

Identiteitsvorming in de 21^{ste} eeuw

Welke invloed hebben virtuele werelden op de vorming en de perceptie van de identiteit van de adolescent?



Hoe gebruiken jongeren de kenmerken van de hiphopcultuur als ze zich presenteren op hun profielsite? In hoeverre wijken jongeren met die presentatie af van hoe ze zich in werkelijkheid voordoen en hoe valt dit verschil te verklaren?



Door: Peter Steiner The New Yorker (1993)

Identiteitsvorming in de 21^{ste} eeuw

Code afstudeerproject: JH-2

Eva Diepenbroek 292460

Dr. Jos de Haan

Rotterdam, Juni 2006

Voorwoord

Na het aanmaken van een profiel op het vriendennetwerk heb ik een ware internetverslaving opgelopen. Ik heb de ‘afwijking’ om alvorens ik de dag begin een kijkje te nemen in de virtuele wereld die Hyves heet. Deze wereld houdt me uren achtereen bezig; ik spoor uit het oog verloren vrienden op, reageer op krabbels¹ en breng geïnteresseerden op de hoogte van mijn huidige leven. Hyves biedt mij een platform om te communiceren met goede vrienden en op zoek te gaan naar oude bekenden die ik al langere tijd niet meer heb gesproken. Een soortgelijk virtueel platform biedt de profielsite Sugababes haar leden. Deze profielsite wordt voornamelijk gebruikt door jongeren in de leeftijdsgroep 12-17 jaar om naast –zoveel mogelijk nieuwe mensen juist ook zichzelf beter te leren kennen. De opkomst van virtuele werelden waarop wij onszelf en de eigen identiteit(en) weergeven verwerven een steeds belangrijkere plaats in de samenleving. Reden te meer om te onderzoeken wat de gevolgen hiervan zijn op de vorming en de perceptie van de identiteit. Zijn profielsites onmisbare identiteitsvormingsinstrumenten voor adolescenten in de 21^{ste} eeuw? Deze en nog veel meer (interessante) vragen zal ik in deze master thesis voor u beantwoorden. Voor de totstandkoming van deze master thesis gaat mijn dank uit naar Marc Ramdin voor al zijn steun en liefde gedurende afgelopen periode. Onze verplichte avondjes samen gaven mij de energie om er de volgende dag voor de volle 100% voor te gaan. Marjolein Termote voor een bijzondere vriendschap. Jouw positieve kijk op dingen heeft mij steeds gestimuleerd om door te gaan. Het is gelukt! Editha Termote voor al haar behulpzaamheid bij het afnemen van de questionnaires en de groepsdiscussies. Jouw gastvrijheid en altijd vrolijke persoonlijkheid heeft ervoor gezorgd dat ik in alle rust de goede gegevens heb kunnen verzamelen! Dr. Jos de Haan voor zijn begeleiding tijdens mijn afstudeerperiode.

Ten slotte wil ik nog mijn dank betuigen aan mijn ouders, mijn broertje en mijn zus. Door jullie onvoorwaardelijke steun heb ik mijn universitaire studie tot een goed einde weten te brengen.

Rest mij niets meer dan u veel leesplezier toe te wensen.

¹ Benaming voor het achterlaten van een bericht op een profielsite van een Hyver.

Inhoud

Voorwoord	3
Inleiding	6
Opzet van deze scriptie	7
Hoofdstuk 1 Probleemherkenning: Identiteitsvorming in de 21^{ste} eeuw	10
§ 1.1 Aanleiding: gevolgen van internetcommunicatie	10
§ 1.2 Probleemstelling	10
§ 1.3 Onderzoeksvragen	10
§ 1.4 Begripsbepaling	11
§ 1.5 Doelstelling: verband hiphopcultuur en identiteit	14
Hoofdstuk 2 Het onderzoek: de geïdealiseerde identiteit op profielsites	15
§ 2.1 Onderzoeksmodel	16
§ 2.2 Literatuuronderzoek	17
§ 2.3 Fieldresearch	18
Hoofdstuk 3 De reële identiteit	24
§ 3.1 De onverklaarbaarheid identiteit	25
§ 3.2 Gelijkheid van lichaam en geest	25
§ 3.2.1 Samenvatting	27
§ 3.3 Adolescenten en identiteit	28
§ 3.3.1 Conclusie	33
Hoofdstuk 4 De hiphopcultuur	34
§ 4.1 Hiphopmuziek als identiteitsvormingsinstrument	35
§ 4.2 De 4 functies van muziek voor adolescenten	35
§ 4.3 Muziek als oriëntatiepunt van jeugdsubculturen	38
§ 4.4 De hiphopstijl als oriëntatiepunt	40
§ 4.5 Het ontstaan hiphopmuziek	41
§ 4.6 Kenmerken van de hiphopcultuur	42
§ 4.7 Conclusie	45

Hoofdstuk 5	Virtuele identiteit	46
§5.1	Inleiding	47
§5.2	Identiteit in de 21 ^{ste} eeuw	47
	§5.2.1 Wie ben ik of wie zijn ik?	50
	§5.2.2 Samenvatting	50
§5.3	Het internet als identiteitsinstrument	50
	§5.3.1 Conclusie	53
Hoofdstuk 6	Resultaten van het onderzoek	55
§6.1	Methode 1 : Het survey-onderzoek	56
	§6.1.1 Samenvatting Survey-onderzoek	66
§6.2	Methode 2 : De groepsdiscussie	67
	§6.2.1 Onderdeel 1 Psychologische test	74
§6.3	Onderdeel 2 Groepsdiscussie foto-opdracht	74
	§6.3.1 Samenvatting onderdeel 2	82
§6.4	Onderdeel 3 groepsdiscussie foto/videomateriaal	82
§6.5	Inhoudsanalyse van de virtuele identiteit	85
	§6.5.1 Samenvatting van de virtuele identiteit	90
§6.6	Conclusie van de resultaten	91
Hoofdstuk 7	Conclusie en aanbevelingen	93
§7.1	Conclusie	94
Literatuurlijst		97
Bijlagen		
A.1	Brief directeur Accent College	100
A.2	Vragenlijst adolescenten	101
B.1	Beoordeling psychologische test	105

Inleiding

In cyberspace, it is well known, one's body can be represented by one's own textual description: the obese can be slender, and the beautiful can be plain (Turkle, 1997).

Mijn persoonlijke ervaringen in een virtueel vriendennetwerk vestigde mijn interesse voor de manier waarop jongeren de eigen identiteit vormgeven op profielsites. Ik kwam in aanraking met het fenomeen van het 'digitale paspoort' door e-mail uitnodigingen van vrienden om een 'virtuele vriendschap' aan te gaan. Oorspronkelijk negeerde ik de uitnodiging, maar na verloop van tijd werd ik benieuwd naar de redenen van vrienden om een virtuele vriendschap aan te gaan. Zal een virtuele vriendschap anders zijn dan een vriendschap in real life (IRL)?

Uit pure nieuwsgierigheid creëerde ik mijn profiel op het vriendennetwerk Hyves.nl. Hoe langer ik met het vormgeven van mijn persoonlijke pagina bezig was hoe meer ik me realiseerde dat dit een heel boeiend fenomeen betreft. Door een profiel aan te maken werd ik aangemoedigd om na te denken over mijn identiteit. Ik koos weloverwogen een schermnaam met een bijbehorende foto en nam uitgebreid de tijd voor een persoonlijke beschrijving. Na lang sleutelen aan mijn profiel was ik tevreden met de presentatie van mijn 'zelf' en mijn 'identiteit(en)'. Mijn ervaringen op Hyves.nl roepen vragen op over de wijze waarop mensen de identiteit beleven op het internet. Bestaat er een verschil tussen de persoon die iemand is IRL en de persoon(en) op het virtuele platform? En hoe kan dit verschil verklaard worden?

Identiteitsvorming in een virtuele wereld

It's a chance for all of us who aren't actors to play (with) masks (Turkle, 1997).

Populaire websites onder jongeren zijn profielwebsites. Dit zijn virtuele ruimtes waarop jongeren zichzelf presenteren aan anderen. De virtuele ruimten geven de jongere op een eenvoudige manier de kans om te spelen met identiteiten en om identiteiten uit te proberen (Turkle, 1997). Uit onderzoek van Raviv, Bartal, Raviv, & BenHorin, (1996) blijkt dat vooral in de vroege adolescentie idolen belangrijk zijn als voorbeelden. Videoclips van popidolen geven jongeren ideeën, rijken ze levenswijzen, gedragingen en houdingen aan. Op profielsites kunnen jongeren de kenmerken uit muziekclips gebruiken om zichzelf op een geïdealiseerde manier te presenteren.

De constructie van de ‘virtuele identiteit’ staat los van een mogelijke referent aan de ‘reële identiteit’, maar kan juist door de belangrijke voorbeeldfunctie van idolen sterke overeenkomsten vertonen met kenmerken uit de muziekcultuur en dan met name de hiphopcultuur.

Dit onderzoek verschaft inzicht in de vraag of en hoe adolescenten in de leeftijdsgroep 12-17 jaar de kenmerken uit de hiphopcultuur gebruiken als inspiratiebron voor zelfpresentatie op hun profielsite? Tevens wordt er nagegaan in hoeverre jongeren met de virtuele presentatie op hun profielsite afwijken van de werkelijkheid en hoe deze verschillen verklaard kunnen worden.

Opzet van deze scriptie

In hoofdstuk één wordt het vraagstuk van dit onderzoek geanalyseerd. De probleemstelling wordt geïntroduceerd evenals de onderzoeksvragen en de doelstelling. Vervolgens zal in hoofdstuk twee het plan van aanpak uiteen worden gezet.

In dit onderzoek staan drie begrippen centraal

1. De reële identiteit
2. De hiphopcultuur
3. De virtuele identiteit

Hoofdstuk drie betreft een analyse van het eerste begrip reële identiteit. In dit hoofdstuk worden de traditionele elementen die bepalend zijn voor de identiteit van een individu uiteengezet voordat de virtuele werelden in opkomst waren. Vervolgens worden de theorieën van Erik Erikson (1968) aangaande jongeren en identiteitsvorming behandeld. Aansluitend wordt de Eysenck Personality Questionnaire (EPQ) voor het meten van de reële identiteit geïntroduceerd. Hoofdstuk vier behandelt het tweede begrip, de hiphopcultuur. Het belang van muziek voor adolescenten wordt eerst bekeken aan de hand van de vier hoofdfuncties van muziek. Daarna wordt de hiphopcultuur uiteengezet aan de hand van theorieën omtrent (jeugd)subculturen. Uiteindelijk gaat de aandacht uit naar de receptie en de ontwikkeling van de hiphopcultuur en wordt de specifieke ‘hiphopstijl’ uiteengezet.

