijk geen geschreven overeenkomsten gemaakt, vandaar ook dat zij zo goed als geen score hebben.

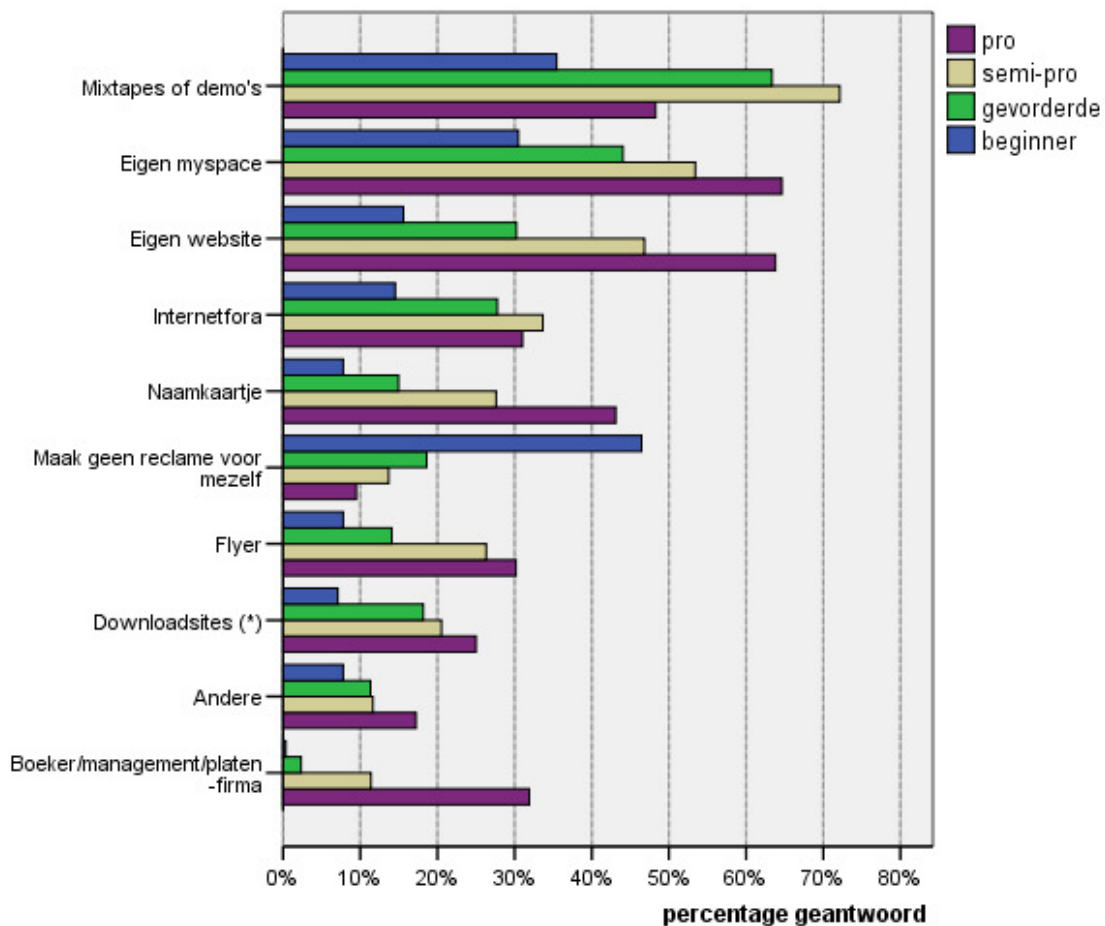
We stellen vast dat maar weinig beroep wordt gedaan op externen om hen te helpen met de activiteiten en alles in verband ermee. Boekhouders bleken ook uit interviews waardevolle ‘partners in crime’. Zodra de zaken serieus worden, komt een boekhouder van pas. De meeste geïnterviewden hadden er één onder de arm genomen en zeiden dat hij waarschijnlijk meer opbrengt dan hij kost.

De promotor blijkt ook een belangrijke rol te spelen. Vooral in de fases voor het profschap is voor hem een belangrijke begeleidende en adviserende taak weggelegd. Hetzelfde geldt voor de clubeigenaar. Deze twee worden tevens veel genoemd bij de geschreven overeenkomsten en zijn veelal de professionals waar voor het eerst overeenkomsten mee worden afgesloten. Daardoor nemen ze ongewild de begeleidende en adviserende taak op hun schouders, waardoor de dj's of producers ervaring opdoen om vervolgens met boekhouders en platenfirma's in zee te gaan.

Een beetje merkwaardig is dat ook hier bij het vrij invulvak de vrienden en collega dj's naar voren kwamen. Die nemen hen dus kennelijk op sleeptouw en vormen a.h.w. een persoonlijk coachsysteem. Het belang van vrienden en collega dj's wordt nogmaals onderstreept. Hier hoort echter een stevige kanttekening bij. Want het feit dat vrienden en collega's zo'n belangrijke en primerende functie vervullen op zoveel gebieden, heeft ook negatieve gevolgen en is op zich bovendien een rechtstreeks gevolg van een iets wat deze sector kenmerkt, namelijk de vriendjespolitiek waarover we het reeds hadden. Sommige geënuqueterden vulden dit letterlijk in. Er stelt zich opnieuw een vicieuze cirkel. Wegens het hoge vriendjespolitiekgehalte, de ons-kent-ons mentaliteit en het belang van netwerken, contacten en personen, is het logisch dat voor de meeste zaken net die netwerken of vrienden en collega's ingeschakeld worden. Door dat hoge vriendjesgehalte valt er ook minder structuur of organisatie te bespeuren binnen deze sector. Daar kan dus ook niet op terug gevallen worden. Dan ben je wel verplicht om contacten en vrienden in te schakelen aangezien het zowat de enigen zijn die je kunnen helpen en de weg kunnen wijzen. Zo kom je in die spiraal en blijft dat wereldje voort draaien. Is er nood aan structuur? Is er nood aan organisatie? Is er nood aan transparantie? Op basis van al het voorgaande kan dat gerust gesteld worden. In elk geval zou het alvast soelaas brengen voor velen die anders nog jaren zouden spartelen en het dan eventueel opgeven. Oké, de aanhouder wint, en wie niet waagt niet wint, enzovoort. Maar even goed gaat er zo veel talent verloren. Even goed zouden er zijn die er dan ook niet meer aan zouden beginnen. Hoe je het ook draait of keert, de hele scène, van beginnende dj over boekhouder, naar distributiekanaal tot grootste platenfirma, is eigenlijk een gans spel. "Heel dat spel moet je jaren meespelen.", zegt Jimmy De Wit wanneer hij gevraagd wordt wat zijn grootste 'drawback' of belemmering geweest is doorheen zijn carrière. "Je moet heel het systeem leren kennen, op de hoogte geraken van wie wie kent, van wie wat doet. Het duurt echter zeer lang en het is een echte leercurve die je pas volledig kan doorstaan hebben door er

ook daadwerkelijk al die tijd in te steken en het effectief te doen gewoonweg. Je moet in dat netwerk binnengeraken, je moet veel doen, je moet overal veel passeren, kortom, die leercurve voltrekt zich pas door het werkelijk allemaal mee te maken en al die watertjes te doorzwemmen. Iemand die dat al allemaal kent en kan is dus zeker welkom!” (De Wit, 2007) Dat is meteen ook een antwoord op de vraag of er wat meer structuur, organisatie en transparantie mag zijn. We gaan hier verder nog op in.

5.4 (Zelf)promotie



Grafiek 23: (Zelf)promotie, per categorie, gerangschikt (n=1481)

Eén van de belangrijkste manieren om aan de bak te komen en het te maken als dj en/of producer is (zelf)promotie. Wie bij de pakken blijft zitten zal er hoogst waarschijnlijk nooit komen. Daar werd op gehamerd in bijna elk interview. “Je moet je smijten”, “Ze moeten hun

ding doen en ermee naar buiten durven komen”, “Je moet alle kanalen benutten die je kan benutten”, enz. In de enquête werd een vraag opgenomen i.v.m. een aantal van de meest toepasselijke kanalen. Als multiple choice vraag konden alle kanalen die men benut aangevinkt worden. De resultaten werden gerangschikt weergegeven in de grafiek (Grafiek 23).

Aangezien de antwoordmogelijkheid ‘Ik maak geen reclame voor mezelf’ werd opgenomen zien we meteen de reële percentages en het percentage dat zichzelf niet promoot (Tabel 30). Bij de beginner komt dit met 46% op de eerste plaats. Bijna de helft van de beginners maakt dus geen reclame. Er doet zich een sterke negatieve trend voor want bij de gevorderden is dat nog maar 19% en bij de profs eindigt dat op 9%. Wat echter nog steeds vrij veel lijkt wegens het zeer grote nut ervan en de belangrijkheid om carrièrestappen te ondernemen.

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Mixtapes of demo's	35%	63%	72%	48%	59%
Eigen myspace	30%	44%	53%	65%	46%
Eigen website	16%	30%	47%	64%	35%
Internetfora	15%	28%	34%	31%	27%
Naamkaartje	8%	15%	28%	43%	19%
Maak geen reclame voor mezelf	46%	19%	14%	9%	22%
Flyer	8%	14%	26%	30%	17%
Downloadsites (*)	7%	18%	21%	25%	17%
Andere	8%	11%	12%	17%	11%
Boeker/management/platenfirma	0%	2%	11%	32%	7%

Tabel 30: Kanalen (zelf)promotie, per categorie, gerangschikt (n=1481)

Op de eerste plaats wordt er nog steeds het meeste gebruik gemaakt van de demo's of mixtapes. Met een algemeen percentage van 59% komt het als belangrijkste promotool uit de bus. Vooral de semi-profs maken er met 72% duidelijk nog het meeste gebruik van. Bij de profs komt het met 48% nog maar op derde plaats. Zij hechten meer belang aan hun eigen myspace (65%) en hun eigen website (64%). Ook bij de andere groepen zijn myspace en een website de volgende twee meeste genoemde. Met meer belang dat uitgaat naar de eigen myspace dan naar de eigen website. Hierna volgen de internetfora. Enkel de profs hechten meer belang aan het naamkaartje (43%) en aan de professionals waar ze al dan niet reeds door omringd worden (boekers/managers/platenfirma) (32%). Ook de laatste twee items, namelijk

flyers en downloadsites stijgen sterk naarmate men professioneler wordt (respectievelijk 30% en 25%).

Verder troffen we ook ditmaal een waaier aan uiteenlopende en erg leuke antwoorden aan. Men vermeldde vaak de gewone mond-tot-mond reclame. Bijvoorbeeld door vrienden reclame te laten maken. Of door zelf overal te gaan rondbazuinen dat ze ergens moeten spelen. Mondelinge reclame blijkt een belangrijke zelfpromotietool die bewust ingezet wordt. Daar hoort ook bij “face-2-face” met anderen gaan praten op evenementen, in discotheken en “conversatiegewijs”. Het voordeel is dat het weinig tot geen moeite noch geld kost. Manu wees op gevaar voor ‘overacting’ of overdreven je activiteiten tot herhaling toe te bejubelen. Dat kan een omgekeerd effect hebben. Maar je boodschap zal wel geweten zijn, wat op zich al heel belangrijk is. Het is allemaal onderdeel van het netwerken. En in verband daarmee kwam uiteraard opnieuw ‘vrienden’ en ‘collega-dj’s’ veel uit de bus. Zo blijkt nog maar eens het belang van “netwerken”, “mensen in de scène”, “vriendjespolitiek” of “contacten leggen met mensen in de muziekbusiness”. Stuk voor stuk letterlijke antwoorden. Ook “via-via” spreekt voor zich. Verder kwamen zaken zoals collectieven, eigen labels of organisaties. Ook eigen parties organiseren werd veel genoemd. Voorts nog flyers en affiches, zelfs stickers en t-shirts. Ook een groot spandoek aan de dj-booth, naam op een groot scherm of aanhangwagen e.d. Uiteraard werd “gaan draaien” of “door een goede dj te zijn” ook geantwoord. Sommigen antwoordden “releasen” of “nieuwe plaat uitbrengen”. Ook radio kwam veel ter sprake, evenals (internet-) radioprogramma’s en podcasts. Ten slotte ook zaken als eigen email- en sms-promotie. En als afsluiter de leukste, maar daarom niet minder waar of belangrijk: “Uiterlijk vertoon, reputatie en sex appeal!”

5.5 Poppunt

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Ken je Poppunt?	ja	60%	74%	75%	78%	72%
	nee	40%	26%	25%	22%	28%

Tabel 31: Poppunt kennen, per categorie (p=0,00) (n=1481)

Dat 72% aangeeft Poppunt te kennen zal voor Poppunt een opsteker zijn. Zeker en vast in de context van het tweerichtingscommunicatieprobleem dat ook bij hen werd waargenomen. Dat wil zeggen dat Poppunt moeite heeft om dj's en producers (op een juiste manier) te bereiken en hun werking erop af te stemmen, alsook dat dj's en producers Poppunt niet meteen als een vanzelfsprekend toevluchtsoord of 'partner in crime' beschouwen. Gaandeweg werd dit door allerlei zaken beaamd. Het betekent dat er werk aan de winkel is. Maar nu is vrij precies geweten waaraan en op welke vlakken. Oneffenheden in kaart brengen lag mee aan de grondslag van dit project en is zodoende één van de doelstellingen ervan die gerealiseerd is. Bovendien kan daar door Poppunt in een gunstige omgeving mee verder gewerkt worden. Immers, niettegenstaande Poppunt er op een aantal zaken minder goed uitkwam, is Poppunt wel gekend bij bijna drie kwart van de doelgroep. Dat wijst op veel ruimte en potentieel. Dat wijst ook op het reeds ontwikkelde draagvlak en op een degelijke basis om verder op te bouwen. De band is er alvast, nu hem nog strakker aanspannen?

We zien bovendien een duidelijk positief verband met de categorie van de respondent (Tabel 31). Van 60% bij de beginners gaat het in continu stijgende lijn tot bijna 80% van de profs die Poppunt kennen. Dat is zowel positief als negatief voor Poppunt. Positief omdat ze gekend zijn bij de meeste die professioneel met muziek bezig zijn en hun wegen vroeg of laat kruisen. Negatief omdat de beginners, die expliciet tot de doelgroep van Poppunt horen, het minst bereikt worden. Hoewel, van zodra deze beginners blijk geven vooruit te willen, staat Poppunt er al meteen. Immers, vanaf gevorderden is meteen al drie kwart er mee vertrouwd. We stellen dus vast dat naarmate ze vorderen zij Poppunt ook meer en meer beginnen te kennen. Van zodra men met vragen en problemen komt te zitten op vlakken die het werkterrein van Poppunt zijn, komen hun diensten meteen goed van pas. Poppunt doet zo wat het verhoopt te doen, namelijk ondersteuning bieden en een duw in de rug geven. Daar zet Poppunt zowel

haar algemene werking voor in, als een aantal specifieke projecten waaronder één voor dj's, namelijk Young Talent Corner.

5.6 Young Talent Corner

Om het YTC project uit te leggen laten we best Poppunt zelf aan het woord. “Young Talent Corner (YTC) is het speelkansenproject van Poppunt voor dj's. Na vijf jaar is het een vaste waarde geworden. Ze bieden voortdurend nieuwe contests aan die dj's een podium bieden in een club of op een evenement.” Young Talent Corner is een platform voor jonge DJ's van eigen bodem. Het is een initiatief van Poppunt, met de steun van Kozzmozz. In 2005 sprong ook Decadance mee op de YTC boot. Poppunt wil jonge mensen die met muziek bezig zijn een duw in de rug geven. Tot 2002 hielden zij zich vooral bezig met rock- en popgroepen. Daar kwam verandering in met de Young Talent Corner. De YTC die zich specifiek richt naar DJ's, die te weinig aan bod komen. Poppunt geeft hen speelkansen op dance-events (o.a. Kozzmozz, Decadance). In het verleden heeft YTC ook airplay kunnen schenken op de radio (Discover The DJ op Studio Brussel).³⁷ Ondertussen is ook Body to Body mee op de kar gesprongen en bieden zij op hun site regelmatig contests met andere partners aan.

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Ken je Young Talent Corner?	ja	37%	57%	57%	58%	53%
	neen	63%	43%	43%	42%	47%

Tabel 32: Young Talent Corner kennen, per categorie (p=0,00) (n=1481)

Van de 1481 personen die deelnamen aan de online survey gaven er 792 aan YTC te kennen, en bleek het bij de resterende 689 onbekend. Dat is 53,5% van de doelgroep die YTC kent. Meer dan de helft dus. Wat lang geen slecht resultaat is. Langs de andere kant wil het ook zeggen dat er een bijna één vijfde (19%) van de doelgroep Poppunt wel kent maar niet YTC. Dat is werkelijk een gemiste kans. Immers, wanneer ze Poppunt zelf wel kennen, maar niet het project dat specifiek op hen gericht is, wijst dit op een lacune van 19%. Die verhouding zou alvast wat opgekrikt mogen worden. Ook hier stellen we vast (Tabel 32) dat de beginners met 38% het minst vertrouwd zijn met YTC, maar dat daar meteen verbetering in komt van

³⁷ Gelezen op www.youngtalentcorner.be/ytc, 08/08/07

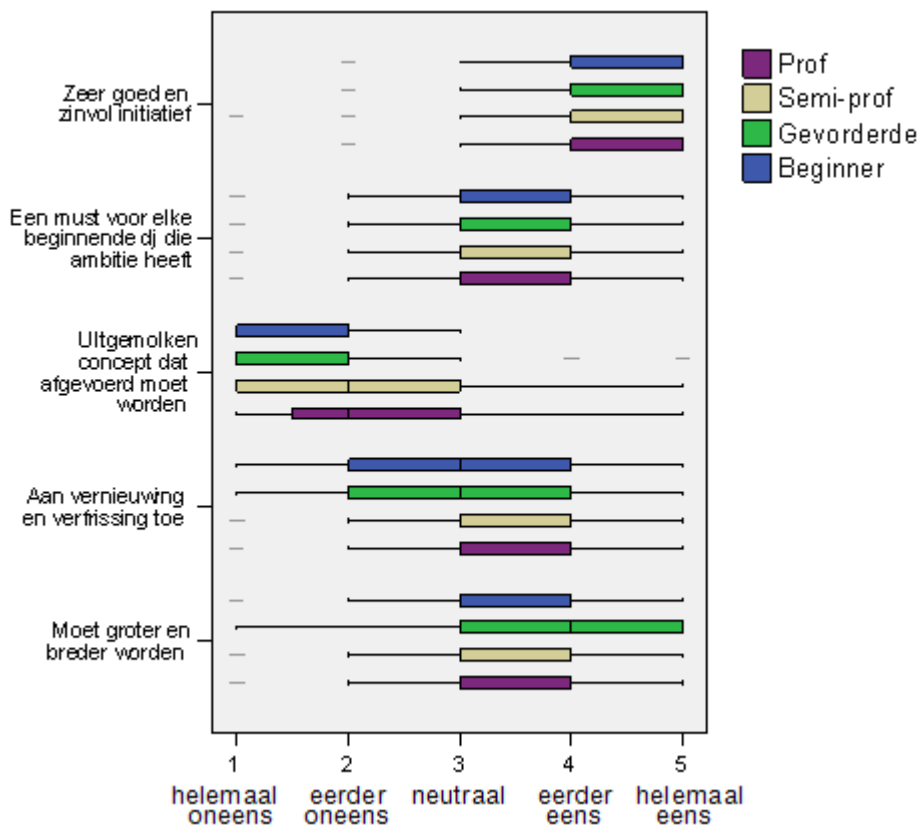
zodra men vordert. Vanaf de gevorderden ligt het percentage immers al meteen rond 57%, waar het echter ook blijft voor semi-profs en profs.

Vervolgens werd op basis van een aantal stellingen naar de mening over dit project gepeild. De algemene resultaten per antwoordmogelijkheid staan in de onderstaande tabel (Tabel 33). Een volledige scoretabel is bijgevoegd in bijlage (Bijlage 11).

	helemaal oneens	eerder oneens	neutraal	eerder eens	helemaal eens
Zeer goed en zinvol initiatief	0%	2%	11%	36%	51%
Een must voor elke beginnende dj die ambitie heeft	2%	14%	34%	30%	20%
Uitgemolken concept dat afgevoerd moet worden	40%	34%	22%	3%	1%
Aan vernieuwing en verfrissing toe	7%	18%	44%	25%	6%
Moet groter en breder worden	3%	5%	28%	38%	26%

Tabel 33: Beoordeling stellingen Young Talent Corner, likertschaal (n=792)

Om zowel de resultaten als de verschillen tussen de categorieën in overzichtelijk weer te geven, werd opnieuw gebruik gemaakt van een boxplotgrafiek (Grafiek 24).



Grafiek 24: Beoordeling stellingen Young Talent Corner, per categorie (n=792)

Bij de vraag of ze het een goed en zinvol project vinden, antwoordde meer dan de helft dat ze daar helemaal eens mee zijn (51%) en nog eens 36% is er eerder eens mee. Deze zeer hoge score (87%) toont aan dat het inderdaad een erg goed en zinvol initiatief is. Hoewel de profs ietsje genuanceerder lijken, geldt dat ook voor hen.

Wanneer gevraagd wordt of ze het een must vinden voor elke dj die ambitie heeft, blijkt dat vooral beginners daar eerder akkoord mee gaan, terwijl de gevorderden en professionelen net iets neutraler blijven ($p < 0,05$). De algemene tendens blijft positief.

Op de provocerende stelling dat het een uitgemolken concept is dat moet worden afgevoerd, reageren de meeste duidelijk in het voordeel van YTC. Meer dan 70% is immers niet akkoord. Semi-profs en profs lijken wederom ietsje genuanceerder, maar ook zij zijn niet akkoord.

Over de vraag of ze vinden dat het concept aan vernieuwing en verfrissing toe is, kan de meerderheid zich niet meteen een mening vormen en blijft meer dan 40 % neutraal. Er lijken er iets meer oneens dan eens. Enige mate van vernieuwing zou zeker geen kwaad kunnen. Uit de invulvelden bleek alvast dat er veel suggesties en opmerkingen gegeven worden en dat er dus gerust wat aan het concept gesleuteld kan worden. Dat wordt ook bevestigd met de volgende stelling.

Op de laatste vraag of ze vinden dat YTC groter en breder moet worden antwoordde men immers duidelijk positief. Het mag best wat groter en breder worden. Uit de vrije commentaren blijkt dat velen vooral breder gaan in muziekgenres en niet altijd dezelfde hoofdgenres aanbod laten komen belangrijk vinden. Met groter doelen ze meestal op de geografische spreiding. Er ligt een te grote focus op het Gent en omstreken volgens een aantal. Dat komt natuurlijk omdat YTC ontstaan is uit een partnership met Kozzmozz. Dat is immers een Gentse organisatie die grote gelijknamige evenementen organiseert in het Gentse. De YTC bal is daar aan het rollen gegaan. Daardoor zijn ook andere Gentse partners (vb. Decadance) mee op de kar gesprongen en is die bal vooral binnen Gentse blijven rollen. Ook de Body To Body-parties vinden meestal plaats in de Gentse discotheek Culture Club. Yves Dubouvry (Spacid) is zelf werkzaam bij Kozzmozz en legt uit dat zij daar zelf niets in de pap te brokken hebben. “Poppunt moet zelf maar andere partners zoeken in andere regio’s.” (Dubouvry, 2007) Er werd ook geopperd dat die Gentse dominantie zou doorsijpelen in de werking en de selectie bij de contests, maar ook daar blijkt niet veel van aan. “De laatste tijd

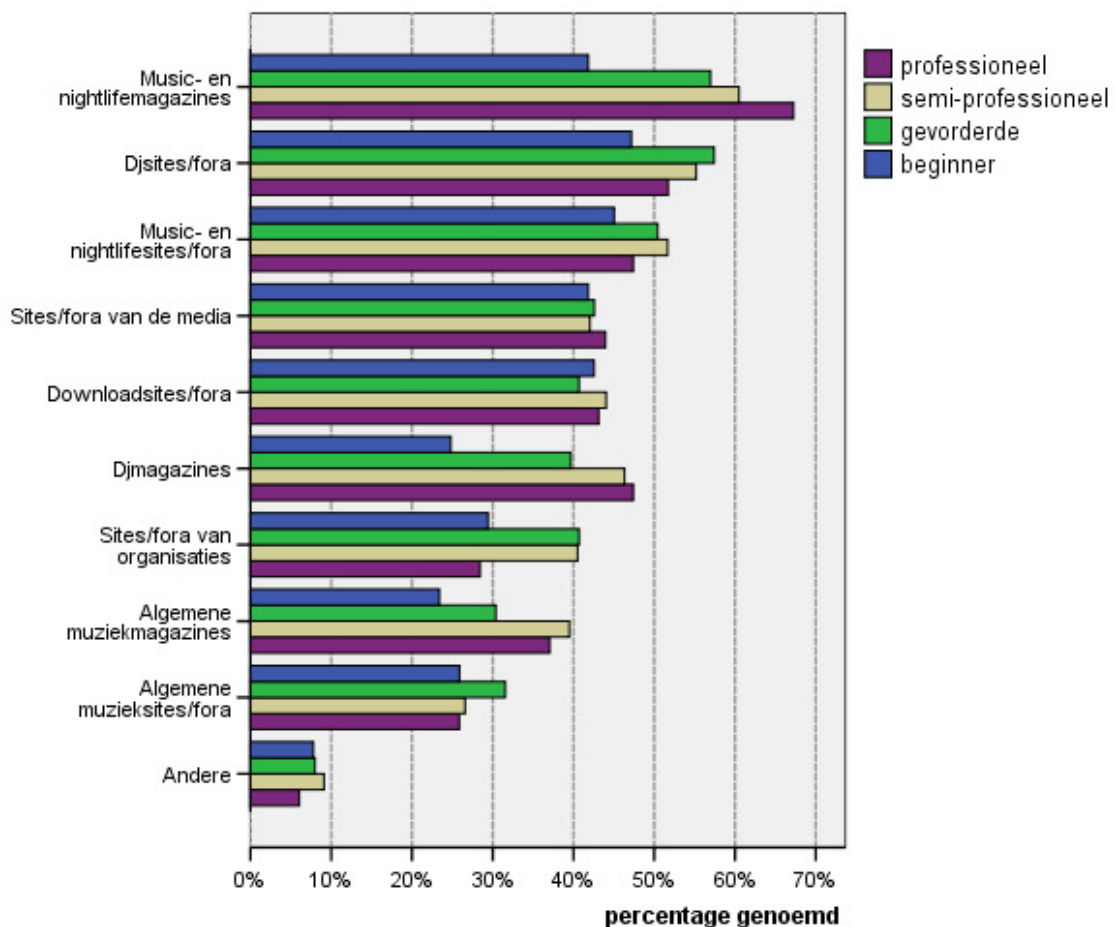
weten we soms niet eens wie in de jury zit en wie waakt over de kwaliteit van de dj's die bij ons zullen komen spelen. Kozzmozz moeit zich niet in de jury.” (Dubouvry, 2007)

Verder was er ook veel beklag over het feit dat producers niet aan bod komen. Een terechte opmerking. De omschrijving van YTC verwijst er echter niet eens naar. Af en toe is er eens een remix-wedstrijd. Iets dat alvast veel meer zou mogen gebeuren volgens vele respondenten. Wat speelkansen betreft is het probleem met producers dat ze niet op één lijn geplaatst kunnen worden met dj's. Ze zitten a.h.w. tussen twee vuren. “Producers die met een live-set willen uitbreken zouden eigenlijk net als rockgroepjes behandeld moeten worden.” (Dubouvry, 2007) Daar knelt het schoentje uiteraard opnieuw. Want wat voor podium bied je ze dan? Elektronische muziek op een rockpodium is niet vanzelfsprekend. Ralf Leesen van Limbomania legt de nadruk op het feit dat ze pop/rock ontvangen en producers met live acts evenzeer kunnen meedoen. De voorrondes gebeuren binnen bepaalde genres. Maar omgeving, jury en publiek van een pop/rock concours staat niet meteen te wachten op iemand die vanachter een laptop elektronische hoogstandjes doet. Zij willen een band zien. Wat ons wel weer naar zaken als YTC brengt dat daar wel de juiste sfeer en omgeving voor creëert. Ze kunnen dus best bij YTC worden opgenomen, maar met andere behandeling en beoordeling, en best een apart podium. “Poppunt moet hen een podium geven. Elektronische muziek wordt ook bij hen eigenlijk gediscrimineerd ten op zichte van gitaarmuziek. Die gasten moeten ze ook uit hun kot krijgen.” (Dubouvry, 2007))

Het juiste publiek vinden blijkt een moeilijk opgave. “Dancemuziek vraagt om een dancepubliek(...). Een rockpubliek is een veel kalmer publiek dan het dancepubliek. Dat is een veel moeilijker publiek, je weet niet wat je eraan hebt en je weet nooit waar je uitkomt.” “In '99 begon iedereen te draaien, maar de drive was veel minder en ze deden het om de verkeerde redenen. De vraag naar speelkansen steeg, maar als dj's gaan draaien stelt dat niet zo veel voor. Bands daar wordt moeite voor gedaan, voor dj's niet. En nu is het publiek verwend, zijn de dj's zelf verwend, er zijn minder mensen mee gemoeid als een pop/rock concours, m.a.w. de drive die nodig is, is er niet.” (Leesen, 2007) Vandaar ook dat Dj-Mania voorlopig haar laatste editie in 2004 heeft gehad. Yves Dubouvry gaf evenwel zelf toe er nog nooit van gehoord te hebben. Over de kleine (en veelal commerciële) contests vond hij: “Regionale en lokale contests moeten weg van zakkenvullerij en beter georganiseerd worden met vooral de juiste partners en zo een traject uitbouwen en nationaler gaan.” (Dubouvry, 2007)

Waar ook veel respondenten op wezen was een soort 100% - puur verhaal ontwikkelen voor dj's en producers, apart. Verschillende regionale contests binnen het kader van een nationale wedstrijd, of zelfs gekoppeld aan een poolsysteem, met de juiste partners en veel exposure. Het kan alvast tellen als tip. En wat tips betreft zou hier nog een heuse waslijst kunnen volgen van tips die binnenstroomden. Ook via interviews. Tot slot kort samengevat enkele kernachtige en veel geformuleerde boodschappen voor YTC (en gelijksoortige initiatieven): nazorg, feedback, langtermijn visie, opvolging, media-aandacht, juiste partners, sponsors, exposure, platform, draagvlak, kwaliteit, nationaal en lokaal.