De virtuele identiteit vormt het onderwerp van het vijfde hoofdstuk. De elementen die door het gebruik van het internet verandering aanbrengen op de identiteit van een individu, worden ten eerste behandeld. In aansluiting hierop worden er vier kenmerken van het internet onderscheiden die bijdragen aan de vorming en de perceptie van de identiteit.

In hoofdstuk zes worden de resultaten uit zowel het kwantitatieve als het kwalitatieve onderzoek geanalyseerd en de bijbehorende deelvragen worden eveneens beantwoord. In hoofdstuk zeven wordt naar aanleiding van de resultaten uit hoofdstuk zes de onderlinge samenhang tussen de drie afzonderlijke begrippen bepaald. Tenslotte wordt het onderzoek afgesloten met bijbehorende conclusies en aanbevelingen voor verder onderzoek.

PROBLEEMHERKENNING

‘Identiteitsvorming in de 21^{ste} eeuw’



1 || Identiteitsvorming in de 21^{ste} eeuw

§ 1.1 Aanleiding: gevolgen van internetcommunicatie

Communicatie via het internet krijgt een steeds belangrijkere plaats in de Nederlandse samenleving. De gevolgen hiervan op de vorming en de perceptie van de identiteit zijn nog nauwelijks onderzocht. Jongeren in de leeftijdsgroep 12-17 jaar weten (vaak) niet precies wie ze zijn en gaan daarom op ontdekkingstocht naar hun identiteit (Erik Erikson (1968). Op profielsites construeren jongeren door middel van beeld, schrift en geluid een virtuele identiteit. Deze hoeft niet overeen te komen met de persoon die zich fysiek voor het computerscherm bevindt, omdat communicatie op profielsites wordt gekenmerkt door verminderde audiovisuele informatie. Hierdoor kan de zender gemakkelijk bepaalde fysieke of persoonlijkheidskenmerken verbergen of juist benadrukken. De verwerving van emotionele zelfstandigheid gaat gepaard met een zekere verwijdering van de ouders. Adolescenten gaan zich spiegelen aan nieuwe identificatiefiguren. Popsterren in hiphopclips kunnen in deze periode belangrijke voorbeelden vormen omdat zij modellen bieden die aansluiten bij de ideeën van de adolescent.

§1.2 Probleemstelling

Gebruiken jongeren de kenmerken van de hiphopcultuur als ze zich presenteren op hun profielsite? In hoeverre wijken jongeren met die presentatie af van hoe ze zich in werkelijkheid voordoen en hoe valt dit verschil te verklaren ?

§1.3 Onderzoeksvragen

Om antwoord te geven op de probleemstelling zullen een aantal deelvragen onderzocht worden. Deze dienen ter ondersteuning van de hoofdvraag. De deelvragen worden verdeeld onder drie hoofdonderwerpen:

1. De reële identiteit
2. De hiphopcultuur
3. De virtuele identiteit.

De drie hoofdonderwerpen kennen de volgende deelvragen:

1. Reële identiteit

- ☐ In welke fase van identiteitsvorming zitten de respondenten?
- ☐ Wat is kenmerkend aan deze fase?

2. Hiphopcultuur

- ☐ Welke functies heeft muziek voor adolescenten?
- ☐ Hoe is de hiphopcultuur ontstaan?
- ☐ Welke kenmerken horen bij de hiphopcultuur?

3. Virtuele identiteit

- ☐ Wat is de virtuele identiteit?
- ☐ Welke kenmerken heeft internetcommunicatie die identiteitsexperimenten bevorderen?
- ☐ Gebruiken jongeren de kenmerken van de hiphopcultuur voor een geïdealiseerde weergave van de identiteit?
- ☐ Bestaat er een verschil tussen de reële en de virtuele identiteit van adolescenten?

§1.4 Begripsbepaling

In het onderzoek worden de volgende begrippen behandeld:

Adolescenten:

Not quite children and certainly not adults(P. Musgrove, *American Writer*, 20th century).

Onder het begrip adolescenten worden in dit onderzoek jongeren verstaan in de leeftijdsgroep van 12 tot en met 17 jaar. Deze grens is verdedigbaar, zoals uit literatuuronderzoek zal blijken op grond van sociale en ontwikkelingspsychologische argumenten. Jongeren zijn hierbij diegenen die 12 jaar of ouder zijn, maar die op grond van maatschappelijke, culturele en opvoedkundige criteria nog niet tot volwassenen mogen worden gerekend (Erikson, 1968).

Identiteitsvorming

In de puberteit leer je jezelf ontdekken in interactie met anderen. De identiteiten kunnen sterk wisselen per relationele context. Zo kan iemand verschillende identiteiten benadrukken in de interactie met anderen. Het resultaat van deze

ontdekkingsstocht plegen we 'identiteit' te noemen, een gelijkheid tussen de persoon enerzijds en diens persoonlijkheid anderzijds (Van Driel, 2002). Een individu heeft meerdere identiteiten. In de identiteitsliteratuur worden de begrippen 'zelf' en 'identiteit' vaak onderscheiden. De 'zelf' en de 'identiteit' zijn gerelateerde concepten, maar ze hebben beiden een andere betekenis. Men gaat ervan uit dat een volwassen individu slechts één *zelf* heeft dat—idealiter—relatief stabiel is. Dit individu kan echter tegelijkertijd verschillende *identiteiten* hebben (Valkenburg, 2005). Een persoon heeft één stabiel zelf en verschillende identiteiten. De identiteiten wisselen per relationele context.

Het internet

Internet is een medium waarmee mensen vanaf elke gewenste plaats en op elk gewenst tijdstip met elkaar kunnen communiceren. Op internet wordt informatie uitgewisseld en komen virtuele sociale relaties, netwerken en gemeenschappen tot stand.

Identiteit op het internet

De identiteit is volgens psychologen van de oude stempel één ding en kan vastgesteld worden aan de hand van de vraag: wie ben ik? In het digitale tijdperk is het volgens Hans van Driel (2002) belangrijker de vraag te stellen: wie zijn ik? De identiteit bestaat zoals eerder gezegd uit verschillende rollen die men aanneemt in de interactie met anderen. Elk persoon beschikt over meerdere identiteiten, niemand heeft één identiteit. Het is van oudsher vanzelfsprekend een onderscheid te maken tussen de verschillende rollen of identiteiten die iemand in het dagelijks leven aanneemt. Met de opkomst van virtuele werelden is het echter interessanter om een onderscheid te maken tussen de identiteit in het dagelijks leven, de 'reële identiteit', en de identiteit op het internet, de 'virtuele identiteit'. De overeenkomsten en/of verschillen tussen deze twee vormen van identiteit vormen het onderwerp van dit onderzoek.

De hiphopcultuur en het verband met de virtuele identiteit

Op internet heeft men de vrijheid om de identiteit(en) door middel van tekst, beeld en geluid zelf te creëren. Zelfcreatie van de identiteit op het internet kan tot gevolg hebben dat adolescenten bepaalde identiteitskenmerken aan anderen ontleenen. Popsterren vormen belangrijke identificatiefiguren voor adolescenten en kunnen

zodoende dienen ter inspiratie voor een geprivilegieerde weergave van de virtuele identiteit.

Kenmerken muziekcultuur

Mase got the ladies, Puff drives Mercedes

Take hits from the '80's, don't it sound so crazy (Mase, "Bad Boy," 1997).

Alle genres, van klassiek tot rap, van jazz tot r&b, hebben zo hun eigen codes voor de manier waarop de muziek ten gehore gebracht dient te worden en hoe artiesten zich dienen te presenteren. Luisteraars zijn daarmee vertrouwd en weigeren eenvoudigweg al te grote afwijkingen van bestaande schema's te accepteren (Ter Bogt, 2003). Mensen met verschillende smaken zijn gewend aan de conventies van de genres die zij waarderen. De hiphop-beeldcultuur wordt door ter Bogt (2003) beschreven als: ostentatief vertoon van gouden kettingen, grote auto's, witte huizen andere nouveau riche- parafernalia. De kenmerken die in de hiphopcultuur door idolen worden uitgedragen kunnen ter inspiratie dienen voor de vormgeving van de virtuele identiteit.

Profielsites

They provide for social interaction in a virtual space, worlds in which you can present yourself as a "character," in which you can be anonymous, in which you can play a role or roles as close or as far away from your "real self" as you choose (Turkle, 1997).

Met profielsites worden websites bedoeld die jongeren de gelegenheid bieden een profiel te onderhouden. Een profiel is een soort homepage waarop jongeren meerdere foto's en een beschrijving van zichzelf kunnen plaatsen om reacties van andere gebruikers van de site uit te lokken (Valkenburg, 2005).

In dit onderzoek staan twee populaire profielsites centraal, één voor meisjes, Sugababes.nl en één voor jongens Superdudes.nl.

De profielwebsites Sugababes en Superdudes werden opgericht in 2002 en hebben ruim 80.000 bezoekers per dag. De websites hebben gezamenlijk ruim 500.000 profielpagina's (Planet.nl, 2006).

Op de profielsites SB/SD wordt jongeren de mogelijkheid geboden om:

- Een digitaal paspoort te creëren
- Mee te discussiëren op discussiefora

- Een weblog bij te houden
- Te zien wie er online is
- Onderling te communiceren door het sturen van berichten
- Te chatten in de chatbox
- Op elkaar te stemmen
- Te zien wie er op dat moment online is
- Informatie uit te wisselen over dagelijkse ervaringen

De twee URL's vormen een zogenaamde 'online community'. Dit is een groep personen op internet, die met elkaar communiceren en gemeenschappelijke hobby's/interesses delen (Benschop, SocioSite 2005). Jongeren kunnen lid worden van de community door een profiel aan te maken.

§1.5 Doelstelling: verband hiphopcultuur en identiteit

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de vraag of en hoe adolescenten in de leeftijdsgroep 12-17 jaar de kenmerken uit de hiphopcultuur gebruiken voor een geïdealiseerde weergave van hun identiteit op profielsites. Vervolgens is het de intentie om te achterhalen in hoeverre jongeren met de virtuele presentatie (virtuele identiteit) afwijken van de werkelijkheid (reële identiteit) en hoe deze verschillen tussen de reële en de virtuele identiteit verklaard kunnen worden?.

DE GEÏDEALISEERDE IDENTITEIT OP PROFIELSITES?