5.7 Geschreven media



Grafiek 25: Gebruik van bepaalde types media, gerangschikt, per categorie (n=1406)

In bijlage kan een volledige scoretabel geraadpleegd worden (Bijlage 12). De meeste respondenten blijken gebruik te maken van music- en nightlifemagazines. Dat zijn magazines die zowel inspelen op de muziekliefhebber, vooral wat betreft elektronische muziek, als ook op de geïnteresseerde in elektronische muziek en het uitgaansgebied. Ook magazines die zich niet enkel toespitsen op de elektronische muziekscène, maar op de music and nightlife scène in het algemeen, horen hier bij. De grafiek (Grafiek 25) toont een duidelijk zichtbare positieve trend ($p < 0,05$). Het percentage gaat in stijgende lijn volgens categorie. Waar bij de beginners minder dan de helft (44%) van deze magazines gebruik maakt, stijgt dat bij de profs tot op bijna drie kwart (73%). Dat is meteen de helft meer, en kan dus een vrij aanzienlijk verschil genoemd worden. Wat hieruit zou kunnen afgeleid worden is dat men in het begin eigenlijk vooral zijn ding doet en dat men naarmate men evolueert en professioneler begint te worden men meer en meer geïnteresseerd geraakt in wat er zoal gebeurt, welke trends zich voordoen, wat er in is, wat andere artiesten doen en maken. Een vaststelling die we eerder al deden. Dezelfde trend doet zich trouwens voor bij de dj-magazines, hoewel ze niet meteen de meest gebruikte media zijn (binnen de totaalscore komen ze op de 6^e plaats, wat wel nog steeds goed is voor 44%). Een kwart van de beginners (26%) geeft aan hier gebruik van te maken, waarna het in continu stijgende lijn gaat tot bij de pro's die met de helft (51%) hier gebruik van maken. M.a.w. een verdubbeling. Kijkt men meer en meer naar de anderen naarmate men vordert en professionaliseert? Of wil men zich ervan vergewissen dat er geen trends of evoluties gemist worden? Of is het een manier om zichzelf ervan te overtuigen dat men goed bezig is? We legden de professionals zelf het vuur aan de schenen met deze vragen. Het bleek alvast de ideale wc-lectuur. Een aantal van de geïnterviewde profs gaf inderdaad letterlijk te kennen dat ze die boekjes graag en vooral lezen op het toilet. Voorts blijkt dat ze vooral gelezen worden uit interesse voor en in functie van op de te hoogte blijven van nieuwe dingen, nieuwe releases, nieuwe artiesten, nieuwe stromingen en noem maar op. Het is een beetje om de vinger aan de pols te houden wat betreft de scène. Als je zo een boekje doorbladerd hebt, weet je ongeveer 'what's going on', en dat is de bedoeling. Toch werd ook toegegeven dat er een groot afkijkgedrag bestaat binnen de sector. Het is een ingeburgerde praktijk om bijvoorbeeld te kijken naar wat anderen op hun playlists hebben staan. Als je merkt dat anderen iets veel draaien en iedereen erop meegaat, wil je dat ook misschien ook eens proberen. Sommige dj's en commerciële instanties maken zelfs gebruik van die playlists om bepaalde tracks van bevriende of gecontracteerde dj's en producers te 'pushen', en ervoor

te zorgen dat het gekend en gedraaid wordt. Die praktijk speelt handig in op die copycatgedachte.

Op de tweede plaats komen de dj sites en –fora. Dat is uiteraard begrijpelijk aangezien die specifiek op deze doelgroep zijn afgestemd. Op de derde plaats komen al meteen music- en nighlifesites en –fora. Dat vinger aan de pols houden en al dan niet het afkijkgedrag zet zich dus verder online. Hierna volgen de sites en fora van de media. Onder andere de site van Studio Brussel blijkt bijvoorbeeld een vrij druk bezochte site te zijn. Ook hier zijn bovendien heel wat playlists beschikbaar. Maar niet enkel het checken van playlists is van belang, ook het algemene nieuws uit de popscène is interessant om weten. Studio Brussel kondigt bovendien op haar site regelmatig dj-contests en remix-wedstrijden aan. Wat natuurlijk ideaal is voor een groot deel van deze doelgroep. Bovendien worden de winnaars op de site kenbaar gemaakt en kan je achteraf het winnende werk eventueel herbeluisteren. Dat weet deze groep te appreciëren want het werd meerdere malen als minpunt van YTC aangehaald.

Vervolgens komen de downloadsites met 45% bij alle groepen. Er wordt dus veel muziek via het internet binnengehaald. Het is immers gemakkelijk en goedkoop. Je kan zo wat alles wat je maar wenst downloaden of bestellen. Van een mp3 bestandje tot een ganse vinyl collectie. Zowel illegaal als legaal zijn de mogelijkheden zeer groot. De online mogelijkheden zijn legio en blijven zich uitbreiden. Je zou bijvoorbeeld zonder probleem een online label kunnen oprichten of enkel een online artiest zijn. Je kan het zo gek niet bedenken of het zal wel mogelijk zijn of kunnen worden.

Dj magazines komen op de zesde plaats. 40% van de respondenten maakt vooral ook hiervan gebruik. Er is weer een positieve trend.

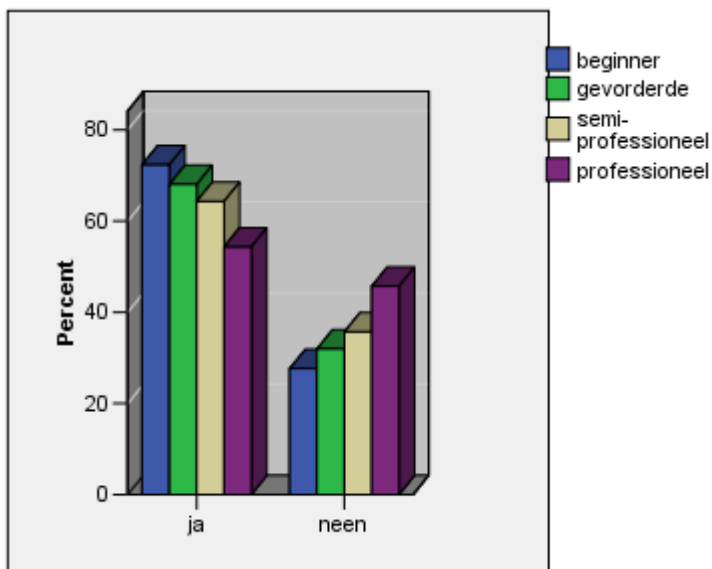
Vervolgens komen nog sites en fora van organisaties, die het iets beter doen bij de middelste twee groepen. Dat strookt volledig met de theorie dat die twee groepen ook het hardste willen evolueren en dus het meest op zoek zijn naar informatie en ondersteuning bij steunpunten en organisaties.

De hekkensluiters zijn zowel de algemene muziekmagazines (34%) als de algemene muzieksites en fora (30%). Ze scoren het minst goed, maar dat neemt niet weg dat nog steeds

ongeveer één derde van de respondenten er op regelmatige basis gebruik van maakt. Van magazines nog meer dan de sites en dat neemt met de professionaliteit toe.

5.8 Radio

Ten slotte deden we nog één merkwaardige vaststelling wanneer de respondenten werd gevraagd of ze naar bepaalde radioshow's luisteren die gericht zijn op hun genre voor informatie. Grafiek 26 toont aan dat zich hier een omgekeerde trend voordoet dan we zagen bij het gebruik van de radio in de carrièreontwikkeling. Bijna drie kwart (72%) van de beginners antwoordt positief en we merken een gestage daling tot bij de profs waar maar net iets meer dan de helft (54%) dat doet ($p < 0,05$). De trend van de cijfers is duidelijk. Het algemene totaalpercentage is mooi verdeeld: 2/3 ja en 1/3 nee (Tabel 35).



Grafiek 26: Luistergedrag radioshow's, per categorie (n=1481)

	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
ja	72%	68%	64%	54%	67%
neen	28%	32%	36%	46%	33%

Tabel 34: Luistergedrag radioshow's, per categorie (n=1481)

Deze negatieve trend staat in schril contrast met de vaststelling dat de profs zowel in de resultaten van het kwantitatief onderzoek als het kwalitatief onderzoek duidelijk wijzen op het nut en belang van radio. Ze blijken het een belangrijke manier te vinden om te evolueren. Uit de interviews bleek dat het voor velen een springplank was. De resultaten hier weerspiegelen uiteraard enkel het passieve en niet het actieve gebruik van dit medium. Naarmate men evolueert, gaat men blijkbaar zelf minder naar de radio luisteren of meer gericht op bepaalde radioshow's afstemmen. Allicht heeft men er ook alsmäär minder tijd. Bovendien kunnen ze zich ondertussen al voldoende informeren via andere wegen. Merk wel op dat radio ook via het internet beluisterd kan worden. De antwoorden van de respondenten verwezen naar een aantal online radioshow's.

Welke radiostations of radioshow's worden het meeste beluisterd door onze respondenten? Op dat vlak is er blijkbaar een ongelooflijk sterke heerschappij van Studio Brussel, met het zeer veel vermeldde Switch. Maar ook De Maxx en Mish Mash worden vaak vermeld. Nog een paar andere zenders komen eveneens geregeld terug. Onder meer Topradio (meer specifiek Neon op Topradio), Livesets.com, Rotationz, Jungle Fever (stubru), Beatz & Bleepz (XLR Radio), Hed Kandi, Donna, White Noise (Dave Clarke), Worldwide (Gilles Peterson), cbs.nu, jungletrain, A state of trance (Armin Van Buuren), mix-up (Donna), Release Yourself (Roger Sanchez), Urgent.fm, BBC 1, ...

6 Conclusies en aanbevelingen

Deze studie richt zich op de dj/producer en bestudeert zijn figuur, zijn positie in het muzieklandschap en meer bepaald zijn carrièreontwikkeling. Zowel de figuur van de dj/producer als het probleem van de carrièreontwikkeling komen in het cultuur- en muzieksociologisch onderzoek weinig aan bod. Deze studie is zodoende thematisch vernieuwend en hoopt toch vooral concreet relevant te zijn. Het doel is een breed inzicht te leveren en een volwaardige erkenning en ondersteuning voor dj's en producers mogelijk te maken.

In de eerste fase van het onderzoek werd de figuur van de dj/producer in zijn historische context beschouwd. Hij is de centrale figuur in dit werk en blijkt ook in de historische evolutie een belangrijke economische, sociale en - uiteraard - muzikale rol en functie te vervullen. Hij toont zich als een uitgesproken voortrekkersfiguur. Hij stuurde mee aan de ontwikkeling van de muziek die hij draaide en ook zelf is beginnen maken. Interactie met zijn publiek is voor hem fundamenteel. Deze publieke en centrale positie bekleedt de dj/producer van vandaag ook nog. In het popmuzieklandschap, maar vooral in de 'dance' of elektronische (dans)muziekscène, neemt hij een cruciale plaats in. Zijn vak zoals het zich vandaag gevormd heeft, heeft haar oorsprong vooral aan dit milieu te danken. Het is ook voornamelijk hier dat de dj zijn metier ontwikkelde en het spectrum ervan uitbereidde van plaatjesdraaiers tot innoverende artiesten met eigen muziekcreaties. De dj's en producers blijken ook vandaag nog steeds belangrijke stuwende en vernieuwende krachten te zijn. Misschien meer dan ooit zelfs. Ze voeren technische en muzikale evoluties aan en maken daarbij gretig gebruik van de kennis en het materiaal dat onze rijke muzikale geschiedenis voortbracht, en dat zij op hun beurt en in hun eigen interpretatie implementeren en verder doorgeven. Ze blikken vooruit met een halve voet in het muziekverleden. Ze selecteren en met hun selectie willen ze de mensen bekoren en amuseren. Ze nemen daarbij niet alleen een entertainende maar ook een opvoedende taak op. Ze vervullen m.a.w. een veelzijdige en belangrijke rol in muziek en in de muziekgeschiedenis.

Toch is dat geen algemene kennis en wordt deze figuur mede door o.a. een imagoprobleem niet ten volle naar waarde geschat. Niet in het onderzoek, de literatuur, de muziekindustrie, het beleid of de wetgeving, i.e. niet in de samenleving. Dit project wil deze scheve situatie

recht trekken en is bijgevolg ook maatschappelijk vernieuwend en relevant. Uit deze probleemsituatie vloeide immers de centrale doelstelling van dit werk voort, namelijk volwaardige erkenning en ondersteuning voor dj's en producers in Vlaanderen (helpen) te verwezenlijken. Ondanks de actualiteit van cultuurparticipatie en diversiteit vallen de activiteiten van de dj/producer buiten het geïnstitutionaliseerde circuit en de maatschappelijke, sociale, culturele en financiële steun en erkenning die daarmee gepaard gaat. Onterecht.

Om te beginnen is er nood aan meer objectieve en positieve visie op en houding tegenover deze doelgroep. Wanneer de muziekindustrie blijkt geeft van enige toenaderingspogingen, gebeuren die veelal vanuit commerciële en marketing overwegingen waarbij ze de figuur van de dj als 'marketable star' gaan exploiteren. Binnen het cultuurbeleid, anderzijds, worden de dj's nochtans wel vooral met commercie geassocieerd en bijgevolg niet echt als onderdeel van de cultuursector gezien. Met geen woord rept men erover binnen bestaande decreten. Ook de wetgever blijkt geen oog te hebben voor de belangen en de belangrijkheid ervan in onze samenleving. De Commissie Kunstenaars of de RVA zijn een weinig eervolle aalmoes. Gericht onderwijs is eveneens niet veel soeps, op eigen initiatief van een aantal muziekcentra na, maar waarvan de drempel voor velen te hoog blijkt. Ze blijken hoofdzakelijk aangewezen op zelfstudie, het internet en vrienden of collega's. Gespecialiseerde platenzaken samen met het internet en de vrienden en collega's vormen eigenlijk hun voornaamste ontmoetingsplaatsen en leerplekken.

Wanneer we de figuur van de dj/producer in zijn socio-demografische context plaatsten, zien we dat we te maken hebben met voornamelijk jonge, actieve burgers die, op een klein groepje profs na, er bijna allemaal een job of een studie op na houden. Bovendien blijken zij hoger opgeleid dan de gemiddelde Vlaming en zij oefenen ook vaker hogere functies uit. Het maatschappelijk aanzien van de betrokkenen strookt niet echt met de reputatie die aan de dj/producer en zeker aan het dance milieu wordt toegedacht.

Op basis van dit profiel kon zonder vooroordelen de hoofdrolspeler aan verdere en meer diepgaande analyse onderworpen worden. Dit onderzoek stelde carrièreontwikkeling daarbij voorop als centrale insteek. Op basis van zelfbeoordeling in functie van het continuüm amateur-professioneel, waarop men muzikanten en artiesten plaatst, werd de groep ingedeeld in vier categorieën: de beginners, de gevorderden, de semi-professionelen en de

professionelen. De zelfbeoordeling garandeerde neutrale of toch minstens ‘interne’ onderzoekswaarnemingen. De studie van de overeenkomsten en de verschillen tussen deze vier categorieën op pertinente punten vormde de rode draad doorheen het verhaal en de uitvoering en ontplooiing van dit onderzoek.

Eerst werd er een muzikaal profiel opgemaakt dat rekening hield met muzikale achtergronden, huidige muzikale activiteiten, en muzikale voorkeuren. Hier werd de klassieke aanname dat de voornaamste elektronische (dans)muziekgenres door deze groep het best gesmaakt worden bevestigd. Ook vele andere muziekgenres kwamen aan bod en dat bevestigd dan weer de huidige eclecticische tendens die zich binnen de scène voordoet. Men staat open voor oud en nieuw, elektronisch, akoestisch en eclecticisch. Men streeft vooral naar een gezonde mix. En dat niet enkel wat betreft muziekgenre, maar bijvoorbeeld ook wat betreft het medium waarmee muziek wordt gemaakt of beluisterd. De oude vinyl plaat scoort nog steeds het hoogst. Ze gaat vaak hand in hand met het digitale, wat voor velen een optimale combinatie is die toelaat om voordelen uit verschillende zaken te halen. Hun interesses beperken zich niet tot hun eigen wereldje. Ze staan open voor andere, wel vooral muzikale, aangelegenheden. Liefste van al wonen ze sets of optredens van andere artiesten bij. Het geeft blijk van een positieve onderlinge dynamiek en appreciatie van elkaar als publiek. Op sets en optredens komen velen voor het eerst ook in contact met hun latere bezigheden als dj en/of producers. Ook platenzaken en vrienden blijken hierin een belangrijke stimulerende factor. Zelf georganiseerde parties eveneens. Zij zijn in elk geval doorslaggevend bij de eerste praktijkervaring en contact met podium en het publiek. De overgrote meerderheid heeft al voor een publiek gespeeld, ook de meerderheid van de beginners. Vooral fuiven en jeugdhuizen blijken hun belangrijke speelkansen te bieden. We zien ook dat deze eerste stappen veelal vrij jong worden gezet en dat maar weinigen echt veel ervaring hebben.

Muziek is de grootste motivatie. Men haalt er haalt er duidelijk een grote muzikale voldoening uit, een ‘kick’ of goed gevoel. Dat blijkt dé reden bij uitstek waarom men dj en/of producer wordt. De tweede is creativiteit. Rijk en beroemd worden is hier minder belangrijk (in tegenstelling tot wat onderzoek bij popmuzikanten uitwees). Het spectrum van de activiteiten heeft zich duidelijk uitgebreid tot artiest die eigen creaties brengt. De meerderheid is bezig met muziekproductie, ook onder de niet-profs. Hoewel het bij profs wel het sterkst leeft. Het bleek dan ook een ‘ultieme carrièremove’ te zijn. Ongeveer de helft komt met zijn creaties ook naar buiten. Dat gebeurt vooral via het internet. Een eigen website en/of myspace

zijn bijzonder populair. Vinyl blijft voornamelijk een zaak van profs en een nummer op vinyl uitbrengen heeft nog steeds een zeer groot aanzien. Het is zowat de kroon op een werk.

Die publieke drang is enorm groot. We zien dat de helft van de beginners al regelmatig voor een publiek staat. Wederom zijn vooral de feestjes van of voor vrienden de meest gebruikelijke locaties voor geregelde publieke optredens. Dat en fuiven. Ook bij profs zijn dit de twee sterkst benutte locaties. Zij treden echter ook nog veel op andere plaatsen op. Er valt bovendien een evolutie in waar te nemen. De feestjes en jeugdhuizen komen het eerst aan de orde en hebben een belangrijke introductiefunctie. Vervolgens komen de fuiven en de jongeren- en danscafés die zodoende een belangrijke doorstromingsfunctie hebben. Ten slotte komen de grotere locaties zoals clubs, discotheken, evenementen en festivals, waarnaar wordt doorgestoten naarmate men professioneler bezig is.

De meerderheid van de optredens geeft men in zijn eigen regio of provincie, voor een publiek van 100 tot 500 personen en tegen een prijs die varieert van (veelal) gratis tot (eerder uitzonderlijk) 500 euro. De meeste halen er geen inkomen uit. Dat is slechts weggelegd voor een beperkte groep van profs. Slechts één kwart van de profs kan van hun activiteiten als dj/producer ook leven. Ze zijn dan meestal zelfstandige. Voor de anderen blijkt er in verband met statuten of rechtsvormen niets van toepassing te zijn voor de beoefening van hun activiteiten. Dat geldt zelfs voor een aantal profs.

Om de effectieve carrièreontwikkeling die zich bij deze doelgroep voltrekt meer in detail te kunnen begrijpen en schetsen, werden de respondenten ook ondervraagd op wat ze zelf als de belangrijkste carrièrebepalende factoren zien en met welke middelen ze zelf evolueren en stappen in hun carrière ondernemen. We peilden ten slotte ook naar hun verwachtingen, doelstellingen, ambitie en motivatie. Zowat alle factoren die al naar voren kwamen bleken belangrijk ingeschat te worden. Essentieel zijn: ‘motivatie’, ‘talent en kunnen’, ‘mensen kennen en netwerken’, en ‘originaliteit en creativiteit’. Opvallend is de aanwezigheid van ‘mensen kennen en netwerken’, waar de andere drie eerder intrinsieke factoren zijn. Geïnterviewde profs wezen daar nadrukkelijk op. De juiste motivatie hebben, iets kwalitatiefs bieden, de nodige creativiteit hebben en de juiste personen rondom u blijken van heel groot belang. Het strookt ook met de bevinding dat het minste belang werd gehecht aan geld.

Er zijn veel manieren die ingeschakeld kunnen worden om te evolueren zijn, en ook hier bleken ze bijna allemaal belangrijk. De belangrijkste zijn referenties, (zelf)promotie, residency, zelf parties organiseren, en opleiding of zelfstudie. Dat referenties nog voor (zelf)promotie komt lijkt te maken hebben met de exposure waaraan het gelinkt is. Exposure blijkt fundamenteel. Het verhoogt de visibiliteit en aandacht, wat meer boekings oplevert, zeker wanneer men goede referenties kan aandragen. (Zelf)promotie is echter ook zeer belangrijk, een carrière ontwikkelt duidelijk niet zomaar vanzelf. Men gebruikt daartoe in de eerste plaats de mixtapes of demo's die verspreid, uitgedeeld, rondgestuurd worden naar al wie er iets mee zou kunnen (willen) aanvangen. Ook de eigen website en vooral de eigen myspace wordt intensief als promotiemiddel gebruikt. Vooral de profs spelen hier nog meer op in. Het hele online gebeuren staat centraal in vele ontwikkelingen binnen deze doelgroep. Net zoals blijkt dat ze aan alle factoren en manieren belang hechten, bleek ook uit de interviews dat het noodzakelijk is om aan alle voorwaarden te voldoen en alle kanalen te benutten. Op mediavlak zien we dat profs veel gebruik maken van verschillende soorten media. Vooral music- en nightlifemedia worden gebruikt. Hierbij werd vermelding gemaakt van een zeker copycatgehalte dat leeft onder dj's en producers. Iets wat eigen aan de sector bleek te zijn. Wat ten slotte ook opviel is dat beginners veel radioshow's luisteren terwijl dat maar de helft daarvan meer is bij profs, hoewel die laatsten er wel vaak voor werken en het belang ervan benadrukken. Voor een heel aantal is het immers de doorbraakfactor bij uistek geweest en speelt het een blijvende grote rol. Net als bij een groot deel van de ganse doelgroep.

De belangrijkste doelstelling in de carrière blijkt bezig te zijn met muziek en 'hun ding' kunnen doen. Ze hebben duidelijk ook veel ambitie, want op de tweede plaats willen ze vooral op grote festivals en evenementen spelen. Vervolgens komt weer de muziek naar boven want ze willen vooral zelf muziek maken en er liefst ook mee naar buiten komen. Ook een residency blijken ze belangrijk te vinden. Wat hen vooral niet drijft is geld en faam. Ook uit voorgaande analyses blijken ze het echt niet te doen voor het geld en de roem, in tegenstelling tot wat veel gedacht werd.

De muziek is wat hen drijft, wat hen motiveert en waar ze mee bezig willen zijn en mee naar buiten willen komen. Van daar is het ook niet onlogisch dat er wat betreft ondersteuning en begeleiding vooral op gebied van materiaal veel vraag is. Er werd immers gepeild naar de noden en behoeften die bestaan, en bij welke organisaties ze daarvoor (zouden) aankloppen.

Het blijken voor zowat alles de vrienden en collega's te zijn. Ook websites en fora worden hier weer veel ingeschakeld. Ze kunnen echt niet zonder hun vrienden of collega's, of zonder het internet. Er bestaat ook een grote nood aan speelkansen. Men is voortdurend op zoek naar plaatsen en gelegenheden om te kunnen optreden. Die grote drang om voor een publiek te willen staan wordt nog eens bevestigd. Deze drang blijkt ook een juiste en een noodzakelijke motivatie te zijn. Muziek en publiek gaan immers samen. Je muzikaal ding willen doen voor een publiek, daar in opvallen en creatief zijn. Men wil op muzikaal vlak opvallen en men wil exposure of in de kijker staan. Dat blijkt noodzakelijk om 'carrière' te maken. Dit blijken zowat de drie meest essentiële onderdelen van het bestaan en de carrière van de dj/producer: muziek, publiek en opvallen of uitblinken. Die werden ook in de interviews door de profs benadrukt. Het blijkt ook uit het feit dat een derde meest gezochte ondersteuning opleiding/skills/techniek betreft, want ze willen goed zijn in wat ze doen en erin uitblinken wanneer ze dit tentoon spreiden.

Voor speelkansen wordt soms een beroep gedaan op Poppunt. Tegen de verwachting in wordt voor opleiding zelden beroep gedaan op de organisaties die het aanbieden. Vrienden en internet blijven de vaste waarden. Voor promotie is deze verdeling al wat meer evenredig en voor de betrekkelijk grote nood aan informatie over auteursrecht bijvoorbeeld blijkt de weg naar de belangenverenigingen duidelijk toch wel gevonden. Echter, ook voor zakelijke aangelegenheden gaan ze eerder daar aankloppen dan bijvoorbeeld bij Poppunt. Effectieve begeleiding in de carrièreontwikkeling blijkt slechts bij één vijfde van de groep voor te komen. De taak wordt meestal door clubeigenaars en promotoren opgenomen. Bij profs is de boekhouder het belangrijkste begeleidingsorgaan. Slechts één tiende heeft een geschreven overeenkomst, vooral met clubeigenaars en promotoren. Maar door het hoge belang ervan bij profs, is dat nog het meest met platenfirma's.

Ten slotte werd natuurlijk nagegaan of Poppunt bekend was. Drie kwart kende het en maar de helft kende Young Talent Corner, Poppunt's speelkansenproject specifiek voor dj's. Op zich is dit niet zo slecht, maar het toont toch een lacune van één vierde van de groep aan. Als dj's of producers Poppunt wel kennen, maar niet het project dat ze speciaal voor hen organiseren, wijst dit op een ernstig communicatieprobleem. Dat brengt ons meteen bij een fundamenteel probleem. Het stelt zicht eveneens i.v.m. met YTC op zich. Men klaagde over te weinig feedback, een ondoorzichtige manier van werken, de winnaars van contests niet te publiceren, etc. YTC werd over het algemeen wel heel zinvol en nuttig beoordeeld. Het is in zekere zin

een must voor elke beginnende dj en zou best groter mogen worden, zowel geografisch als evenementieel, en breder in muziekgenres. Ook vernieuwing zou niet misstaan, maar afgevoerd moet het allerminst.

De problemen die aan de oppervlakte zijn komen drijven berusten voornamelijk op drie overkoepelende hoofdoorzaken die de fundamentele probleemstelling van dit onderzoek voeden.

Dat is ten eerste een tweerichtingscommunicatieprobleem. Dit probleem verschijnt doorheen heel het onderzoek. Het vormt een belangrijke drempel in het tot stand komen van een gunstige omgeving en wisselwerkingsklimaat. Dit probleem manifesteert zich in zeker mate tussen de doelgroep en de vele spelers binnen haar actieterrein, maar vooral tussen de doelgroep en de niet-commerciële instanties en veelal niet-ingewijden die met een vertekend beeld van de dj's en producers te kampen hebben. De communicatie verloopt stroef zowel van de instanties zelf naar de doelgroep toe als omgekeerd. Het werkt elkaar in de hand. Verschillenden blijken immers geen rekening te houden met de doelgroep, ze weten veelal niet veel af van hun bestaan of blijken alvast niet geneigd te zijn om toenadering te zoeken. Wat in de omgekeerde richting hetzelfde blijkt te zijn. Een belangrijke reden van dit tweerichtingscommunicatieprobleem is meteen ook de volgende hoofdoorzaak aan de orde.

Er blijkt namelijk een groot gemis te zijn aan organisatie, vereniging, structuur en transparantie. Dit is uiteraard een grote belemmering in het tot stand komen van een goede tweerichtingscommunicatie. Er zijn immers geen organisaties, verenigingen of personen om op te komen voor de belangen van de ze doelgroep en ze te verdedigen bij andere instanties en de zogenaamde 'outsiders'. Daardoor weten deze laatste ook niets af van wat er zich afspeelt op dit terrein, waar zich de problemen stellen en wat er gedaan zou moeten worden. Daardoor stellen ze er zich ook minder voor open omdat er niets of niemand is die hen daar effectief toe aanspoort. Ga en verenig u is hiermee de boodschap naar deze sector toe. Want niet alleen doet dit de relatie en communicatie tussen de doelgroep en de betrokken instanties te niet, ook binnen het actieterrein en de sector van dj's en producers zelf en in functie van hun eigen carrièreontwikkeling is dit een enorm gemis en domper op de feestvreugde. Ze kunnen immers op niets of niemand beroep doen, of er ten rade gaan, ze hebben veelal geen weet van wat wel en wat niet te doen, ze tasten voortdurend in het duister en die lak aan structuur en

organisatie is daardoor mede oorzaak van het derde grote en overkoepelende probleem dat aan de orde is gekomen doorheen dit hele verhaal, namelijk de dominantie van ‘netwerken’.

De sector zelf blijkt mede wegens de voorgaande problemen voort te drijven op een primaat van het ‘netwerken’ en wel in beide betekenissen van het woord. Door onder andere het gemis aan organisatie of leiding en door het communicatieprobleem vormen zich immers voortdurend (interne) netwerken. Netwerken die veelal moeilijk zijn om deel van uit te gaan maken. Waar men meestal geen vat op heeft. Die regelmatig niet echt openstaan voor nieuwe spelers en andere ideeën of stromingen. Vandaar ook dat ‘het netwerken’ zo belangrijk blijkt. Omdat er nu eenmaal toenadering tot die netwerken gezocht en onderhouden moet worden om iets te betekenen te hebben of gewoon nog maar te weten te komen. Het spel moet worden meegespeeld. De nodige contacten moeten worden gelegd. Het belang van weten wie wat doet en waarom blijkt groot. De juiste mensen kennen op de juiste plaatsen blijkt vervolgens ook de juiste aanpak in dit soort constructie en omgeving.

Dat alles desondanks de juiste ambities, aspiraties en motivaties bij de doelgroep zelf. Hoewel zij er wel blijk van geven zich om de goede redenen op allerlei manieren te willen ‘smijten’, spelen al deze struikelblokken uiteraard enorm in hun nadeel. Zij gaven in de loop van het onderzoek zelf duidelijk aan er met de juiste bedoelingen aan te beginnen en ermee verder te gaan. De muziek is wat telt voor hen. Ze willen hun muzikaal ding kunnen doen, hun drang op muzikaal vlak kunnen botvieren en daar hun persoonlijke kick uithalen. Dat is wat leeft onder de doelgroep. Dat is wat hún drijft. De zonet opgesomde overkoepelende problemen belemmeren hun de doorgang. Wat hén drijft kan in het beste geval een voorbeeld zijn voor wat de ganse sector en de volledige omkadering zou kunnen drijven. Zij doen het zelf alvast voor de juiste redenen en bovendien blijken ze dat ook te doen met de nodige inzet en drijfveer. Ze willen en proberen om vooruit te komen, op allerlei manieren. Indien hun omgeving of andere betrokken partijen en instanties hen daar nu nog wat bij zou helpen en in de eerste plaats iets zou doen aan de drie grote pijnpunten die uit dit onderzoek zijn gebleken, dan zouden we kunnen bouwen aan een betere toekomst voor hen, aan een positief klimaat en een gunstige werkomgeving waarin deze doelgroep functioneert en tracht te evolueren en er kan in slagen om iets te betekenen. Wat tenslotte ook ten goede zou komen aan de ganse scène waarbinnen dit hele verhaal zich afspeelt en ze zo gunstig en positief zou ondersteunen en uitbouwen.

We zijn aan het einde van dit verhaal gekomen. Het verhaal van dj's en producers. Het verhaal dat ertoe poogt hun volwaardige erkenning en ondersteuning tot stand te laten komen of daartoe alvast een aanzet te bieden. Het verhaal dat vanuit die optiek tot stand is gekomen en zich afgewikkeld heeft. Het verhaal dat eigenlijk maar een inleiding hoopt te zijn tot een veel groter verhaal, tot een volwaardig erkennings- en ondersteuningsverhaal, waarin het woord de fakkel doorgeeft aan de daad...

Zodat deze groep gemotiveerden met hun drang om met de muziek waarvan ze houden bezig te zijn en aan een publiek te laten horen, een klankbord krijgen, en muzikale ontwikkelingen de vrije loop gelaten worden. Zodat zij de rollen en functies van dj's en producers, zoals die ook historisch gebleken zijn, ongestoord kunnen blijven verder zetten. Zodat ze met hun muziek de feestende menigtes en massa's muzikliefhebbers kunnen blijven verbazen, bekoren en beroeren. Want dat is waar het tenslotte allemaal om draait. Muziek, publiek, uitblinken...