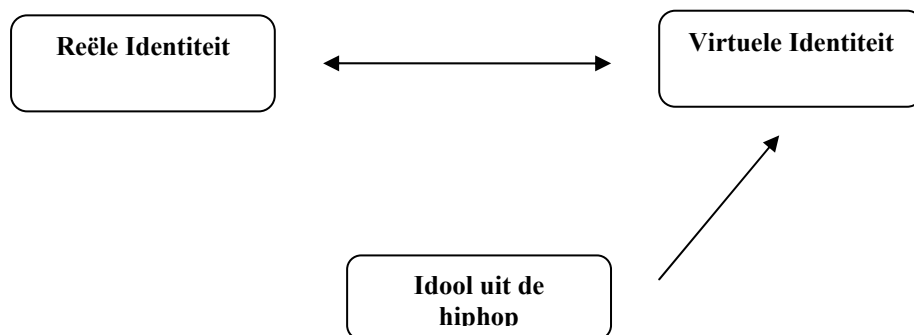
2 || De geïdealiseerde identiteit op profielsites

§2.1 Onderzoeksmodel

Er worden in dit onderzoek drie begrippen onderzocht namelijk:

1. De reële identiteit,
2. De externe uitingen van de hiphopcultuur
3. De virtuele identiteit

Het onderzoeksschema wordt gebruikt om duidelijkheid te scheppen omtrent het onderlinge verband tussen de drie zelfstandige begrippen.



Figuur: 2.1 Onderzoeksmodel in beeld

In figuur 2.1 wordt er een onderscheid gemaakt tussen de identiteit in het echte leven ‘reële identiteit’ en de identiteit op het internet ‘virtuele identiteit’. De overeenkomsten en/of verschillen tussen deze twee vormen van identiteit vormen het onderwerp van dit onderzoek. De adolescent heeft meer vrijheid op het internet om de identiteit zelf te creëren. Zelfcreatie van de identiteit op het internet kan tot gevolg hebben dat adolescenten bepaalde identiteitskenmerken aan anderen ontleenen. Popsterren vormen belangrijke identificatiefiguren voor adolescenten en kunnen zodoende dienen ter inspiratie voor een geïdealiseerde weergave van de virtuele identiteit. Er kan anders gezegd een discrepantie bestaan tussen de reële identiteit en de virtuele identiteit vanwege de vrijheid die het internet de persoon biedt om een ideaalidentiteit te creëren.

Er wordt gekozen voor de triangulatie methode. Dit betekent dat er binnen het onderzoek vanuit verschillende invalshoeken gegevens zullen worden verzameld. De

methodes die gebruikt worden zijn: deskresearch, questionnaire, groepsdiscussie, experimenteel mini- onderzoek, expertinterview en inhoudsanalyses van profielsites.

§2.2 Literatuuronderzoek

Aan de hand van een literatuuronderzoek (deskresearch) van bestaande theorieën over identiteit, de hiphopcultuur en de virtuele identiteit wordt inzicht verkregen in de drie afzonderlijke begrippen. Voor het verrichten van deskresearch zijn de volgende theorieën en eerder verricht onderzoek geraadpleegd; onderverdeeld naar hoofdonderwerp.

Theorie wat betreft de reële identiteit is afkomstig van:

Erik Erikson (1968) is bekend geworden door zijn introductie van het begrip identiteit. Erikson behandelt drie belangrijke concepten: identiteitsvorming, identiteitscrisis en het psychosociale moratorium. De theorieën van Erikson zullen gebruikt worden om te analyseren *a) in welke fase van identiteitsvorming de jongeren zich bevinden en b) wat kenmerkend is aan deze fase*. Identiteit is volgens Erikson een zelfportret dat is opgebouwd uit verschillende facetten. Een belangrijke vraag voor dit onderzoek betreft: *bestaat er een verschil tussen de reële en de virtuele identiteit van de adolescenten?*

Teneinde deze vraag te kunnen beantwoorden is het noodzakelijk om de reële identiteit van de respondenten vast te stellen. Het is echter door de complexiteit van het begrip onmogelijk om een totaalbeeld te schetsen van iemands identiteit. Een meetbaar aspect van iemands identiteit is de persoonlijkheid. Dit aspect wordt gemeten aan de hand van het persoonlijkheidsmodel van Eysenck.(1984) Dit model meet de persoonlijkheid van de respondenten aan de hand van drie persoonlijkheidsdimensies met twee uitersten: neuroticisme, extraversie en psychoticisme.

Theorie wat betreft de hiphopcultuur is afkomstig van:

Het belang van hiphopmuziek voor adolescenten wordt toegelicht aan de hand van de vier hoofdfuncties van het luisteren naar popmuziek: *moodmanagement, kennis van de wereld, sociale functies en identiteitsvorming* (Christenson en Roberts,1998). Om de hiphopcultuur en de populariteit van dit muziekgenre onder jongeren te verkennen wordt er gebruik gemaakt van de theorieën van het Centre for Contemporary Cultural

Studies (CCCS) 1964. Er staan drie begrippen centraal: cultuur, hegemonie en bricolage. De literatuurstudie van André Goossens (1995) naar de hiphopcultuur in de Verenigde Staten en Nederland wordt gebruikt om de specifieke kenmerken van het muziekgenre in kaart te brengen.

Theorie wat betreft de virtuele identiteit is afkomstig van:

Het onderzoek van Sherry Turkle (1997) naar het gedrag van mensen in virtuele werelden fungeert als belangrijke informatiebron in dit onderzoek. De deelvraag: *Welke kenmerken heeft internetcommunicatie die identiteitsexperimenten bevorderen?* wordt beantwoord aan de hand van de vier hoofdkenmerken die De Mul en Frissen (2000) onderscheiden in de studie: 'Under construction'. De vraag of er een verschil bestaat tussen de reële -en de virtuele identiteit van adolescenten wordt beantwoord aan de hand van het onderzoek van Patti Valkenburg (2005) over jongeren en hun identiteitsexperimenten op het internet.

§2.3 Fieldresearch

Voor een grondige analyse van de reële en virtuele identiteit van jongeren is er gebruik gemaakt van zowel kwantitatief als kwalitatief field research. Hiervoor is gekozen omdat de combinatie van kwantitatieve gegevens en kwalitatieve methodes het onderzoek versterken. Het kwantitatieve deel (het survey-onderzoek) is nuttig voor een snelle en overzichtelijke weergave van het profielbezit, de muziekvoorkeur en de identificatiefiguren van de jongeren in de steekproef. In het kwalitatieve deel (de groepsdiscussie) wordt er met een selecte steekproef dieper op de gegevens ingegaan.

Het fieldresearch bestaat uit drie methodes:

- o Methode 1: Survey-onderzoek onder 68 Nederlandse jongeren in de leeftijdsgroep twaalf tot en met zeventien jaar.
- o Methode 2: Groepsdiscussie met vier respondenten
- o Methode 3: Analyse van de virtuele identiteit op profielsites

Met het fieldresearch worden een tweetal onderzoeksvragen beantwoord:

1. Welke functies heeft hiphopmuziek voor adolescenten?
2. Of en hoe worden de kenmerken uit de hiphopcultuur gebruikt om de virtuele identiteit te construeren?
3. Bestaat er een discrepantie tussen de reële en de virtuele identiteit van adolescenten?

De antwoorden op de deelvragen worden uiteindelijk gebruikt om de hoofdvraag te beantwoorden. Voor het verrichten van fieldresearch zijn de volgende methodes toegepast.

Methode 1 Het survey-onderzoek

Doel: Inzicht verkrijgen in profielbezit, identificatiefiguren en muziekvoorkeur.

Er is een uitgebreide vragenlijst afgenomen onder 68 respondenten variërend in de leeftijd 12-17 jaar. Deze onderzoekspopulatie bestaat uit VMBO (afkorting voor Voorbereidend Middelbaar Beroeps Onderwijs) leerlingen van het Accent college in Vlaardingen. De leerlingen volgen een theoretische-, gemengde-, kaderberoepsgerichte- en basisberoepsgerichte leerweg. Doordat er een redelijk homogene groep wordt ondervraagd (VMBO leerlingen van het Accent college in Vlaardingen) kan er met een kleine steekproef worden volstaan. De questionnaire verschaft de onderzoeker een idee over het profielbezit, de muziekvoorkeur en de (mogelijke) invloed van identificatiefiguren in de onderzoeksgroep. Eveneens ontstaat er een beeld over muziekvoorkeur en de perceptie van bijbehorende videoclip. De gegevens worden verwerkt in SPSS en zullen gebruikt worden ter ondersteuning van het onderzoek. (Voor de volledige questionnaire verwijs ik u naar bijlage: A1)

Methode 2 De groepsdiscussie

Doel: Inzicht verkrijgen in overeenkomsten/verschillen tussen de reële –en virtuele identiteit en de invloed van kenmerken uit de hiphopcultuur

De groepsdiscussie is een geschikt instrument om een discrepantie tussen de reële en de virtuele identiteit van jongeren te signaleren. Wanneer de jongere zich in de virtuele wereld anders of beter voordoet dan in werkelijkheid dan is de verwachting dat de respondent dit in eerste instantie niet zal toegeven. Er is bij het verzamelen van de gegevens niet alleen gelet op de verbale, maar vooral ook op de non-verbale informatie die de respondent tijdens het interview uitzond. Hierom zijn de interviews face-to-face afgenomen en zijn er video-opnames gemaakt.

De non-verbale informatie is gebruikt om een (mogelijke) discrepantie in het uiterlijk en imago te signaleren tussen de reële identiteit en de virtuele identiteit. Via non-verbale signalen kunnen allerlei zaken worden afgeleid zoals zelfvertrouwen versus onzekerheid/ introversie versus extraversie/ welbevinden versus depressiviteit. In dit onderzoek is de non-verbale communicatie die een respondent uitzendt zo mogelijk nog belangrijker dan de verbale communicatie.

De selectie van respondenten voor de groepsdiscussie is uitgevoerd op basis van een selecte trekkingsmethode. De respondenten zijn bewust uitgekozen en benaderd voor deelname aan de groepsdiscussie. Er waren een tweetal criteria:

1. De respondenten zijn in het bezit van een profiel op Sugababes dan wel Superdudes.
2. De respondenten hebben als favoriet muziekgenre hiphop.

De gegevens uit de questionnaire werden gebruikt om de onderzoeksgroep te ordenen naar het profielbezit en de voorkeur voor hiphop-muziek.

Er zijn in totaal twaalf respondenten benaderd voor de groepsdiscussie waarvan vier respondenten hun medewerking toezegden en uiteindelijk participeerden in de groepsdiscussie. Het typerende voor kwalitatief onderzoek is dat generalisering van de resultaten naar het onderwerp belangrijker is dan naar de totale populatie.

De onderzoeker heeft na de groepsdiscussie gekeken of het onderwerp voldoende in de diepte en de breedte was afgedekt. Uit de resultaten bleek dat er geen noodzakelijke informatie ontbrak waardoor een tweede groepsdiscussie onnodig was.

De groepsdiscussie bestond uit drie onderdelen:

1. Psychologische test

2. Foto-opdracht
3. Bekijken van video –en fotomateriaal

In de volgende paragraaf worden de drie onderdelen van de groepsdiscussie nader toegelicht.

Onderdeel 1 Psychologische test

Doel: het bepalen van de reële identiteit.

Het vaststellen van de ‘reële’ persoonlijkheid zoals die door de respondenten van de groepsdiscussie zelf wordt beoordeeld door een individuele psychologische test. De test is opgesteld aan de hand van de drie gedragsdimensies van Hans Jürgen Eysenck (1940). De drie dimensies zijn aangeduid met een letter en laten aan beide zijden twee extremen zien.

(E) Extraversie ----- (E) Introversie

(N) Neuroticisme----- (N) Emotionele stabiliteit

(P) Psychoticisme----- (P) Consciëntieusheid

Wanneer een adolescent hoog scoort op de kenmerken van de dimensie (E), dan kan deze persoon geclassificeerd worden als extravert. Scoort de adolescent echter laag op deze kenmerken, dan wordt de adolescent aangemerkt als introvert.

Onderdeel 2 Foto-opdracht

Doel: het bevestigen van de reële identiteit en het beoordelen van de eigen reële identiteit en dat van een ander.

De betrouwbaarheid van de psychologische test wordt vergroot door jongeren te vragen de persoonlijkheid te bevestigen met een foto-opdracht.

De respondenten krijgen zes collages voorgelegd met foto's die elk één van de zes persoonlijkheidsdimensies van Eysenck uitbeelden. De respondenten worden gevraagd vijf foto's te selecteren die de eigen persoonlijkheid weerspiegelen. Vervolgens wordt hen hetzelfde gevraagd te doen voor een andere deelnemer aan de groepsdiscussie. De respondenten zijn vóór aanvang van de opdracht door de onderzoeker ingedeeld in paren.

Na de foto-opdracht volgt er een groepsdiscussie waarin de respondenten beurtelings uitleggen waarom ze voor een bepaalde foto hebben gekozen.

De volgende vragen worden gesteld: *Wat is er op de foto's te zien? Welke interpretaties en associaties heb je daarbij? Waarom spreekt de foto jou aan?*

De bespreking van de foto-opdracht gebeurt in groepsverband zodat respondenten de mogelijkheid krijgen om op elkaar te reageren. De respondenten kennen elkaar vrij goed. Zodoende kunnen zij ingrijpen wanneer iemand een totaal ander beeld schetst van haar eigen karakter. Allereerst beschrijven de respondenten de eigen persoonlijkheid op basis van de geselecteerde foto's. Waarna de foto's worden behandeld die ze voor de omschrijving van de ander hebben gekozen.

Onderdeel 3 Bekijken van videoclips en fotomateriaal

Doel: het meten van de invloed van de hiphopcultuur op profielsites.

De onderzoeker toont de respondenten videoclips van populaire hiphop-artiesten. Hierna wordt er een powerpoint-presentatie gepresenteerd met fotomateriaal afkomstig van de website Sugababes dan wel Superdudes. Het fotomateriaal is gekozen omwille van de weerspiegeling van kenmerken uit de hiphopcultuur. De onderzoeker laat de jongeren de foto's bestuderen en naar eigen inzicht reageren.

Vervolgens worden de volgende vragen gesteld:

- Zie je wel eens kenmerken uit videoclips terug op profielsites?
- Zitten er foto's tussen die (naar jouw mening) sterke overeenkomsten vertonen met kenmerken uit de hiphopcultuur?
- Raak jij zelf wel eens geïnspireerd door kenmerken uit hiphopclips?
- Zoja, gebruik je de kenmerken vervolgens voor jouw eigen profiel?

Hierna worden de respondenten gevraagd te reageren op de volgende stellingen:

- Op mijn profielsite ben ik een leuker/knapper persoon
- Op mijn profielsite kan ik (niet) mezelf zijn

Methode 3 Inhoudsanalyse identiteit op profielsites

Doel: het vaststellen van de virtuele identiteit.

De identiteit die de vier respondenten presenteren op hun profielsite wordt eveneens gescoord/gemeten aan de hand van Eysenck's drie gedragsdimensies. De reële identiteit van de respondent die is vastgesteld tijdens de groepsdiscussie kan sterke overeenkomsten/ verschillen vertonen met de virtuele identiteit. De jongere kan bij het vaststellen van de reële identiteit met de methode van de groepsdiscussie gekenmerkt worden als een introvert persoon, maar kan zich op de profielsite presenteren als een extravert persoon. De verschillen in presentatie worden vervolgens in verband gebracht worden met de invloed van kenmerken uit de hiphopcultuur.

Op de profielsite worden de gedragsdimensies gemeten door een analyse van de verschillende attributen die jongeren zichzelf toekennen op hun profielsite. De attributen hebben betrekking op verschillende kenmerken namelijk:

- ☐ Schermnaam
- ☐ Leeftijd
- ☐ Haardracht
- ☐ Kracht
- ☐ Intelligentie
- ☐ Seksuele voorkeur
- ☐ Aantal vrienden en vriendinnen
- ☐ Favoriete links
- ☐ Muziekkeuze
- ☐ Omschrijving van zichzelf en anderen

Het totaalbeeld dat de jongere laat zien door middel van foto's en/of videomateriaal vormt een zeer belangrijke bron van informatie.

Wanneer een respondent tijdens het persoonlijke interview een onzekere en verlegen indruk maakt, maar op de profielsite daarentegen juist een sexy uitdagende indruk dan kan evenzeer een discrepantie worden vastgesteld.

DE REËLE IDENTITEIT



3 || De reële identiteit

§3.1 De onverklaarbaarheid van identiteit

*“He doubted his own identity,
and whether he was himself or another man” (From Washington Irving’s Sketch
book, 1820).*

Deze scriptie is begonnen met een zoektocht naar relevante literatuur over het begrip ‘identiteit’. In het prille begin dacht ik het begrip te verklaren aan de hand van een logische definitie, die ik eenvoudigweg zou verkrijgen uit de voorhanden zijnde literatuur. Niets was minder waar, één bezoekje aan de bibliotheek deed mij de moed in de schoenen zakken. Er bestaan tientallen boeken over één en hetzelfde begrip dat in de volksmond zo vaak wordt gebruikt.

Ik begon met een klein experimentje en vroeg mensen in mijn huidige omgeving de eigen identiteit te omschrijven. Mijn verwarring was compleet na het aanhoren van de meest uiteenlopende antwoorden. De één omschreef de eigen identiteit door het noemen van de eigen naam, de ander noemde de leeftijd en weer een ander de professie. Verder werden er attributen genoemd zoals uiterlijke kenmerken, sociale situatie en psychisch welbevinden om antwoord te geven op de vraag naar de definiëring van de identiteit. Bovendien viel het op dat men niet simpelweg één antwoord kan geven omdat de identiteit uit verschillende rollen bestaat. Een meervoudig antwoord zoals: ik ben een moeder, een huisvrouw en een dochter werd daarom dikwijls gegeven om een compleet beeld te schetsen van de persoonlijkheid. Naar aanleiding van het minionderzoek kunnen we concluderen dat het zoeken naar een heldere afbakening van het begrip identiteit uitloopt op een teleurstelling; het begrip is alles behalve eenduidig. Het doel van de volgende paragrafen is om aan de hand van literatuurstudie meer duidelijkheid te scheppen betreffende het begrip identiteit en vervolgens tot een werkbare definitie te komen voor het onderzoek.

§3.2 Gelijkheid van lichaam en geest

Het begrip identiteit stamt af van het Latijnse woord ‘identitas’, dat is afgeleid van het woord ‘idem’ wat simpelweg ‘hetzelfde’ betekent. Wanneer de Dikke van Dale (2005) erop wordt nageslagen, verkrijgt men de volgende definitie:

iden-ti-teit (de ~ (v.))

1 (~en) dat wat eigen is aan een persoon => een eenheid in wezen en persoonlijkheid

De definitie van de Dikke Van Dale veronderstelt een gelijkheid tussen de *persoon* enerzijds en diens *persoonlijkheid* anderzijds. De Latijnse vertaling van het begrip kan in deze context opgevat worden als ‘hetzelfde’ zijn van de ‘persoon’ en de ‘persoonlijkheid’. Het lichaam en de geest veranderen in zowel de Latijnse vertaling als in de Nederlandse definitie van opzichzelfstaande elementen tot een entiteit. Anders gezegd, de verbinding tussen lichaam en geest moet een eenheid teweegbrengen.

Wanneer ik thuis kom, mijn schoenen uit schop en vervolgens mijn tas op tafel smijt roept mijn vriend: ‘dat is nou typisch Eva’. Deze reactie ontstaat doordat verschillende gedragingen, gedachten en handelingen worden toegeschreven aan een bepaald persoon. Het lichaam wordt gekoppeld aan een bepaald gedrag. Alle vormen van gedrag die zijn verbonden aan dat ene lichaam vormen samen ‘jezelf’ (Smidt, 2003). Het lichaam speelt een fundamentele rol in de traditionele definitie van identiteit. Zonder het fysieke lichaam is er geen sprake van een identiteit. De persoon is volgens de theorie identiteitsloos en bestaat dus niet in de echte wereld. Volgens sommigen is onze identiteit zelfs onlosmakelijk verbonden met ons lichaam. ‘Vanwege ons lichaam kunnen we ons fysiek bewegen in een ruimte, interacteren met anderen en met andere lichamen (Green, 1997).

Identiteit een meervoudig begrip

Eenheid van lichaam en geest lijkt op het eerste gezicht een acceptabele definiëring van het begrip identiteit. Helaas laat deze omschrijving de veelvuldigheid van persoonlijkheden buiten beschouwing. Identiteit is een meervoudig begrip daar er binnen één persoonlijkheid tal van rollen zijn die een persoon kan vervullen. Een mens bezit nooit één identiteit.

Dit kan geïllustreerd worden aan de hand van het leven van een vrouwelijke student. Op een gewone zaterdag kan zij wisselende rollen achtereenvolgens vervullen. s’Ochtends gaat zij naar haar ouders en vervult zij de rol van de liefhebbende dochter. s’Middags winkelt zij met een studiegenootje en vervult zij de rol van vriendin en s’avonds met haar vriendje bekleedt zij de rol van minnares.