“Music is the answer. (Dancin’ and Prancin’)” (Danny Tenaglia)

Literatuurlijst

Administratie Planning en Statistiek. 2005. *Cijfers: demografie*. Beschikbaar op: http://aps.vlaanderen.be/statistiek/cijfers/stat_cijfers_demografie.htm (30/04/07)

Altena, A. (1999). 'Wat is er nieuw? Wat is er! Gemengd goed. In: *What's New? Essays over het blang van nieuwe media voor de beeldende kunst*. p. 19-21. Beschikbaar op: www.xs4all.nl (4/03/07)

Brewster, B.& Broughton, F. (2000). *Last night a dj saved my life. The history of the disc jockey*. Londen: Headline Book Publishing.

Brewster, B.& Broughton, F. (2006a). *Last night a dj saved my life. The history of the disc jockey*. Londen: Headline Book Publishing.

Brewster, B.& Broughton, F. (2002). *How to DJ [properly]. The art and science of playing records*. Londen: Transworld Publishers.

Brewster, B.& Broughton, F. (2006b). *How to DJ [properly]. The art and science of playing records*. Londen: Transworld Publishers.

Boel, J. (2006). 'A-B-C-Dance: Het techno-alfabet' in Focus Knack.

Cattebeke, H. (2005). 'Red Bull Music Academy. The Sound of C-attle' in Focus Knack.

De Meyer, G. & A. Trappeniers. 2005. *Lexicon van de muziekindustrie*. Leuven: Acco.

Galle, K. 2005. *Een kwalitatief en kwantitatief onderzoek naar de dj-gemeenschap in Vlaanderen*. Leuven, KULeuven.

Keunen, G. (1996). *Surfing on pop waves. Een kwarteeuw popmuziek*. Antwerpen: Kritik.

Keunen, G. (2002). *Pop! Een halve eeuw beweging*. Tielt: Lannoo

Knack. (2006). 'De liefde voor muziek' in Knack.

Knol, M. (2005). *75 procent van de muzikanten wil rijk en beroemd worden: een onderzoek naar de ondersteuning van popmuzikanten in Vlaanderen, een vergelijking met Nederland en een toetsing van die ondersteuning bij de Vlaamse popmuzikant*. Antwerpen: Karel de Grote Hogeschool en Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.

Kunstenloket.(2005). *Het kunstenaarsstatuut in 15 vragen*. Beschikbaar op: www.kunstenloket.be (5/4/07)

Kunstenloket. (2006a.) *Het kunstenaarsstatuut*. Brochure, Antwerpen: Kunstenloket.

Kunstenloket. (2006b). *BTW in de artistiek sector*. Brochure, Antwerpen: Kunstenloket.

- Kuypers, M. (2003). *Loopbaanontwikkeling. Onderzoek naar competenties*. Enschede: Twente University Press.
- Laermans, R. (2002). *Het cultureel regime. Cultuur en beleid in Vlaanderen*. Tielt: Lannoo.
- Laermans, R. & Lievens, J. & Waeye, H. (red.) (2003). *Cultuurkijker: aanzetten voor cultuuronderzoek in Vlaanderen*. Antwerpen: De Boeck
- Lambeau, B. (2005). 'T. Raumschmier' in Rif Raf.
- Lefto, dj. (2006). 'Vroeger... draaiden we vinylplaten' in Focus Knack.
- Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.(2000). *Decreet betreffende de amateurkunsten*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Beschikbaar op: <http://www.cjism.vlaanderen.be/amateurkunsten/decreet.htm>
- Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. (2004). *Het kunstendecreet*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. Beschikbaar op: <http://www.cjism.vlaanderen.be/cultuur/kunsten/kunstendecreet/index.html> (3/5/07)
- Muziekcentrum Vlaanderen. (2005). *Wegwijzerbrochure: wegwijs in de zakelijke aspecten van de muzieksector*. Brochure, Brussel: Muziekcentrum Vlaanderen, Muziekzaken.
- Poppunt.(n.d.) *Vijfjaar Poppunt*. Beschikbaar op: www.poppunt.be (5/5/2006).
- Rijksdienst voor arbeidsbemiddeling.(2005.) 'Uitoefening van artistieke rechten'. Correspondentie, Antwerpen: Kunstenloket.
- Smits, J. & Edens, R. (2006). *Onderzoek met SPSS en Excel*. Benelux: Pearson Education Benelux.
- Souvignier, T. (2003). *The world of dj's and the turntable culture*. Milwaukee: Hal Leonard Corporation.
- Stadeus, V. & Vastesaegeer, T. 2006. *Popeducatie in Vlaanderen*, Presentatie, Brussel: Poppunt.
- Ter Bogt, T. (2003). *Tijd onthult alles...popmuziek, ontwikkeling, carrières*. Amsterdam: Vossiuspers Universiteit van Amsterdam.
- Thornton, S. (1995). *Club Cultures*. Cambridge: Blackwell.
- Van Alboom, B. (2007). 'Kabaal digitaal' in Focus Knack.
- Vandormael, B. (2004). 'De dj is dood' in Focus Knack.
- Van Dyck, P. (2005). 'The Chemical Brothers: 'Wij zijn sociaal onaangepast'' in Focus Knack.
- Van Dyck, P. (2005). 'Sven Van Hees 'Ik ben diep gevallen'' in Focus Knack.

Van Veelen, A. (2006). *Netwerken in de Nederlandse Dance Industrie. Over waardetoekenning en netwerkdynamiek in het DJ veld*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Vanden Eynde, K. (2003-2004). *Turntablism: de Dj als artiest?* Leuven: KUL.

Vermoesen, J. (1998). *Aanzetten tot een Vlaams popmuziekbeleid*. Brussel: Vrije Universiteit Brussel.

Vlacc. (2006). *Muziekgenres niet-klassiek*. Beschikbaar op: www.vlacc.be (5/08/07)

Zwaan, K., & ter Bogt, T. (2005). *The X-factor exposed: Determinants of career success of pop musicians in the Netherlands*. Amsterdam: paper presented at the Etmaal van de Communicatiewetenschap.

Persoonlijke interviews en gesprekken

Dubouvry, Yves, Interview, 16/3/07, Gent. Continue begeleiding (03/07-08/07)

De Wit, Jimmy. Persoonlijk interview, 13/07/07, Leuven.

Toma. Persoonlijk interview, 13/07/07, Herne.

Roelants, Ben. Persoonlijk interview, 16/07/07, Brussel.

Vegauwen, Roel. Persoonlijk interview, 17/07/07, Brussel.

Shah, Nadiem. Persoonlijk interview, 17/07/07, Brussel.

Mathijs, Kim. Persoonlijk interview, 17/07/07, Brussel.

Degraeve, Wouter. Persoonlijk interview, 17/07/07, Brussel.

Vanhoeck, Roel. Persoonlijk interview, 17/07/07, Brussel.

Ruts, Manuel. Persoonlijk interview, 19/07/07, Antwerpen.

Leesen, Ralf. Telefonisch gesprek, 23/07/07, Antwerpen.

Souveryns, Greet. Persoonlijk interview, 26/07/07, Antwerpen.

Pascual, Nikolai. Persoonlijk interview, 26/07/07, Antwerpen.

Ryckx, Diederik. Telefonisch gesprek, 27/07/07, Antwerpen.

Schütz, Stéphane. Telefonisch gesprek, 7/08/07, Antwerpen.

Bijlagen

Bijlage 1: Online enquête

1) Landingspagina (www.poppunt.be/djsandproducers)

POPPUNT HOME NIEUWS POPADVIES MUZIKANTENGIDS TIJDSCHRIFT PROJECTEN ZOEKERTJES CONTACT

LOGIN
PASW. >>

- REGISTREER
- ZOEK

Doe mee aan de enquête voor dj's & producers en bouw mee aan de toekomst van jouw sector!

Over muzikanten is al heel wat geschreven en zijn er al massa's onderzoeken gedaan, maar dj's en producers blijven meestal in de kou staan. Nochtans hebben ze evenveel nood aan ondersteuning, speelkansen, informatie, inspiratie, advies, enz. Daarom deze enquête!

Deze vlot in te vullen bevraging telt een 40-tal vragen. Je bent er op een kwartiertje door. We willen je vragen om ze helemaal in te vullen. Jouw inbreng is immers ontzettend belangrijk om ervoor te zorgen dat dj's en producers in de toekomst nog meer en betere kansen en ondersteuning krijgen.

Bovendien maak je dankzij onze partners Roland en Ampco kans op verschillende leuke prijzen – daarvoor klik je aan het eind van de vragenlijst door naar de wedstrijdpagina. Aarzel niet, want de deadline is 3 juni 07!

- ◆ [Ampco](#) deelt 3 Audio-Technica toporange [DJ headphones](#) uit
- ◆ [Roland](#) schenkt 3 exemplaren van het softwareprogramma [Kinetic 2](#), waarmee je snel en eenvoudig elektronische muziek kan componeren.
- ◆ [Poppunt](#) maakt 10 deelnemers gelukkig met een abonnementen op het [Poppuntmagazine](#), zodat je altijd bijblijft met wat leeft in de Vlaamse music business.
- ◆ [Poppunt](#) smijt er ook nog 1 [Poppuntdraaqtas](#) bovenop.

ENQUETE

Waarom een dj/producer-enquête

De enquête vormt de basis van het eindproject rond dj's & producers dat ik als student Master in Cultuurmanagement aan de Universiteit Antwerpen doe in samenwerking met Poppunt. Met dit eindproject beoog ik de aanzet te bieden voor de uitbouw van een degelijk ondersteuningsverhaal voor deze sector.

SCHRIJF JE IN OP ONZE NIEUWSBRIEF

SEND >

POPPUNT RADIO

POPPUNT SHOP

ZOEKERTJES

- ◆ toetseniste A'pen
- ◆ zoek basversterker
- ◆ Roland DB 500
- ◆ PURSLANE zoekt ZANGER
- ◆ drummer zoekt band

2) Online enquête (alle screenshots gecomprimeerd weergegeven)



1. Geslacht

- man
- vrouw

2. Postcode van je hoofdverblijfplaats

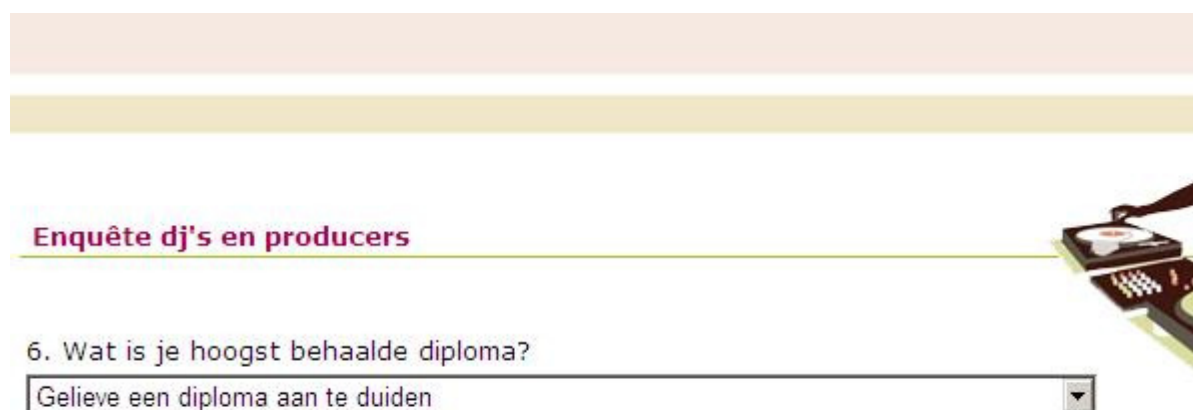
3. Geboortjaar 19

4. Familiale situatie

- inwonend bij ouders
- op kot
- alleenwonend
- samenwonend met vrienden
- samenwonend/gehuwd met partner

5. Ben je student?

- ja
- neen



6. Wat is je hoogst behaalde diploma?

7. Heb je een job?

- ja
- neen

Enquête dj's en producers



8. Wat is je huidige jobcategorie?

- arbeider/arbeidster
- (uitvoerend) bediende
- hoger bediende/kader/professional
- kleine zelfstandige/handelaar/zelfstandig ondernemer
- ambtenaar
- vrij beroep
- andere

welke? (optioneel)

Enquête dj's en producers



9. Welke zijn je huidige studies?

▼

Enquête dj's en producers



10. Welke muziekgenres spreken jou het meeste aan?
Kies maximaal 5 categorieën. Nadien kan je eventueel verder detailleren.

- acid, acid house, ...
- ambient, ambient techno, ...
- breakbeat, breaks, big beat, 2-step, ...
- club, dance, commercial house, eurodance, ...
- disco, italo disco, funk, ...
- downtempo, lounge, ...
- drum & bass, jungle, ...
- EBM (Electronic Body Music), industrial, synthpop, new wave, gothic, ...
- electro, electro-techno, electroclash, darkelectro, miami bass, electro pop, ...
- folk, volksmuziek, Nederlandstalig, ...
- hardcore, hardcore techno, breakcore, speedcore, ...
- hard dance, hardstyle, jumpstyle, hard trance
- hard rock, metal, ...
- hitlijstenmuziek (bv. Ultratop 50)
- house, deephouse, hiphouse, hardhouse, garage, ...
- IDM (Intelligent Dance Music), experimental, grime, dubstep, ...
- jazz, blues, motown, ...
- klassieke muziek
- klassiekers ('60-'70-'80-'90)
- minimal, minimal electro, minimal trance, minimal techno, ...
- reggae, ragga, dancehall, ska, ...
- rock/pop, pop-rock, alternatief, indie, ...
- psy, goa, psychedelic trance, ...
- techno, detroit techno, hard techno, schranz, ...
- trance, eurotrance, progressive, ...
- trip-hop, bleephop, ...
- urban, hip hop, R&B, rap, soul, ...
- wereldmuziek, latin, ...

Indien je dat wenst mag je hier jouw specifieke genrevoorkeur(en) detailleren

11. Welke muzikale vorming of opleiding(en) heb je genoten?

		heeft me een goede algemene muzikale basis gegeven	heeft bijgedragen aan mijn dj- en/of producer-activiteiten
muzieklessen op school (lager en/of secundair onderwijs)	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
muziekschool	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
conservatorium	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
fanfare/harmonie	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
popwerkplaats (Trix, Noisegate, Muziek-O-Droom, De Rockfabriek,...)	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
jeugd muziekatelier	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
workshops en/of infosessies	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
privé-leerkracht	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
muziek- en/of platenwinkel	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening
zelfstudie al dan niet met hulp van vrienden en/of internet	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> neen <input type="radio"/> geen mening

Enquête dj's en producers



12. Welke andere muziekgerelateerde interesse(s)/activiteit(en) heb of had je los van je dj/producer-activiteiten?(meerdere antwoorden mogelijk)

- geen
- zingen
- spelen van een instrument
- lezen van muziekgerelateerde tijdschriften
- bijwonen van optredens/concerten/opvoeringen/festivals/dj- en/of live-sets/...
- alleen of met band optreden
- andere:

Enquête dj's en producers



13. Hoe kwam je in contact met dj'en en/of producen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- school en/of latere studies
- muzikale opleiding
- workshop/infosessie
- informatiespreiding over opleidingen, via informatie- en steunpunten (bv. Poppunt)
- platenzaken, muziekwinkels
- dj-contests en/of andere initiatieven voor beginnende dj's (bv. Young Talent Corner)
- zelf organiseren van en/of meewerken aan feestjes, fuiven, evenementen
- ouders, broers, zussen of familie
- jeugdhuis, jongerencentrum, jeugdbeweging
- studentenkringen
- vriendenkring, kennissen
- op café gaan, uitgaan, concerten, festivals waardoor je dj's aan het werk zag
- media (tv, radio, magazines)
- internet

14. Heb je al eens voor een publiek je ding gedaan?

- ja
- neen

Enquête dj's en producers



15. Waar of voor welke gelegenheid heb je voor het eerst iets voor een publiek gedaan?

- Radiostation
- Gelinkt aan discobar/verhuurbedrijf
- Huwelijksfeesten/ Jubilea / verwante feesten
- Feestjes van/voor vrienden (privé, verjaardag, vriendendienst, eigen feestjes enz.)
- Studentenuiiven en -cafés
- Café (jongeren-, danscafé, enz.)
- Jeugdhuis/jongerencentrum
- Fuiven in zalen, jeugdhuizen, tenten of openlucht
- Muziekclub (bv. Nijdrop, Democrazy enz.) en/of club (bv. Decadence, Musicafé, enz.)
- Discotheek (bv. Fuse, La Rocca, Silo, enz.)
- Evenementen (bv. Kozzmozz)
- Festivals (bv. 10 days off, I Love Techo, Pukkelpop, enz.)
- Andere:



Enquête dj's en producers

16. Waarom wou je graag dj of producer worden?

Omdat ik vrienden had die dat ook deden en me stimuleerden	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Omdat mijn ouders en/of familie mij stimuleerden	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Omdat mijn school/opleiding mij stimuleerde	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Omdat ik opkeek naar een specifieke dj/producer	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Om mijn vrije tijd creatief in te vullen en mezelf zinvol te ontwikkelen	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Vanwege de muziek of het draaien zelf, het 'goed gevoel' of de 'kick'	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Omdat ik rijk en beroemd wilde worden	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens

17. Hoelang ben je ondertussen bezig met dj'en en/of produceren?

18. Zou je jezelf momenteel eerder als ... beschouwen?

- beginner
- gevorderde
- semi-professioneel
- professioneel

Enquête dj's en producers



19. Hoe zou je jouw eigen stijl in een aantal woorden omschrijven?

20. Vind je dat de muziek die je draait/maakt eerder ... is?

- bekend, mainstream, commercieel
- zowel bekend(er) als minder bekend
- onbekend, underground, alternatief

21. Met welk medium draai je? (meerdere antwoorden mogelijk)

- CD
- Vinyl
- Minidisc
- Computer en MP3
- Combinatie computer - vinyl (bv. Final Scratch, Serato Live, ...)
- Andere:

22. Ben je zelf ook bezig met een vorm van muziekproductie (producers, remixen, editen,...)?

- ja
- neen

Enquête dj's en producers



23. Zijn jouw creaties ook reeds uitgebracht of beschikbaar gemaakt aan het brede publiek?

- neen
- ja
 - op vinyl
 - op cd
 - op downloadsites
 - op eigen website en/of myspace
 - op welbepaalde websites en/of fora

Enquête dj's en producers



24. Hoeveel tijd spendeer je ongeveer aan je totale dj-activiteiten (zowel thuis als optreden)?

u/week

25. Sta je meer dan 1 keer per jaar voor een publiek?

- ja
- neen

Enquête dj's en producers



26. Waar of op welke gelegenheden sta je zoal voor een publiek?
(meerdere antwoorden mogelijk)

	ja	hoeveel keer in de laatste 6 maanden?
Radiostation	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Gelinkt aan discobar/verhuurbedrijf	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Huwelijksfeesten/ Jubilea / verwante feesten	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Feestjes van/voor vrienden (privé, verjaardag, vriendendienst, eigen feestjes enz.)	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Studentenfuiven en -cafés	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Café (jongeren-, danscafé, enz.)	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Jeugdhuis/jongerencentrum	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Fuiven in zalen, jeugthuizen, tenten of openlucht	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Muziekclub (bv. Nijdrop, Democracy, enz.) en/of club (bv. Musiccafé, Decadence, enz.)	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Discotheek (bv. Fuse, La Rocca , Silo, enz.)	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Evenementen (bv. Kozzmozz, Pro-ject, enz.)	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
Festivals (bv. 10 days off, I Love Techo, Pukkelpop, Laundry Day, enz.)	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>
andere: <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	+/- <input type="text"/>

27. Draai je voornamelijk ... ?

- Dicht bij je woonplaats (eigen gemeente, stad)
- Ook verderaf, maar toch vooral in je eigen regio of provincie
- Over heel Vlaanderen en/of België
- Vlaanderen/België en ook daarbuiten
- Internationaal

Enquête dj's en producers



28. Voor hoeveel mensen draai je gemiddeld?

- Minder dan 100
- Tussen 100 en 200
- Tussen 200 en 500
- Tussen 500 en 2000
- Meer dan 2000

29. Gemiddelde vraagprijs voor een set?

- Meestal gratis
- Tussen € 0 tot en met € 25
- Tussen € 26 tot en met € 50
- Tussen € 51 tot en met € 100
- Tussen € 101 tot en met € 200
- Tussen € 201 tot en met € 500
- Meer dan € 500

Enquête dj's en producers



30. Geef aan wat voor jou van toepassing is ivm je activiteiten als dj en/of producer.

- Geen of bijna geen inkomsten
- Wel inkomsten, maar meer kosten dan opbrengsten
- Break-even (inkomsten=uitgaven)
- Bijverdienste
- Hoofdinkomsten

31. Welke rechtsvorm/statuut hanteer je voornamelijk voor je dj-activiteiten?

- Geen of niet van toepassing
- Vzw
- Zelfstandige in bijberoep
- Zelfstandige in hoofdberoep
- Vennootschap (nv, bvba,...)
- Werknemer
- Werknemer via SBK* of interim-bureau (*Sociaal Bureau voor Kunstenaars)
- De kleine vergoedingsregeling voor kunstenaars
- Andere:



Enquête dj's en producers

32. Welke elementen vind je van groot belang voor je carrière en evolutie als dj en/of producer?

- *carrièrebepalende factoren*

Mensen kennen en netwerken	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Talent en kunnen	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Motivatie	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Geld	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Toeval en geluk	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Originaliteit en creativiteit	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Zelf muziek maken (produceren, remixen, editen,...)	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Zoveel mogelijk optreden	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Op line-ups met bekende namen staan	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens

- manieren om te evolueren

Zelfpromotie	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Zelf parties organiseren	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Radiowerk	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Residency hebben	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Referenties (locaties, parties)	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Zelf uitgaan	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Dj-contests	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens
Opleiding en/of zelfstudie	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder eens <input type="radio"/> helemaal eens



Enquête dj's en producers

33. Welke verwachtingen, doelstellingen en ambitie heb je?

Ik doe het om bij deze community te horen en nieuwe dingen en mensen te leren kennen.	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Ik hoop geen professional te worden, maar wil wel graag geld verdienen met muziek.	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
In de toekomst wil ik als professionele dj/producer mijn geld verdienen.	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Ik wil een platencontract in de wacht slepen.	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Voor mij blijft muziek altijd een hobby, ik hoef er geen geld mee te verdienen.	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Ik wil rijk en beroemd worden en de status van een (internationaal) bekende dj/producer bereiken.	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Ik wil gewoon met mijn muziek bezig kunnen zijn, de ontwikkelingen kunnen volgen en mijn ding kunnen doen.	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Ik wil een residency in een discotheek	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Ik wil mijn eigen muziek maken (producer/remixen/editen) en daar mogelijk ook mee naar buiten komen	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens
Ik wil op grote festivals en evenementen spelen.	<input type="radio"/> helemaal oneens	<input type="radio"/> eerder oneens	<input type="radio"/> neutraal	<input type="radio"/> eerder eens	<input type="radio"/> helemaal eens

Enquête dj's en producers



34. Vink aan omtrent welke van onderstaande thema's je informatie of ondersteuning hebt gezocht, of omtrent welke van die thema's je nood aan meer informatie of ondersteuning hebt. Je mag daarbij ook aanduiden bij welke instanties of personen je daarvoor aangeklopt hebt of zou aankloppen.

	Organisaties (Je m' en Fish, Trix, MOD,...)	Balangenverenigingen (Sabam, Uradox, IFPI,...)	Steunpunten (Kunstenloket, Muziekcentrum Vlaanderen, ...)	Poppunt	Websites (& fora)	Magazines	Professionals (manager, bookers, platenfirma,...)	Vrienden / collega dj's
Het krijgen van (meer) speelkansen	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informatie over de zakelijke, juridische, fiscale en sociaal rechtelijke aspecten van het dj-bestaan	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het muziekbeleid van de overheid, subsidies, ...	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auteursrecht en Sabam	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Belastingen en geld	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vzw- wetgeving	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het kunstenaarsstatuut	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Management en boeking	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promotie van je dj/producer- activiteiten	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ontwikkeling van je skills/techniek/kennis als dj/producer	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DJ- en/of productiemateriaal/software/ ...	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Enquête dj's en producers



37. Ken je Poppunt?

- ja
 neen

38. Ken je Young Talent Corner?

- ja
 neen

35. Indien je momenteel begeleid of geadviseerd wordt door een of meerdere personen of organisaties, gelieve aan te vinken door de v
 Indien je momenteel een of meerdere geschreven overeenkomsten of contracten hebt met een bepaalde persoon of organisatie, g
 (Indien niets op jou van toepassing is hoeft je niets in te vullen)

	begeleiding/advies	geschreven overeenkomst/contract
platenfirma, label	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
boekingsagent/-agentschap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
artiestmanager/-managementbureau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
evenementen- of partyorganisator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
clubeigenaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
boekhouder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
organisaties als Poppunt, Kunstenloket,...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
andere: <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

36. Hoe maak je voor jezelf promotie of reclame? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Ik maak geen reclame voor mezelf
 Mixtapes of demo's
 Eigen website
 Eigen myspace
 Downloadsites (muziek ter beschikking op andere dan eigen sites)
 Internetfora
 Flyer
 Naamkaartje
 Boekingsagent of -kantoor / Manager of managementbureau / Platenfirma
 Andere:

Hierna volgen afsluitend een paar korte vraagjes ...

Enquête dj's en producers



39. Wat vind je van Young Talent Corner?

Zeer goed en zinvol initiatief	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder goed <input type="radio"/> heel goed
Een must voor elke beginnende dj die ambitie heeft	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder goed <input type="radio"/> heel goed
Uitgemolken concept dat afgevoerd moet worden	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder goed <input type="radio"/> heel goed
Aan vernieuwing en verfrissing toe	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder goed <input type="radio"/> heel goed
Moet groter en breder worden	<input type="radio"/> helemaal oneens <input type="radio"/> eerder oneens <input type="radio"/> neutraal <input type="radio"/> eerder goed <input type="radio"/> heel goed

40. Heb je eventueel ideeën of suggesties voor Young Talent Corner of nieuwe initiatieven?
Of voor dj/producer-werking in het algemeen?

Enquête dj's en producers



41. Welke van volgende soorten magazines lees je wel eens?
(meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- Djmagazines (bv. DjMag, ...)
- Music- en nightlifemagazines (bv. White Night, Out Soon, Move X, ...)
- Algemene muziekmagazines (bv. Poppuntmagazine, Rif Raf, Meet Music Magazine, ...)
- Djsites/fora (bv. Dj2dj, ...)
- Music- en nightlifesites/fora (bv. Partyguide/forum, ...)
- Algemene muzieksites/fora (bv. Soundlike, Cutting Edge, ...)
- Downloadsites/fora (bv. Itunes, ...)
- Sites/fora van bepaalde media (radio, tv, magazines, ...)
- Sites van organisaties (bv. Poppunt, Young Talent Corner, ...)
- Andere:

Indien je wenst mag je hier bij naam specificeren welke media je het meest raadpleegt (optioneel)

42. Luister je regelmatig naar radioshow's die gericht zijn op het muziekgenre dat je draait?

- neen
- ja

Zo ja, welke? (optioneel)

Enquête dj's en producers



Dat was het!

Bedankt voor het invullen van de enquête!

Indien je dat wenst kan je hier nog vlug even je naam en e-mailadres achterlaten. Zo maak je bovendien kans op één van de vele mooie prijzen. Vullen! (gegevens worden strikt vertrouwelijk behandeld en dienen enkel in het kader van dit project)

Voornaam:

Naam:

Dj-naam:

E-mail:

Prijsvraag:

Hoeveel vragenlijsten zullen er ingevuld worden?

Bijlage 2: Opsomming en omschrijvingen van de personen die deelnamen aan de interviews en gesprekken.

Jimmy De Wit

- artiestennaam: DJ Bobby Ewing, Discobar Galaxy, Shameboy
- organisatie(s): Sputnik Records, Happy Few
- beschrijving: Als DJ Bobby Ewing draait hij menig feesten plat en is hij samen met alom tegenwoordige Discobar Galaxy zowat op alle grote evenementen en festivals te zien. Shameboy is de som van de talenten van de Discobar Galaxie-discothecaris Jimmy De Wit en da (Buscemi-)drummer & producer Luuk Cox, prijkt eveneens op vele affiches en krijgt dankzij onder andere het instant succes van 'Re-choque' ook internationale aandacht.

Tomaz

- artiestennaam: Tomaz
- organisatie(s): Kazz Bookings
- beschrijving: Eén van de bekende techno dj's en producers van ons land. Vast waarde bij het veel beluisterde Switch programma op Studio Brussel. Succesvolle samenwerkingen met onder andere Filterheadz, met internationale doorbraak van onder andere hun hit 'Sunshine'.

Ben Roelants

- artiestennaam: VJ Ben, Ben Dover's Booty Duty
- organisatie(s): JIM tv, Radio Donna
- beschrijving: Bekende kop en VJ van jongeren- en muziekzender JIM tv, waar hij tot voor kort de programma's als Going Out en Moviesnackx voor zijn rekening nam. Gegeerd als hij is door de vrouwen verhuisde hij onlangs naar Donna. Daar ging hij als radio dj en presentator aan de slag gaat fleurde hij de ochtend op met Ann Reymen. Bij de nationale tv-zender zal hij 'Junior Eurosong' presenteren. Daarnaast is hij sinds zijn studententijd dj op allerhande party's en gelegenheden.

Roel Vegauwen

- artiestennaam: /
- organisatie(s): Live Nation
- beschrijving: Bookingsagent bij het grootste boekingskantoor en live entertainment bedrijf Live Nation. Sinds enkele jaren is Live Nation ook het bedrijf rond Herman Brusselmans en de zijnen. Rock Werchter en I love Techno zijn hun twee wereld bekende kindjes. Daarnaast programmeren zijn ook zelf voortdurend grote namen in onder andere Vorst, Sportpaleis of AB. Roel neemt onder andere de bookings voor elektro hypes Dr. Lectroluv en Nid & Sancy voor zijn rekening.

Nadiem Shah

- artiestennaam: Nadiem
- organisatie(s): Studio Brussel
- beschrijving: Vaste studio Brussel party- dj. Komt zowat op alle soorten feesten en fuiven terecht in het kielzog van zijn vaste werkgever Studio Brussel. Daar is hij muzieksamensteller voor programma's als de Maxx en werkt hij ook mee aan programma's als Hype Chyannel.

Kim Mathijs

- artiestennaam: Kim (van het bekende dj duo Ed & Kim)
- organisatie(s): Studio Brussel
- beschrijving: Het dj duo Ed & Kim behoort tot de top 20 van België's beste en meest bekende dj's waardoor ook zij op menig festival- of evenementenaffiche prijken. Bij Studio Brussel is ook hij een vaste medewerker aan onder andere het programma Switch, waarin het duo bovendien een eigen luik heeft.

Wouter Degraeve

- artiestennaam: /
- organisatie(s): Muziekcentrum Vlaanderen
- beschrijving: Coördineerde jarenlang het juridisch en fiscaal advies bij ZaMu (de vereniging voor zangers en muzikanten) en was actief betrokken bij de vorming van het nieuwe muziekdecreet en het kunstenaarsplatform dat ijverde voor een werkbaar sociaal kunstenaarsstatuut. Vervolgens SEM (Sports & Entertainment Management) en enkele jaren als manager/booker. Sinds 2003 is hij muziekcentrum-verantwoordelijke voor de pop & rock-projecten en -promotie. Ook de (internationale) promotie van Vlaamse elektronische muziek neemt hij hiermee voor zijn rekening.

Roel Vanhoeck

- artiestennaam: /
- organisatie(s): Muziekcentrum Vlaanderen
- beschrijving: Roel is coördinator van Muziekszaken, een project dat zich bezig houdt met de zakelijke aspecten van de muziek.

Manuel Ruts

- artiestennaam: Groove Merchant
- organisatie(s): Plastiks, ID&T
- beschrijving: Eén van de bekende Antwerpse groovy dj's. Maakte vooral dankzij zijn bekende magazine Plastiks opgang in het dance milieu. Werd daarna hoofdredacteur van het ID&T magazine Release. Waar hij nu terug afstand van neemt om opnieuw aan zijn eigen projecten te werken. Op het gebied van young talent nam hij reeds met Plastiks innoverende initiatieven met onder andere het luik 'Bedroom DJ of the month' en nam zo vers volk op sleeptouw.