Deze drie rollen vervult zij achtereenvolgens zonder dat het haar enige inspanning kost. Het zijn rollen waarmee zij zichzelf gestalte geeft en die allen deel uitmaken van haar identiteit. Elk lidmaatschap aan de verschillende sociale groepen waar zij deel van uitmaakt, levert een ander verhaal op. De identiteit krijgt vorm in een proces van accumulatie en transformatie waarin elke rol, ervaring en ontmoeting een creërende functie heeft op de identiteit van een individu (Smidt, 2003).

Identiteit wisselt in de interactie met anderen

Uit voorgaande alinea blijkt dat de rollen worden aangenomen in de interactie met anderen. Een persoon vervult diverse rollen wanneer men in verschillende sociale groepen verkeert.

Identiteit is een conglomeraat van verschillende rollen en verschillende relaties die we onderhouden met mensen en dingen in onze omgeving. Hiermee wordt bedoeld dat je bij iedereen een andere identiteit aanneemt (d'Heanens, 2004).

Identiteit ontstaat dus door de interactie met anderen en wisselt per relationele context. In het minionderzoek werd respondenten de vraag voorgelegd: wie ben jij? De respondenten bleven het antwoord schuldig. Een logische verklaring hiervoor is dat identiteit pas ontstaat in de interactie met anderen en bij iedere interactie is men een ander persoon. De vraag: wie ben ik, kan daarom enkel beantwoord worden met een meervoudig antwoord. Niemand is simpelweg één persoon met één identiteit.

De geïdealiseerde identiteit

Men speelt verschillende rollen, maar elk persoon heeft een bewustzijn van de 'ideale identiteit' of zoals Van Driel (2002) het noemt de geprivilegieerde identiteit.

Van Driel vraagt zich af hoe het anders verklaard kan worden dat mensen op sommige momenten "niet zichzelf zijn". Je bent niet één ding en je hebt niet één identiteit dus hoe kun je "niet jezelf zijn"? (Van Driel, 2002). Van Driel's verklaring luidt, dat elk individu een ideale-ik heeft waaraan ze de voorkeur geven. Het is aannemelijk dat adolescenten die zich identificeren met de hiphopcultuur een identiteitsideaal hebben die gelijkenis vertoont met kenmerken typerend voor deze muziekstroming.

§3.2.1 Samenvatting

Identiteit kan berustend op de Latijnse verklaring en de Dikke van Dale (2005) opgevat worden als 'eenheid van lichaam en geest'. De opzichzelfstaande elementen van

het lichaam en de geest worden in deze definitie met elkaar verbonden waarbij er continuïteit heerst. Identiteit is een meervoudig begrip; het is niet één ding en niemand bezit slechts één identiteit. Dit komt omdat één persoon verschillende rollen speelt die ontstaan in de interactie met anderen en wisselen per relationele context. Identiteit kan opgevat worden als een conglomeraat van verschillende rollen en relaties die we onderhouden met mensen en dingen in onze omgeving. Er bestaat desondanks een ideale-ik waar we blijkbaar de voorkeur aan geven. De vraag of deze ideale-ik van adolescenten geïnspireerd is op hun idolen zal in dit onderzoek beantwoord worden.

§3.3 Adolescenten en identiteit

De ideeën van Erik Erikson (1950,1968) over identiteit.

In het sociale oerwoud van het menselijk bestaan is het niet mogelijk zich levend te voelen zonder een besef van identiteit (Erik Erikson, 1950, 1968).

Erik Erikson is de ‘founding father’ van de begrippen: identiteit, identiteitscrisis en identiteitsverwarring. Erikson onderscheidt acht fasen in het proces van identiteitsontwikkeling. Elke fase wordt gekarakteriseerd door een emotionele crisis met twee mogelijke resultaten: een gunstige en een ongunstige. De oplossing voor iedere crisis bepaalt de volgende ontwikkeling. Wanneer het kind alle fasen van identiteitsvorming heeft doorlopen ontstaat er volgens Erikson (1950, 1968) een vitale persoonlijkheid.

Identiteit versus verwarring

Dit onderzoek richt zich op adolescenten in de leeftijdsgroep 12-17 jaar. In deze adolescentiefase is de vorming van een stabiele, geïntegreerde zelf één van de belangrijkste opdrachten (Erikson,1968). De adolescentiefase vormt de vijfde psychosociale fase in het model van Erikson waarin de emotionele crisis ‘*identiteit versus verwarring*’ centraal staat. Adolescenten bevinden zich in een identiteitscrisis waarin zij zich het volgende afvragen:

- ❑ Wie ben ik?
- ❑ Waarom besta ik?
- ❑ Wat is het doel van het leven?

De crisis wordt gedomineerd door gevoelens van twijfel en angst. In de adolescentie trachten jongeren een consistent beeld te ontwikkelen over de aanname van hun eigen

rol. De normen en waarden van hun ouders, hun vrienden en andere belangrijke personen worden hierbij in ogenschouw genomen. *Rolverwarring* kan optreden wanneer de normen en waarden van deze groepen niet overeenkomen.

Een kind heeft een stabiel idee van wie hij of zij is. Dit verandert echter in de adolescentie wanneer hij of zij de behoefte krijgt onafhankelijker te worden en een abstracter en kritischer denkvermogen ontwikkelt (d'Heanens, 2004).

In de adolescentiefase vinden drastische hormonale, cognitieve en sociale veranderingen plaats (Valkenburg, 2005). De combinatie van veranderingen binnen een relatief korte periode, zou er toe kunnen leiden dat deze periode crisisachtig van aard is. De adolescent probeert verschillende rollen uit, maar kan deze niet samenbrengen tot een consistente identiteit.

Balanceren tussen afhankelijkheid en zelfstandigheid

In de zoektocht naar de identiteit komen jongeren volgens de theorie van Erikson in een periode van uitgestelde volwassenheid terecht, in de klassieke adolescentiepsychologie wordt deze periode een moratorium genoemd.

mo·ra·to·ri·um (het ~, -ria/~s) (Dikke van dale, 2006)

1 [jur.] algemeen uitstel, tijdelijke opschorting

Een moratorium kan gezien worden als een periode van uitstel van volwassen verplichtingen. De auteur Robert Liston (1974) omschrijft een moratorium als een lange zwerftocht waarin de tiener werkt aan een experiment met verschillende rollen en identiteiten. De mogelijkheid tot exploratie wordt in deze periode als voorwaardelijk gezien voor de ontwikkeling van een stevige identiteit.

Doordat de adolescent zich in een 'tussenperiode' bevindt, wordt hem/haar de vrijheid geboden om te experimenteren met verschillende rollen zonder dat er vergaande consequenties volgen. Het resultaat van het uitproberen leidt uiteindelijk tot de creatie van een stabiele zelf.

Een moratorium beslaat de periode tussen de kindertijd en volwassenheid. Dit is een periode vol contrasten. Zo is de adolescent geen kind meer, maar ook nog niet volwassen. Er wordt kennis gemaakt met de 'volwassen wereld', maar ouders bieden een veilige thuishaven om op terug te vallen.

Tenslotte willen ouders de adolescent vrijlaten, maar tegelijkertijd beschermen tegen de wereld. Adolescenten vormen een groep die balanceert tussen afhankelijkheid en zelfstandigheid. Tijdens het moratorium maakt de adolescent zich los van thuis. De adolescent gaat op zoek naar nieuwe identificatiemogelijkheden, nieuwe ervaringen en nieuwe zingevingen. Het onthechten van de 'primaire identificatieobjecten', zoals het gezin, maken plaats voor een focus op de 'secundaire identificatieobjecten', bijvoorbeeld leeftijdsgenoten, leraren of bekende sterren (d'Haenens, 2004). Er vormt zich een losmakingsproces van thuis waardoor de werelden van ouders en adolescenten steeds meer gescheiden raken. Er zijn nog maar weinig zaken vanzelfsprekend: jongeren moeten zich vragen stellen over hun eigen persoon, hun relaties met anderen, hun plaats in de samenleving en in de toekomst; kortom over hun identiteit. Jongeren hebben elkaar nodig om zich te oriënteren op deze keuzes (Naber, 1991). Jeugdsbculturen ontstaan doordat jongeren elkaar opzoeken op basis van gedeelde interesses, plezier en onderling contact.

Erikson (1986) beschrijft dat jonge mensen gedurende de adolescentie geheel op lijken te gaan in excentrieke pogingen om een puberale subcultuur te vormen met een identiteitstransformatie. Adolescenten zijn volgens Erikson soms op ziekelijke, vaak op merkwaardige wijze bezig met hoe ze eruit zien in de ogen van anderen, en vergelijken dat met hoe zij zichzelf zien. En verder met de vraag hoe zij hun vroeger gecultiveerde rollen en vaardigheden verbinden met hun ideale prototypes (Erikson, 1950, 1968).

Popsterren kunnen fungeren als secundaire identificatieobjecten binnen een subcultuur. Voorwaarde is dat het object van identificatie binnen de cultuur van de subgroep moet passen. De muziekstroming hiphop is erg populair onder jongeren en zou hen rolmodellen levenshoudingen en gedragingen kunnen aanreiken waarmee zij zich kunnen identificeren. In hoofdstuk vier wordt de rol van subculturen en in het bijzonder de hiphopsubcultuur nader beschouwd.

Experimenten voor een stabiele persoonlijkheid

De belangrijkste aspecten in de theorie van Erikson zijn identiteitsexperimenten met als uitkomst een stabiele persoonlijkheid. Voordat adolescenten een 'stabiele zelf' ontwikkelen maken ze een periode door waarin ze experimenteren met verschillende persoonlijkheden en rollen. Wanneer een adolescent lid is van een subgroep anticipeert hij/zij op de reactie van andere leden.

Een voorbeeld van een adolescent die zich (hoogstwaarschijnlijk) in een moratorium bevindt, werd gevonden op het forum van de website Sugababes.nl. Het bericht werd geplaatst door een profielhoudster met de schermnaam Hecubah. Het forumtopic waar Hecubah op reageert is: *heb jij op het internet wel eens een nepidentiteit aangenomen? Ofwel (in eigen woorden) heb je wel eens een fake profiel gemaakt?*

Dat dit een topic betreft dat de gemoederen flink bezighoudt, blijkt wel uit de enorme stroom van reacties. Het merendeel van de profielbezitters vindt het 'not done' om een andere identiteit aan te nemen op het internet. "Fakers zijn onbetrouwbare personen met weinig zelfvertrouwen", is de heersende opvatting. Daarentegen is er ook de reactie van Hecubah waarin zij eerlijk aangeeft weleens geëxperimenteerd te hebben met haar identiteit. In haar reactie vertelt Hecubah dat ze een andere identiteit uitprobeert als gevolg van negatieve reacties die zij ontvangt op haar reële identiteit als 'alto'. (afkorting: subgroep alternatievelingen) Op het internet is de identiteit flexibel. Men heeft de mogelijkheid om meerdere personen te zijn en je kunt zijn wie je wil zijn. Dit is voor Hecubah een uitgelezen kans om een andere identiteit uit te proberen.

Ze creëert een virtuele identiteit waarin zij zichzelf presenteert als hiphopfan en merkt dat de toon van de reacties verandert. De 'virtuele identiteit' wordt positiever ontvangen. Dit is iets wat Hecubah duidelijk ongelukkig stemt. Hoewel het identiteitsexperiment van Hecubah door andere profielhouders gezien wordt als puur bedrog, kan het ook bekeken worden als een persoonlijke leerervaring. Door te experimenteren met verschillende identiteiten ontdekt Hecubah hoe men reageert op een specifieke kledingstijl en muziekvoorkeur.

 Hecubah	 Geplaatst op 09-11-2004 20:23
SB/SDLunatic  Posts: 1822 Offline	1x... maar dat is omdat sommige mensen meteen hun oordeel al klaar hebben omdat ik 'alto' ben, dus had ik ook erges fake-profiel aangemaakt waarin ik dat niet liet merken maar net deed alsof ik ook r&b en hip-hop luisterde enzo 😊 Mensen deden meteen anders 😊 Maaruh.. fake-profiel, fake-foto 😊 Maar dies nu wel weg hoor 😊 Tis niet leuk als mensen je alleen maar

Het zelfportret identiteit

Identiteit kan volgens Erikson het best omschreven worden als een zelfportret opgebouwd uit verschillende facetten:

- ☐ Professionele identiteit = de carrière en het beroep dat iemand wil gaan uitoefenen
- ☐ Politieke identiteit = politieke voorkeur
- ☐ Religieuze identiteit = geloofsovertuiging
- ☐ Intellectuele/ambitieuze identiteit = in hoeverre is iemand vastbesloten om iets te bereiken in het leven
- ☐ Seksuele identiteit = seksuele voorkeur
- ☐ Culturele identiteit = Waar komt iemand vandaan en in hoeverre identificeert diegene zich met een bepaalde plaats.
- ☐ Hobby's van een persoon
- ☐ Persoonlijkheid
- ☐ Het lichaam

Erikson geeft een uitgebreide omschrijving van de subonderdelen waaruit de identiteit bestaat. De meest gangbare definitie van identiteit, 'eenheid van lichaam en geest', heeft vooral betrekking op de subonderdelen *persoonlijkheid* en *lichaam*.

De persoonlijkheidsdimensies hangen samen met bepaalde attitudes en gedragingen en zullen daarom gebruikt worden voor het vaststellen van de reële identiteit van een adolescent.

Eysenck's persoonlijkheidsmodel (1985)

Het model van Eysenck (1985) wordt gebruikt voor het meten van de basisdimensies van de persoonlijkheid. Het model van Eysenck veronderstelt dat persoonlijkheidsfactoren zijn terug te voeren tot een drietal hoofdfactoren. Hij onderscheidt de factoren neuroticisme ('emotional stability'), extraversie en psychoticisme. In tegenstelling tot de drie factoren van Eysenck bestaan er veel auteurs die een vijftal hoofdfactoren onderkennen 'the big five'². De beschrijvingen

² The big five: neuroticisme ('emotional stability'), extraversie, plezierigheid ('agreeableness'), zorgvuldigheid (conscientiousness) en openheid ('openness').

van de schalen zijn ontleend aan de meest recente Engelstalige handleiding van de drie-factor analyse (Eysenck & Eysenck, 1991). In deze handleiding worden de schalen omschreven aan de hand van eigenschappen die een persoon zou bezitten met hoge scores op de betreffende schaal. Dit levert min of meer stereotype beschrijvingen op van personen met extreme scores, die in het dagelijkse leven niet of nauwelijks zullen voorkomen. Bij het omschrijven van de eigenschappen is getracht om zo dicht mogelijk in de buurt van de oorspronkelijke omschrijvingen te blijven.

§3.3.1 Conclusie

Erik Erikson (1968) onderscheidt acht fasen in het proces van identiteitsontwikkeling. In dit onderzoek staan adolescenten in de leeftijdsgroep 12-17 jaar centraal die zich volgens Erikson bevinden in de vijfde emotionele crisis '*identiteit versus verwarring*'. De adolescent is verward omdat hij/zij in contrast met de kindertijd geen stabiel idee meer heeft wie hij/zij is. De verwarring leidt er toe dat de adolescent verschillende rollen uitprobeert maar deze niet kan samenbrengen tot één consistente identiteit. Er ontstaat een lange zoektocht waarin identiteitsexperimenten centraal staan. De adolescent krijgt veel vrijheid om met verschillende rollen en identiteiten te experimenteren omdat hij/zij zich bevindt in een moratorium.

Identiteit is berustend op Erikson een zelfportret dat is opgebouwd uit verschillende facetten. In dit onderzoek staat de 'reële identiteit' en de 'virtuele identiteit' van de adolescent centraal. Het is echter door de complexiteit van het begrip onmogelijk om een totaalbeeld te schetsen van iemands identiteit. Daarom is ervoor gekozen om de reële identiteit te toetsen op basis van de uit de traditionele definitie afkomstige begrippen *persoonlijkheid* en *lichaam*. De persoonlijkheid zal worden gemeten aan de hand van Eysenck's persoonlijkheidsmodel. Het lichaam wordt gemeten aan de hand van fysieke kenmerken: uiterlijk/kledingstijl/haardracht/make-up. Eveneens worden de non-verbale communicatie of imagokenmerken van het lichaam meegenomen zoals lichaamshouding/manier van groeten etc. De combinatie van de twee begrippen geeft inzicht in de reële identiteit van de adolescent en kan eenvoudigweg vergeleken worden met de virtuele identiteit.

HIPHOPCULTUUR



4 || De hiphopcultuur

§4.1 Hiphop als identiteitvormingsinstrument

In hoofdstuk 3 is het proces van identiteitsvorming omschreven als een lange zwerftocht waarin jongeren experimenteren met verschillende rollen en identiteiten. De adolescent bevindt zich in een identiteitscrisis waarin gevoelens van twijfel en angst overheersen. Tijdens deze periode van identiteitsverwarring kan muziek een belangrijke rol spelen in het leven van de adolescent. De adolescent heeft geen stabiel idee van wie hij of zij is. Muziek biedt jongeren rolmodellen, levenshoudingen en gedragingen waarmee zij zich kunnen identificeren (Ter Bogt, 2003).

De fascinatie voor een bepaald muziekgenre kan de vorming van een muziekspecifieke subcultuur tot gevolg hebben. Subgroepen met bepaalde muziekgenres of idolen als oriëntatiepunt worden in de wetenschap aangeduid met de benaming ‘youth style preferences’. Dat het genre hiphop meer is dan een populaire muziekstroming blijkt uit de enorme invloed op kledingstijl, reclames, tv-series, kunst en dans. De muziekstijl heeft eigen rituelen, een specifieke kledingstijl en een taal die typerend is voor deze cultuur.

In dit hoofdstuk wordt allereerst de belangrijke rol van muziek in het leven van adolescenten behandeld aan de hand van de vier hoofdfuncties van muziek. Vervolgens wordt de hiphopcultuur bekeken aan de hand van theorieën omtrent (jeugd)subculturen. Als laatste gaat de aandacht uit naar de receptie en de ontwikkeling van de hiphopcultuur en wordt de specifieke ‘hiphopstijl’ uiteengezet.

§4.2 De vier hoofdfuncties van muziek voor adolescenten

De belangrijkste motieven voor luisteren zijn: om geraakt te worden, om jezelf deel te voelen van een groter geheel, om je energieke te voelen, om je verdriet te vergeten, om ontroerd te worden (Ter Bogt, 1997, Christenson & Roberts, 1998).

Muziek is belangrijk voor adolescenten. Christenson en Roberts (1998) omschrijven voor een adolescent publiek vier hoofdfuncties voor het luisteren naar popmuziek.

Onder de noemer popmuziek bedoelen Christenson en Roberts populaire muziekgenres die in de hitparade staan. Het genre hiphop wordt geprefereerd door adolescenten wat resulteert in een dominantie van de hitlijsten.

De vier hoofdfuncties van popmuziek voor adolescenten zijn:

1. Moodmanagement
2. Kennis van de wereld
3. Parasociale en sociale functies
4. Identiteitsvorming

1. Moodmanagement

De meeste jongeren luisteren puur vanuit amusementsoverwegingen naar muziek. Jongeren vinden het aangenaam om emotioneel bewogen te worden door muziek en een belangrijke reden voor hun om te luisteren is vanwege het feit dat het hun stemming verbetert (Wells, 1990). Tom ter Bogt (2003) plaatst een kanttekening bij deze uitsluitend positieve functie van muziek. Hij zegt: 'hoewel popmuziek over het algemeen positief bijdraagt aan levensplezier en aan de ontwikkeling van een identiteit zijn sommige stromingen binnen de popmuziek en hun vertolkers verdacht omdat zij zouden bijdragen aan adolescent probleemgedrag.' Bovendien benadrukt Ter Bogt dat sommige muzieksoorten eerder een neerslachtige stemming verwekken dan een vrolijke stemming.

2. Kennis van de wereld

Muziek leent zich er uitstekend voor om boodschappen te communiceren. Vooral bij hiphop is dit het geval aangezien de teksten bij deze muziekvorm een zeer belangrijke plaats innemen. Rappen staat meer los van de muziek dan zingen waardoor een boodschap duidelijker en directer gecommuniceerd kan worden (Goossens, 1994).

Als uitgangspunt van de teksten dient dikwijls de maatschappelijke positie en de culturele achtergrond van de zwarte gemeenschap. De kennis die adolescenten hierbij opdoen kan bijdragen tot een verandering in hun houding ten opzichte van de samenleving (Ter Bogt, 2003). Arnet et al (1996) onderzochten het effect van muzikale boodschappen. Zij kwamen tot de ontdekking dat fans van rapmuziek in het bijzonder de weerspiegeling van een ideale wereld in de teksten weerspiegeld zien. Fans van rapmuziek hebben volgens hen de neiging teksten van muziek en de betekenis die dat medium van de wereld geeft serieuzer te nemen dan de modale popfan. Een aannemelijke reden hiervoor is, dat rapmuziek de cultuur van de 'underdog' representeert waar veel jongeren zich mee kunnen identificeren. Belangrijke thema's in rapmuziek zijn armoede, bendevoering, uitzichtloosheid en criminaliteit. In contrast hiermee staat de overdadige rijkdom die vaak geprojecteerd wordt in videoclippen. Voornamelijk zwarte jongeren die opgroeien in een overwegend

blanke cultuur onder gelijksoortige omstandigheden zullen zich verwant kunnen voelen met de thema's geadresseerd in rapmuziek. Echter ook blanke jongeren worden aangespoord na te denken over de eigen positie in de wereld. Het wederzijdse begrip en respect voor elkaars cultuur zou door rapmuziek vergroot kunnen worden.