Ralf Leesen

- artiestennaam: /
- organisatie(s): Provinciale Jeugddienst Limburg, Limbomnia, DJ-Mania
- beschrijving: De mania man van Limburg. Staat al jaren achter het Provinciale Pop/Rockconcours Limbomania. Stampte er ook enkele edities van DJ-Mania, een provinciale dj contests, uit de grond. Speelt hier en daar jurylid en is nauw betrokken bij het circuit.

Greet Souveryns

- artiestennaam: /
- organisatie(s): Kunstenloket
- beschrijving: Is vooral actief op het gebied van sociaal en fiscaal statuut van de kunstenaars. Geeft er infosessies en lezingen over in samenwerking met verschillende organisaties gaande van Poppunt tot de Universiteit van Antwerpen.

Nikolai Pascual:

- artiestennaam: Nikolai
- organisatie(s): USA Import,
- beschrijving: Naast bekende Antwerpse dj is hij ook manager van de bekende Antwerpse shop USA Import en runt hij hieronder een viertal sublabels (Eighttrack Recordings // Morse Records // Skelt // Sonic Tonic). Hij tracht hierbij te werken rond vers en onbekend talent.

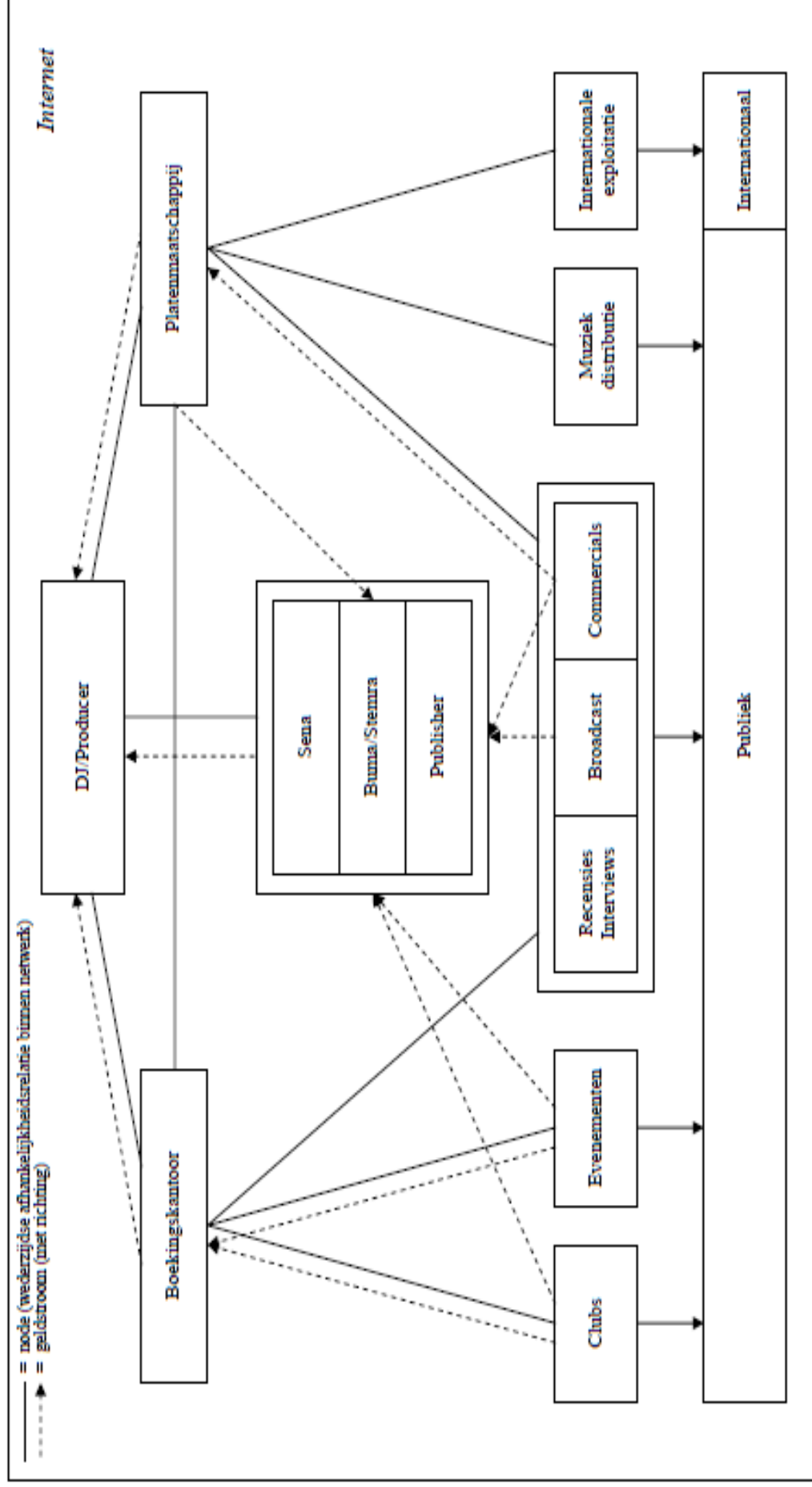
Diederik Ryckx en Stéphane Schütz

- artiestennaam: /
- organisatie(s): Commissie Kunstenaars
- beschrijving: Dhr. Ryckx, afgevaardigde ambtenaar van het RSZ, is secretaris voor het werknemers luik. Dhr. Schütz, afgevaardigde ambtenaar van het RSVZ, is secretaris voor het zelfstandigen luik.

Yves Dubouvry

- artiestennaam: Spacid
- organisatie(s): Kozzmozz, Fast Forward Events, Funky Green Aliens,...
- beschrijving: Zeer gerespecteerde dj zowel in België als in het buitenland. Maakte daarnaast ook carrière als partypromotor, bookingsagent, en bij Music Man. Runt een eigen label Radius. Momenteel is hij onder andere resident op Body 2 Body feestjes in Culture Club en op verschillende Kozzmozz events. Daar is hij ook nog steeds promotor voor, net als hij nog steeds actief is bij de andere bovenvermelde organisaties.

Bijlage 3: Schematisch overzicht van de actoren en relaties in het dj/producer-veld (uit: Van Veelen, 2006, p. 99)



* voor België: Buma/Stemra = SABAM, Sena = URAD

Bijlage 4: Beoordeling muzikale vorming

Algemene muzikale basis gegeven						
		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
school	<i>ja</i>	20%	22%	25%	39%	24%
	<i>nee</i>	66%	63%	59%	54%	62%
muziekschool	<i>ja</i>	79%	79%	83%	84%	81%
	<i>nee</i>	13%	11%	13%	13%	12%
conservatorium	<i>ja</i>	100%	91%	60%	100%	82%
	<i>nee</i>	0%	9%	27%	0%	14%
fanfare/harmonie	<i>ja</i>	82%	62%	81%	71%	70%
	<i>nee</i>	0%	27%	10%	14%	18%
popwerklaats (bv.Trix)	<i>ja</i>	63%	70%	69%	79%	70%
	<i>nee</i>	31%	17%	17%	21%	19%
jeugdmuziekatelier	<i>ja</i>	100%	71%	50%	100%	77%
	<i>nee</i>	0%	29%	17%	0%	14%
workshop/infosessie	<i>ja</i>	55%	66%	60%	63%	62%
	<i>nee</i>	26%	22%	24%	38%	24%
privéleerkracht	<i>ja</i>	95%	90%	97%	91%	93%
	<i>nee</i>	5%	10%	3%	9%	7%
muziek-/platenwinkel	<i>ja</i>	67%	74%	81%	83%	76%
	<i>nee</i>	17%	13%	11%	6%	13%
zelfstudie	<i>ja</i>	83%	89%	92%	97%	89%
	<i>nee</i>	8%	4%	4%	1%	5%
Bijgedragen aan de huidige activiteiten						
		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
school	<i>ja</i>	6%	7%	8%	22%	8%
	<i>nee</i>	86%	87%	85%	70%	85%
muziekschool	<i>ja</i>	35%	51%	56%	57%	50%
	<i>nee</i>	50%	44%	38%	40%	43%
conservatorium	<i>ja</i>	0%	48%	58%	75%	51%
	<i>nee</i>	50%	43%	42%	25%	41%
fanfare/harmonie	<i>ja</i>	30%	32%	41%	71%	37%
	<i>nee</i>	60%	61%	59%	29%	58%
popwerklaats (bv.Trix)	<i>ja</i>	81%	82%	83%	79%	82%
	<i>nee</i>	6%	11%	10%	14%	10%
jeugdmuziekatelier	<i>ja</i>	20%	71%	67%	100%	62%
	<i>nee</i>	60%	29%	17%	0%	29%
workshop/infosessie	<i>ja</i>	93%	79%	86%	76%	83%
	<i>nee</i>	0%	12%	10%	24%	10%
privéleerkracht	<i>ja</i>	65%	75%	63%	82%	70%
	<i>nee</i>	30%	20%	38%	18%	27%
muziek-/platenwinkel	<i>ja</i>	88%	90%	91%	93%	90%
	<i>nee</i>	8%	7%	6%	4%	7%
zelfstudie	<i>ja</i>	94%	96%	99%	98%	97%
	<i>nee</i>	2%	2%	0%	2%	1%

Tabel: Beoordeling opleidingsvorm volgens niveau (percentages i.f.v. antwoorden)

Bijlage 5: Lijst van muziekgenres gehanteerd in de enquête

Muziekgenres:

- * acid, acid house, ...
- * ambient, ambient techno, ...
- * breakbeat, breaks, big beat, 2-step, ...
- * club, dance, commercial house, eurodance, ...
- * disco, funk, italo disco, ...
- * downtempo, lounge, ...
- * drum & bass, jungle, ...
- * EBM (*Electronic Body Music*), industrial, synthpop, new wave, gothic, ...
- * folk, volksmuziek, Nederlandstalig, ...
- * electro, electro-techno, electroclash, darkelectro, miami bass, electro pop, ...
- * hardcore, hardcore techno, breakcore, speedcore,...
- * hard dance, hardstyle, jumpstyle, hard trance,
- * hard rock, metal, ...
- * hitlijstenmuziek (bv.Ultratop50)
- * house, deephouse, hiphouse, hardhouse, garage, ...
- * IDM (*Intelligent Dance Music*), experimental, grime, dubstep, ...
- * jazz, blues, motown, ...
- * klassieke muziek
- * klassiekers ('60-'70-'80-'90)
- * minimal, minimal electro, minimal techno, minimal trance, ...
- * reggae, ragga, dancehall, ska, ...
- * rock/pop, pop-rock, alternatief, indie, ...
- * psy, goa, psychadelic trance, ...
- * techno, detroit techno, hard techno, schranz...
- * trance, eurotrance, progressive, ...
- * trip-hop, bleephop, ...
- * urban, hip hop, R&B, rap, soul, ...
- * wereldmuziek, latin, ...

Bijlage 6: Eerste publiekoptreden

Eerste publiekoptreden per categorie

					Total
	Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	
radiostation	1%	4%	5%	6%	4%
discobar/verhuur		1%	1%	4%	1%
feesten (bv.huwelijk)	1%	1%	2%	4%	1%
feestjes van/voor vrienden	45%	37%	32%	22%	35%
studentenfuiven of -cafés	8%	2%	4%	5%	4%
jongeren- of danscafés	2%	9%	9%	13%	9%
jeugdhuys/jongerencentr.	14%	14%	13%	11%	14%
fuiven in zalen/jeugdh./tenten/...	24%	25%	19%	13%	22%
muziekclub/(kleinere)club	2%	2%	3%	4%	3%
discotheek	1%	2%	6%	12%	4%
(groot) evenement		1%	4%	2%	2%
festival		0%	1%	2%	1%
andere	3%	3%	2%		2%

Bijlage 7: Stellingen i.v.m. 'Waarom wou je dj en/of producer worden?'

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
<i>Omdat ik vrienden had die dat ook deden en me stimuleerden</i>	helemaal oneens	23%	27%	34%	41%	29%
	eerder oneens	17%	16%	13%	11%	15%
	neutraal	21%	24%	25%	16%	23%
	eerder eens	30%	26%	20%	20%	25%
	helemaal eens	10%	8%	8%	12%	8%
<i>Omdat mijn ouders en/of familie mij stimuleerden</i>	helemaal oneens	51%	47%	50%	54%	49%
	eerder oneens	20%	21%	21%	11%	20%
	neutraal	23%	25%	18%	21%	23%
	eerder eens	4%	5%	8%	9%	6%
	helemaal eens	2%	1%	3%	4%	2%
<i>Omdat mijn school/opleiding mij stimuleerde</i>	helemaal oneens	60%	60%	67%	67%	62%
	eerder oneens	21%	20%	16%	13%	19%
	neutraal	16%	18%	14%	18%	16%
	eerder eens	2%	2%	3%	0%	2%
	helemaal eens	1%	0%	1%	2%	1%
<i>Omdat ik opkeek naar een specifieke dj/producer</i>	helemaal oneens	11%	9%	12%	28%	12%
	eerder oneens	7%	5%	8%	6%	6%
	neutraal	24%	23%	25%	28%	24%
	eerder eens	37%	47%	38%	24%	41%
	helemaal eens	21%	16%	17%	13%	17%
<i>Om mijn vrije tijd creatief in te vullen en mezelf zinvol te ontwikkelen</i>	helemaal oneens	3%	4%	5%	8%	4%
	eerder oneens	1%	3%	3%	3%	3%
	neutraal	14%	15%	14%	16%	15%
	eerder eens	46%	44%	37%	41%	42%
	helemaal eens	37%	33%	41%	32%	36%
<i>Vanwege de muziek of het draaien zelf, het 'goed gevoel' of de 'kick'</i>	helemaal oneens	1%	0%	0%	1%	0%
	eerder oneens	1%	0%	1%	0%	1%
	neutraal	4%	3%	3%	4%	3%
	eerder eens	26%	22%	19%	19%	22%
	helemaal eens	68%	74%	77%	76%	74%
<i>Omdat ik rijk en beroemd wilde worden</i>	helemaal oneens	47%	47%	43%	47%	46%
	eerder oneens	21%	26%	23%	13%	23%
	neutraal	23%	21%	26%	31%	24%
	eerder eens	7%	4%	6%	6%	5%
	helemaal eens	2%	2%	2%	3%	2%

Bijlage 8: Carrièrebepalende factoren

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Mensen kennen en netwerken	helemaal oneens	2%	1%	1%	1%	1%
	eerder oneens	1%	0%	2%	3%	1%
	neutraal	10%	7%	5%	9%	7%
	eerder eens	34%	31%	29%	22%	31%
	helemaal eens	54%	60%	64%	64%	60%
Talent en kunnen	helemaal oneens	0%	0%	1%	3%	0%
	eerder oneens	1%	1%	2%	3%	1%
	neutraal	5%	6%	6%	5%	5%
	eerder eens	39%	33%	30%	20%	32%
	helemaal eens	56%	60%	63%	70%	61%
Motivatie	helemaal oneens	0%	0%	0%	1%	0%
	eerder oneens	0%	1%	0%	0%	0%
	neutraal	5%	3%	3%	6%	4%
	eerder eens	27%	26%	26%	17%	25%
	helemaal eens	67%	70%	71%	76%	70%
Geld	helemaal oneens	9%	9%	7%	9%	9%
	eerder oneens	22%	18%	19%	16%	19%
	neutraal	34%	42%	43%	31%	40%
	eerder eens	27%	24%	23%	34%	25%
	helemaal eens	8%	6%	8%	9%	7%
Toeval en geluk	helemaal oneens	4%	3%	4%	3%	4%
	eerder oneens	15%	9%	9%	12%	10%
	neutraal	30%	28%	29%	22%	29%
	eerder eens	38%	42%	38%	40%	40%
	helemaal eens	13%	17%	20%	23%	18%
Originaliteit en creativiteit	helemaal oneens	0%	0%	1%	2%	0%
	eerder oneens	1%	3%	1%	2%	2%
	neutraal	11%	7%	10%	5%	8%
	eerder eens	43%	41%	35%	37%	39%
	helemaal eens	45%	50%	53%	54%	50%
Zelf muziek maken (producers/remixen/editen...)	helemaal oneens	5%	2%	4%	4%	3%
	eerder oneens	12%	11%	7%	10%	10%
	neutraal	29%	32%	26%	15%	28%
	eerder eens	33%	29%	27%	28%	29%
	helemaal eens	21%	26%	36%	42%	29%
Zoveel mogelijk optreden	helemaal oneens	3%	2%	2%	4%	2%
	eerder oneens	8%	7%	8%	7%	7%
	neutraal	24%	20%	19%	28%	21%
	eerder eens	40%	43%	38%	31%	40%
	helemaal eens	25%	27%	34%	30%	29%
Op line-ups met bekende namen staan	helemaal oneens	5%	4%	3%	7%	4%
	eerder oneens	12%	7%	6%	14%	8%
	neutraal	30%	22%	20%	38%	24%
	eerder eens	37%	43%	44%	24%	41%
	helemaal eens	17%	24%	26%	17%	23%