3. Parasociale en sociale functies

Mensen luisteren naar muziek om zich imaginair deel te voelen van een grotere groep van gelijken (Ter Bogt, 2003). Muzikale smaak is een factor in groepsvorming. Mensen eigenen zich, door smaken over te nemen, de groepskenmerken toe van groepen waartoe zij willen behoren en onderscheiden zich daarmee van anderen. In die zin versterkt muziek de sociale identiteit. Muziek definieert met andere woorden de grenzen van het groepslidmaatschap ten opzichte van andere jongeren en vormt de groepsidentiteit. De meerderheid van de nummer één hits gaat over liefde en verliefdheid. Er wordt voorgeschreven hoe te handelen in bepaalde situaties of er wordt troost geboden als dat handelen niet het beoogde effect heeft (Ter Bogt, 2003). Liefdesliedjes zijn belangrijk voor adolescenten omdat ze hen helpen om met (nieuwe) emoties om te gaan. Verliefdheid, verkering en liefdesverdriet zijn belangrijke thema's in het leven van de adolescent. Liefdesliedjes geven vorm aan de reeks van emoties die gepaard gaan met deze thema's. Adolescenten zijn verward door de heftige gevoelens die zij ervaren; wat zich weer kan uiten in schaamte en ongemak. Liefdesliedjes reiken jongeren manieren aan om met de emoties om te gaan, ze bieden steun in moeilijke tijden en wijze raad bij beslissingen. Donald Horton (1950) onderzocht of en hoe adolescenten woorden uit populaire liefdesliedjes gebruiken tijdens het daten. Deze studie wees uit dat popsterren niet om het fysieke uiterlijk geadoreerd worden, maar om de manier waarop ze met gevoelens omgaan. De popster houdt de adolescent als het ware een spiegel voor waarin hij zichzelf en de eigen emoties leert kennen.

4. Identiteitsvorming

Tijdens de zoektocht naar de eigen identiteit vindt er een zekere verwijdering van de ouders plaats. Adolescenten gaan op zoek naar nieuwe modellen die aansluiten bij de eigen ideeën. Muziek stimuleert het genoeg van identificatie met de muziek, met popsterren en met anderen die dezelfde muziekvoorkeur hebben.

Frith (2004) omschrijft de verwerving van de muzikale identiteit aan de hand van de termen: 'identiteit' en 'non-identiteit'. Adolescenten hebben een duidelijke mening

over goede en slechte muziek en kunnen zichzelf aan de hand van muziekvoorkeur definiëren. Adolescenten vertellen enerzijds over ‘hun muziek,’ en anderzijds over ‘slechte muziek’. Muziek verschilt van andere culturele vormen, omdat adolescenten het zichzelf toe-eigenen. Ze praten over ‘hun muziek’, ‘hun popster’ en hun stijl’. Adolescenten hebben met andere woorden het gevoel dat ze over bepaalde liedjes, popsterren en optredens kunnen beschikken. Dit maakt muziek een belangrijk onderdeel van de identiteit. Hoofdstuk 3 beschrijft de zoektocht naar het ‘zelf’ en de ‘identiteiten’, een ontdekkingsreis die gepaard gaat met veel onzekerheid. De adolescent probeert verschillende rollen uit, maar kan deze niet samenbrengen tot een consistente identiteit. Uit het onderzoek van Frith (2004) blijkt muziekpreferentie adolescenten houvast te bieden tijdens de onzekere zoektocht naar de eigen identiteit. Aan de identiteit gerelateerde vragen zoals: *wie ben ik? wie wil ik zijn? waar wil ik bijhoren?* kunnen beantwoord worden aan de hand van muziekvoorkeur. De muziekcultuur biedt adolescenten een symbolische handleiding voor identiteitsvorming.

§4.3 Hiphopmuziek als oriëntatiepunt van jeugdculturen

Een jeugdcultuur verschaft jongeren een collectieve, sociale identiteit oftewel een onderstreping waar ze buiten het gezin bij (willen) horen. Vriendengroepen met specifieke activiteiten en gewoonten, maar ook eigen jongerentijdschriften of muziekzenders kunnen een hulpmiddel bij de identiteitsontwikkeling zijn en een middel om zich te onderscheiden van anderen (Hijmans, 2000). In de voorgaande alinea werd de belangrijke rol van muziek voor adolescenten beschreven. Adolescenten gebruiken muziek om de grenzen van groepslidmaatschap ten opzichte van andere jongeren te definiëren. Binnen de sociale wetenschappen wordt de muziekstroming hiphop gezien als een onvervreemdbaar deel van de eigentijdse jeugdculturen (Ter Bogt, 2003). Theorieën over jeugdsubculturen werden ontwikkeld binnen het “Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS)”, dat in 1964 werd opgericht te Birmingham. (Goossens, 1994). Cultuur wordt door het CCCS gedefinieerd als het niveau waarop sociale groepen bepaalde levenspatronen ontwikkelen en vormgeven aan hun sociale en materiële levenservaringen (Clarke e.a. 1976). Volgens deze definitie bestaan er binnen een samenleving verschillende groepen en klassen die voor een deel dezelfde cultuur delen, maar ook een eigen cultuur bezitten. Er is sprake van overwicht van een dominante cultuur over de

ondergeschikte culturen, in de theorie aangeduid met de term hegemonie. De hegemonie van de dominante cultuur wordt veroorzaakt door een ongelijke verdeling van rijkdom, macht en productiemiddelen. Eveneens in het domein van ideeën en ideologieën overheersen de opvattingen van de dominante cultuur de ondergeschikte cultuur. Er vindt continue strijd plaats tussen de dominante cultuur – die zich presenteert als dé cultuur – en de ondergeschikte culturen (Goossens, 1995). Een moderne samenleving bestaat volgens het CCCS uit sociale klassen waarin de middenklasse de hegemonie heeft over de ondergeschikte klasse van arbeiders. Vervolgens definiëren zij subculturen als subsets van klassenconfiguraties. Dat wil zeggen als kleinere, meer gelokaliseerde en gedifferentieerde structuren, binnen grotere culturele netwerken (Clarke e.a., 1976).

Jeugdsubculturen kunnen refererend aan deze definitie opgevat worden als een subset van de oudercultuur. Door jeugdsubculturen te vormen zetten jongeren zich af tegen de ouderencultuur en de heersende dominante cultuur. Volgens André Goossens (1995) kunnen jeugdsubculturen omschreven worden als milieus binnen een oudercultuur met een duidelijk te onderscheiden vorm en structuur. Deze subsets worden gevormd rondom bepaalde activiteiten, gemeenschappelijke interesses en territoriale ruimten.

Jeugdsubculturen bieden jongeren een ontsnappingsmogelijkheid uit de oudercultuur en de dominante cultuur. Het vormen van een subcultuur heeft volgens Michel Brake (1985) een probleemoplossende functie. Dit vertaalt zich in een poging om collectieve problemen op te lossen die ontstaan zijn door tegenstrijdigheden binnen de sociale structuur.

Eveneens wordt er binnen jeugdsubculturen een collectieve identiteit gecreëerd waaraan een individuele identiteit kan worden ontleend. Hierdoor zijn subculturen erg belangrijk voor jongeren gedurende de zoektocht naar de identiteit.

De traditionele samenleving is veranderd in een snellere en complexere wereld. Het verdwijnen van vanzelfsprekende sociale verbanden via kerk, partij en verenigingsleven als bindmiddel van de samenleving die structuur boden aan hoe er geleefd moest worden, welke mogelijkheden er binnen het bereik waren en hoe de toekomst eruit zal zien betekent dat jongeren primair de eigen keuzes moeten maken (Dieleman & Van der Lans, 1999). De adolescent heeft in de huidige informatiemaatschappij een bredere horizon en meer keuzemogelijkheden; wat leidt tot grotere onzekerheid. De

adolescent wordt geacht om veel belangrijke keuzes te maken waarbij een jeugds subcultuur houvast, steun, advies en bescherming kan bieden. Vroeger organiseerden jongeren zich in jeugds subculturen om zich te verzetten tegen de heersende hegemonie van dominante culturen. In de huidige maatschappij worden jeugds subculturen gevormd om te assisteren bij het maken van ‘volwassen’ beslissingen. Adolescenten volgen langer en intenser onderwijs met als gevolg dat ze eerder in een serieuze wereld terecht komen waarin veel van ze wordt verwacht. Het moratorium (zie hoofdstuk 3) is eveneens van vorm veranderd door de vele verplichtingen op jonge leeftijd. De keuzemogelijkheden zijn uitgebreid en de verwachtingspatronen vergroot met als gevolg dat adolescenten minder tijd hebben om zorgeloos jong te zijn.

§4.4 De hiphopstijl als oriëntatiepunt van jeugds subculturen

“ik draag gewoon beetjuh van die hiphop shit enzow.. en ik skateboard ook..kan dat..of moet je die twee subculturen gescheideb laten?..(ik vind van niet) let me know 😊” (Forum: Sugababes, 2005).

De wetenschappelijke opvatting van muziekspecifieke subculturen die geïntroduceerd werd aan het begin van dit hoofdstuk is: ‘youth style preferences’. Adolescenten creëren jeugds subculturen rondom muziekvoorkeur en de daarbij behorende stijl.

Een jeugds subcultuur draagt door ‘stijl’ de groepsidentiteit uit en bakent grenzen af. Stijl is belangrijk voor jongeren omdat het aangeeft wie men is en waar men voor staat. Een specifieke kledingstijl kan bewondering, maar ook weerstand oproepen bij de directe omgeving. Een voorbeeld hiervan zijn skinheads die een bepaalde levensvisie combineren met het kledingmerk Lonsdale. Deze alinea begint met een quote van het discussieforum van Sugababes.nl over het combineren van verschillende subgroepstijlen.