Bijlage 9: Manieren om te evolueren

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Zelfpromotie	helemaal oneens	2%	1%	2%	3%	2%
	eerder oneens	7%	5%	5%	3%	5%
	neutraal	24%	19%	12%	11%	18%
	eerder eens	46%	47%	42%	34%	44%
	helemaal eens	21%	28%	39%	49%	31%
Zelf parties organiseren	helemaal oneens	1%	1%	3%	7%	2%
	eerder oneens	5%	5%	5%	12%	6%
	neutraal	30%	22%	22%	29%	24%
	eerder eens	44%	44%	37%	27%	41%
	helemaal eens	20%	27%	33%	25%	27%
Radiowerk	helemaal oneens	5%	3%	5%	9%	5%
	eerder oneens	13%	11%	12%	11%	11%
	neutraal	35%	36%	37%	34%	36%
	eerder eens	35%	35%	32%	27%	34%
	helemaal eens	12%	14%	15%	18%	14%
Residency	helemaal oneens	4%	3%	4%	8%	4%
	eerder oneens	6%	4%	5%	6%	5%
	neutraal	31%	19%	23%	18%	22%
	eerder eens	35%	41%	37%	35%	38%
	helemaal eens	24%	32%	32%	33%	31%
Referenties (locaties, parties)	helemaal oneens	1%	1%	1%	3%	1%
	eerder oneens	2%	2%	2%	3%	2%
	neutraal	16%	12%	12%	16%	13%
	eerder eens	49%	50%	48%	39%	49%
	helemaal eens	32%	34%	38%	40%	35%
Zelf uitgaan	helemaal oneens	3%	2%	4%	8%	3%
	eerder oneens	10%	9%	12%	14%	10%
	neutraal	27%	29%	27%	29%	28%
	eerder eens	45%	42%	41%	32%	41%
	helemaal eens	15%	18%	16%	17%	17%
Dj-contests	helemaal oneens	4%	6%	11%	20%	8%
	eerder oneens	10%	14%	22%	28%	17%
	neutraal	27%	30%	33%	32%	30%
	eerder eens	39%	33%	25%	14%	31%
	helemaal eens	21%	18%	9%	6%	15%
Opleiding en/of zelfstudie	helemaal oneens	3%	3%	4%	6%	3%
	eerder oneens	8%	8%	10%	10%	9%
	neutraal	23%	30%	32%	23%	29%
	eerder eens	36%	33%	29%	24%	32%
	helemaal eens	30%	26%	25%	36%	27%

Bijlage 10a: Ondersteuning, per item, per organisatie per categorie

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Auteursrecht en SABAM	organisaties	4%	3%	7%	3%	5%
	belangenverenigingen	68%	71%	77%	78%	73%
	steunpunt	7%	5%	10%	6%	7%
	poppunt	15%	10%	11%	5%	11%
	websites	30%	35%	24%	22%	29%
	magazines	5%	5%	6%	8%	6%
	profs	6%	5%	6%	22%	7%
	vrienden	28%	24%	31%	25%	27%
Belastingen en geldzaken	organisaties	2%	6%	7%	7%	6%
	belangenverenigingen	34%	31%	30%	27%	30%
	steunpunt	22%	16%	26%	22%	21%
	poppunt	18%	20%	20%	12%	19%
	websites	30%	33%	26%	10%	27%
	magazines	4%	2%	6%	7%	4%
	profs	6%	11%	18%	39%	16%
	vrienden	22%	30%	44%	46%	36%
Het krijgen van meer speelkansen	organisaties	19%	23%	25%	16%	22%
	belangenverenigingen	5%	3%	5%	3%	4%
	steunpunt	6%	7%	9%	3%	7%
	poppunt	26%	31%	31%	25%	30%
	websites	36%	42%	40%	44%	41%
	magazines	10%	10%	9%	12%	10%
	profs	10%	19%	26%	62%	23%
	vrienden	85%	91%	91%	84%	89%
Het kunstenaarsstatuut	organisaties	3%	7%	13%	9%	9%
	belangenverenigingen	10%	16%	18%	9%	15%
	steunpunt	43%	24%	49%	44%	39%
	poppunt	20%	25%	25%	19%	24%
	websites	33%	31%	26%	9%	26%
	magazines	10%	5%	4%	6%	6%
	profs	7%	10%	13%	34%	14%
	vrienden	13%	30%	35%	25%	29%
Management en boeking	organisaties	16%	8%	13%	4%	10%
	belangenverenigingen	16%	3%	7%	4%	6%
	steunpunt	16%	6%	10%	2%	8%
	poppunt	16%	19%	17%	6%	16%
	websites	29%	35%	27%	19%	29%
	magazines	13%	9%	10%	6%	10%
	profs	39%	47%	60%	85%	56%
	vrienden	37%	51%	62%	47%	53%

(vervolg)

Materiaal, hardware, software,...	organisaties	6%	8%	6%	6%	7%
	belangenverenigingen	2%	2%	2%	0%	1%
	steunpunt	1%	2%	2%	4%	2%
	poppunt	8%	8%	5%	7%	7%
	websites	67%	69%	66%	61%	67%
	magazines	33%	43%	47%	47%	42%
	profs	9%	13%	13%	14%	12%
	vrienden	73%	70%	67%	76%	70%
Het muziekbeleid van de overheid, subsidies,...	organisaties	8%	5%	8%	7%	7%
	belangenverenigingen	39%	32%	41%	50%	38%
	steunpunt	29%	28%	36%	39%	32%
	poppunt	20%	30%	33%	29%	29%
	websites	22%	35%	36%	25%	32%
	magazines	6%	6%	16%	14%	10%
	profs	4%	3%	10%	29%	8%
	vrienden	20%	23%	32%	25%	26%
Ontwikkeling van je skills/techniek/kennis	organisaties	9%	9%	11%	4%	9%
	belangenverenigingen	1%	1%	2%	0%	1%
	steunpunt	3%	5%	3%	4%	4%
	poppunt	8%	9%	6%	8%	8%
	websites	56%	57%	48%	51%	54%
	magazines	25%	27%	27%	43%	28%
	profs	13%	11%	13%	23%	12%
	vrienden	78%	78%	84%	72%	79%
Promotie van je activiteiten	organisaties	12%	14%	18%	12%	15%
	belangenverenigingen	4%	3%	5%	4%	4%
	steunpunt	5%	5%	6%	8%	5%
	poppunt	28%	24%	22%	20%	23%
	websites	49%	56%	53%	56%	54%
	magazines	18%	15%	15%	32%	17%
	profs	18%	20%	30%	54%	26%
	vrienden	64%	73%	67%	58%	69%
Vzw-wetgeving	organisaties	8%	5%	11%	9%	8%
	belangenverenigingen	18%	22%	25%	26%	23%
	steunpunt	21%	22%	33%	39%	27%
	poppunt	26%	17%	26%	22%	22%
	websites	32%	35%	28%	30%	32%
	magazines	5%	3%	2%	9%	4%
	profs	11%	6%	15%	26%	12%
	vrienden	39%	33%	39%	26%	35%
Zakelijke, juridische, fiscale en sociaal-rechterlijke aspecten	organisaties	8%	6%	9%	6%	7%
	belangenverenigingen	47%	39%	48%	49%	44%
	steunpunt	19%	18%	20%	25%	19%
	poppunt	19%	25%	31%	17%	25%
	websites	38%	43%	37%	32%	39%
	magazines	7%	11%	11%	17%	11%
	profs	10%	11%	19%	35%	17%
	vrienden	37%	36%	45%	43%	40%

Bijlage 10b: Ondersteuning, per organisatie, per item per categorie

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Belangenverenigingen	speelkansen	8%	8%	8%	3%	7%
	zakelijk	45%	40%	49%	55%	45%
	muziekbeleid	22%	18%	23%	24%	21%
	auteursrecht	84%	83%	81%	86%	83%
	belastingen	19%	18%	20%	19%	19%
	vzw	8%	11%	11%	10%	11%
	kunstenaarsstatuut	3%	7%	9%	5%	7%
	management	7%	2%	5%	3%	4%
	promotie	3%	4%	5%	3%	4%
	ontwikkeling	1%	2%	2%	0%	2%
	materiaal	3%	3%	2%	0%	3%
Magazines	speelkansen	18%	18%	17%	16%	18%
	zakelijk	7%	9%	13%	22%	11%
	muziekbeleid	4%	3%	11%	8%	6%
	auteursrecht	6%	5%	7%	10%	6%
	belastingen	2%	1%	4%	6%	3%
	vzw	2%	1%	1%	4%	2%
	kunstenaarsstatuut	4%	2%	2%	4%	3%
	management	6%	4%	8%	6%	6%
	promotie	15%	16%	20%	32%	19%
	ontwikkeling	47%	45%	39%	46%	44%
	materiaal	66%	78%	76%	66%	74%
Organisaties	speelkansen	58%	68%	68%	58%	66%
	zakelijk	14%	8%	16%	21%	12%
	muziekbeleid	8%	4%	7%	11%	6%
	auteursrecht	8%	5%	13%	11%	8%
	belastingen	2%	4%	8%	16%	6%
	vzw	6%	3%	8%	11%	6%
	kunstenaarsstatuut	2%	4%	11%	16%	7%
	management	12%	6%	15%	11%	10%
	promotie	18%	25%	35%	32%	27%
	ontwikkeling	28%	25%	24%	11%	24%
	materiaal	22%	23%	16%	21%	20%
Poppunt	speelkansen	64%	66%	66%	57%	65%
	zakelijk	25%	25%	41%	37%	31%
	muziekbeleid	16%	17%	24%	27%	20%
	auteursrecht	25%	12%	16%	10%	15%
	belastingen	14%	11%	17%	17%	14%
	vzw	16%	8%	16%	17%	12%
	kunstenaarsstatuut	9%	11%	16%	20%	13%
	management	9%	11%	16%	10%	12%
	promotie	33%	30%	33%	33%	32%
	ontwikkeling	20%	18%	10%	13%	15%
	materiaal	22%	16%	9%	17%	15%

(vervolg)

Pro's	speelkansen	29%	54%	51%	66%	51%
	zakelijk	16%	15%	24%	36%	21%
	muziekbeleid	4%	2%	7%	13%	6%
	auteursrecht	13%	8%	8%	22%	11%
	belastingen	5%	8%	14%	25%	12%
	vzw	7%	4%	9%	9%	7%
	kunstenarsstatuut	4%	5%	8%	17%	8%
	management	27%	35%	49%	63%	43%
	promotie	24%	33%	42%	42%	36%
	ontwikkeling	38%	27%	20%	19%	25%
	materiaal	29%	37%	22%	16%	28%
Steunpunten	speelkansen	21%	31%	27%	8%	26%
	zakelijk	38%	38%	39%	64%	40%
	muziekbeleid	33%	33%	39%	44%	36%
	auteursrecht	19%	12%	20%	16%	16%
	belastingen	26%	19%	33%	36%	27%
	vzw	19%	22%	29%	36%	25%
	kunstenarsstatuut	31%	21%	48%	56%	36%
	management	14%	8%	14%	4%	10%
	promotie	10%	13%	13%	16%	12%
	ontwikkeling	12%	19%	6%	8%	12%
	materiaal	2%	9%	5%	12%	7%
Vrienden	speelkansen	62%	75%	81%	66%	74%
	zakelijk	15%	14%	26%	33%	19%
	muziekbeleid	5%	5%	10%	8%	7%
	auteursrecht	15%	11%	18%	19%	14%
	belastingen	5%	7%	16%	22%	10%
	vzw	7%	6%	10%	7%	7%
	kunstenarsstatuut	2%	5%	10%	9%	6%
	management	7%	11%	23%	26%	15%
	promotie	22%	36%	43%	34%	35%
	ontwikkeling	58%	60%	59%	44%	58%
	materiaal	59%	58%	53%	62%	57%
Websites	speelkansen	35%	43%	48%	43%	43%
	zakelijk	21%	21%	28%	30%	24%
	muziekbeleid	7%	9%	15%	10%	11%
	auteursrecht	21%	20%	19%	20%	20%
	belastingen	9%	9%	13%	6%	10%
	vzw	8%	8%	10%	10%	9%
	kunstenarsstatuut	6%	6%	10%	4%	7%
	management	7%	10%	14%	13%	11%
	promotie	23%	35%	45%	40%	36%
	ontwikkeling	56%	54%	45%	39%	51%
	materiaal	72%	72%	69%	61%	70%

Bijlage 11: Beoordeling stellingen YTC per categorie

		Beginner	Gevorderde	Semi-prof	Prof	Totaal
Zeer goed en zinvol initiatief	helemaal oneens	0%	0%	1%	0%	0%
	eerder oneens	1%	1%	3%	3%	2%
	neutraal	5%	9%	17%	19%	11%
	eerder eens	35%	39%	31%	33%	36%
	helemaal eens	59%	51%	48%	45%	51%
Een must voor elke beginnende dj die ambitie heeft	helemaal oneens	3%	1%	3%	4%	2%
	eerder oneens	8%	13%	17%	15%	14%
	neutraal	31%	32%	37%	39%	34%
	eerder eens	40%	34%	22%	22%	30%
	helemaal eens	18%	21%	20%	19%	20%
Uitgemolken concept dat afgevoerd moet worden	helemaal oneens	44%	44%	35%	25%	40%
	eerder oneens	43%	34%	28%	37%	34%
	neutraal	13%	19%	30%	33%	22%
	eerder eens	0%	2%	5%	3%	3%
	helemaal eens	0%	1%	2%	1%	1%
Aan vernieuwing en verfrissing toe	helemaal oneens	10%	7%	6%	6%	7%
	eerder oneens	19%	20%	16%	16%	18%
	neutraal	44%	43%	45%	40%	44%
	eerder eens	26%	25%	24%	30%	25%
	helemaal eens	2%	5%	9%	7%	6%
Moet groter en breder worden	helemaal oneens	4%	2%	4%	3%	3%
	eerder oneens	6%	5%	5%	4%	5%
	neutraal	27%	27%	30%	31%	28%
	eerder eens	42%	37%	38%	37%	38%
	helemaal eens	22%	29%	24%	24%	26%

Bijlage 12: Gebruik van types media per categorie

	Begin.	Gevor.	Semi-pro	Pro	Totaal
Djmagazines	26%	41%	49%	51%	41%
Music- en nightlifemagazines	44%	59%	64%	73%	59%
Algemene muziekmagazines	25%	32%	42%	40%	34%
Djsites/fora	49%	60%	59%	56%	57%
Music- en nightlifesites/fora	47%	53%	55%	51%	52%
Algemene muzieksites/fora	27%	33%	28%	28%	30%
Downloadsites/fora	45%	42%	47%	47%	44%
Sites/fora van de media	44%	44%	45%	48%	45%
Sies/fora van organisaties	31%	42%	43%	31%	40%
Andere	8%	8%	10%	7%	9%