De persoon in kwestie vraagt zich af of het aanvaardbaar is om verschillende subculturele stijlen met elkaar te mixen. Dit duidt aan dat elke subgroep zijn eigen unieke stijl heeft wat betreft kleding, handelen, manier van praten etc. Stijl wordt volgens Dick Hebdige (1979) gevormd door een samenhangende reeks symbolisch gestandaardiseerde objecten inclusief codes. Deze vormen een soort ongeschreven wetten voor de manier waarop leden van een subcultuur zich dienen te presenteren. De hiphopstijl wordt via codes en symbolen gerepresenteerd in videoclippen. Jongeren, die betrokken zijn bij deze subcultuur, ontleen hieraan betekenissen voor de manier

waarop zij zich dienen te presenteren. De stijl is echter voortdurend aan verandering onderhevig, doordat in videoclipps continu andere stijlen worden geïntroduceerd om zich te onderscheiden van andere culturen.

Het ontstaan en de ontwikkeling van een stijl wordt binnen de sociale wetenschappen verklaard met het concept *bricolage* (Hebdige, 1979).

Het concept *bricolage* werd geïntroduceerd door Claude Lévi-Strauss (1968) en kan worden opgevat als het opnieuw ordenen en herschikken van objecten om er zodoende nieuwe betekenissen aan te verbinden binnen een totaal betekenissen-systeem waar deze objecten al een andere betekenis hadden. Een voorbeeld van *bricolage* is de veiligheidsspeld die werd geïntroduceerd door de punk-subcultuur ter decoratie van de punk kledingstijl. De samenleving was al bekend met de veiligheidsspeld, maar dit object werd door de punksubcultuur in een nieuwe context geplaatst waardoor de betekenis veranderde.

Er bestaan diverse – en veranderlijke - jeugdsubculturele groepen die zich al dan niet expliciet als groep profileren. Deze profilering kan gaan van aangepaste kledij tot specifieke groepsgewoonten, afspraken, codes, enzovoort...

In dit onderzoek staan jongeren centraal die zich aangetrokken voelen tot de hiphopcultuur en die bepaalde stijlelementen overnemen om hun identiteit tot uiting te brengen. Muziekclips openbaren de significante elementen van de subcultuur en worden zodoende door de jongeren gebruikt als referentiekader.

§4.5 Het ontstaan van hiphopmuziek

De hiphopcultuur kwam gedurende de jaren zeventig tot ontwikkeling in New York als gevolg van collectief beleefde ervaringen van zwarte en Latijns-Amerikaanse jongeren (Goossens, 1995). De hiphopcultuur ontstond oorspronkelijk om verzet te tonen tegen de hegemonie van de blanke cultuur. Rose (1994) stelt in haar recent verschenen boek *Black Noise* dat een belangrijk deel van de hedendaagse rap kan worden gezien als cultureel antwoord op huidige vormen van onderdrukking. Door middel van rapteksten trachten de 'onderdrukten' op subtiële wijze met de machthebbers te spotten en uitdrukking te geven aan woede en fantasieën die betrekking hebben op het omverwerpen van de machthebbers (San, van 1995).

De hiphopcultuur bestond uit drie elementen: rapmuziek, breakdancing en graffiti.

De elementen werden volgens Michael Brake (1985) vanwege drie redenen visuele symbolen van verzet tegen de blanke hegemonie. Ten eerste waren ze minder toegankelijk voor blanke jongeren. Ten tweede maakten ze de zwarte jeugdcultuur sociaal zichtbaar en tenslotte genereerden ze een soms bewonderende maar meestal vijandige en angstige reactie van de blanke autoriteiten.

Er zijn drie hoofdredenen voor het ontstaan van rapmuziek:

1. Als verzet tegen de blanke hegemonie
2. Het scheppen van eenheid onder de zwarte jeugd
3. Als alternatief voor criminaliteit, drugs en geweld

Het belangrijkste in de hiphopcultuur is zelfexpressie. De van oorsprong door de zwarte gemeenschap ontwikkelde cultuur heeft alles te maken met het uitdrukken van de identiteit door middel van muziek, dans en kunst.

§4.6 Kenmerken van de hiphopcultuur

In de hiphopmuziek worden symbolen gebruikt om de specifieke stijl uit te dragen. In deze paragraaf worden een aantal symbolen zoals, thema's, setting, taal, artiestennaam en kleding nader bekeken.

Thema's

Rappers zijn straatreporters die verhalen vertellen over het harde gewelddadige leven in ghetto's. Een leven dat bestaat uit: drugs, geweld, seks, armoede, geld, vuurwapens, drive-by shootings, het bendeleven en vrouwen. Door de ogen van een rapper krijgt het publiek een al dan niet moralistische, reële, verdreven of verheerlijkende kijk op het ghettoleven (Goossens, 1995). De centrale rol, die groepen en buurten spelen in het leven van hiphoppers, komt tot uiting in de videoclippen. Deze opnames, die vaak zijn geschoten in de zwarte Amerikaanse binnensteden, tonen de wijken, straten, schoolpleinen, metrostations, parkeerplaatsen en hun vrienden waaraan hiphoppers hun identiteit ontleen. Sexualiteit is een populair onderwerp maar er worden ook maatschappijkritische onderwerpen zoals discriminatie, onderdrukking, brutaliteit door de politie en criminaliteit behandeld. Hiphoppers maken zich niet druk om wat anderen van hen denken. Naast respect draait het bij de hiphoppers om concurrentie, oftewel het beter willen zijn dan anderen. Machogedrag staat centraal in videoclippen en dit uit zich ook in relatie tot vrouwen.

Het hoofdgenre hiphop kan opgesplitst worden in een aantal subgenres hieronder vallen de muziekstijlen; Jump, r&b, Regaeton, Bubbling, Rap en Urban Dance. De verschillende muziekstijlen behandelen diverse thema's. Binnen het subgenre r&b vormen liefde en verliefdheid populaire thema's. Het belang van dit thema werd besproken in paragraaf 4.3 van dit hoofdstuk. De subgenres Urban Dance, Jump en Regaeton zijn vormen van party muziek (ze roepen op tot dansen en feesten) en vervullen zodoende de functie van positieve stemmingregelaars voor jongeren. Rap is volgens de theorie populair omdat adolescenten zichzelf en de wereld in de teksten weerspiegelt zien. Het hoofdgenre hiphop kan gebruikt worden om met emoties om te gaan, om te feesten of om aan de eigen identiteit te werken. De multifunctionaliteit van hiphop zou een verklaring kunnen zijn voor de populariteit van deze muziekstroming onder jongeren.

De droom van het goede leven

In videoclips wordt de hiphopcultuur geportretteerd onder het mom van de droom van het goede leven. Voor de zwarte bevolking is het visualiseren van rijkdom en weelde een manier om aan de hegemonie van de blanke bevolking te ontsnappen. Het tonen van overdadige rijkdom kan worden opgevat als een vette knipoog naar de 'american dream'. In videoclips worden bovendien vaak contrasteerde settings getoond. Beelden van ghetto's en achterbuurten worden afgewisseld met beelden van villawijken en tropische eilanden.

Taal

Doordat hiphop op straat is ontstaan bevat de muziekstijl nogal wat krachttermen zoals: nigga's en bitches. Het hiphopslang is een combinatie van het zwarte Amerikaanse slang en jongerentaal. Er bestaat een typische woordenschat en wijze van uitspreken.

Artiestennaam

Het aannemen van een artiestennaam is voor hiphopartiesten een manier om hun identiteit tot uitdrukking te brengen en prestige te verkrijgen. De loyaliteit aan een bepaalde wijk of buurt wordt getoond door de aanname van namen die deze elementen weerspiegelen. Er heerst hevige concurrentie tussen de verschillende rivaliserende bendes welke wordt weergegeven met namen die arrogantie,

straatwijsheid, macht gezag en de kwaliteit van de band benadrukken. Het verzet tegen de hegemonie van de overwegend blanke cultuur wordt kracht bij gezet door de aanname van een naam zoals bijvoorbeeld: Public Enemy. Rappers hebben over het algemeen veel zelfvertrouwen en trekken zich weinig van anderen aan. Ze drijven de spot met zichzelf door het aannemen van namen; The Fat Boys of Too Short.

Kleding

Kenmerkend voor hiphoppers is de beweeglijke functionele kledingstijl. Het dragen van deze kleding is vooral uit noodzaak geboren omdat het dansen en het schrijven van graffiti loszittende kleding vereiste. Voorbeelden van de hiphop kledingstijl zijn stevige jassen, het liefst met bontkraag (graffiti-sputters opereerden vaak s' nachts in de kou), ruime spijkerbroeken (om viltstiften en spuitbussen te verbergen), sportschoenen, T-shirts, Sweaters, capuchons en petten. De hoofdbedekking was noodzakelijk om herkenning moeilijker te maken en afrokapsels te camoufleren (Goossens,1995).

De hiphopcultuur is een echte machocultuur waarin de vrouw (vaak) onderworpen is aan de man. Vrouwen worden in videoclippen (vaak) neergezet als lustobject. Ze dragen niets verhullende sexy kleding waarin de lichamelijke vormen worden geaccentueerd. De manier van dansen is vaak erotisch en bestaat uit heupwiegen, kontdraaien. De uitingvorm wordt vaak aangeduid met metaforen als "dansen met een erotisch tintje", "soft-porno" of "droog-sex"(San, van,1995).

De man – vrouw- verhouding in videoclippen komt tot uiting in de visuele beelden evenals in de songteksten. Dit kan geïllustreerd worden aan de hand van een fragment uit het nummer Pimpin van de mannelijke artiest Tony Yayo (2005).

I don't, love, hoes - I'm sharin them
I ain't lovin them, or handcuffin them - cause baby I'm pimpin
I lay my pimp game down when it comes to these bitches
They do what I say and obey all my wishes
Wash all my clothes and clean dirty dishes
I turn a sweet bitch to a switchblade sister

De hiphopcultuur heeft eigen statusobjecten in de vorm van metalen naamplaten op kettingen en riemen. De hiphopper stamt af van de onderdrukte minderheid die altijd onder de hegemonie heeft geleefd van de dominante bevolking (San, van, 1995). Toen hiphop werd vercommercialiseerd en er grof geld met deze kunstvorm werd verdiend werden de rappers bevrijd van hun ondergeschikte positie. In videoclippen laten rappers een beeld zien van de weelde, rijkdom en luxe waarin ze leven. In de hedendaagse beeldcultuur rondom hiphop geldt de spelregel hoe duurder en extravaganter hoe beter. Artiesten dragen de duurste merken gecombineerd met blinkend goud, grote auto's en enorme witte villa's. De clips zijn een weerspiegeling van de 'American dream' waar de hiphopcultuur zich altijd zo tegen heeft verzet.

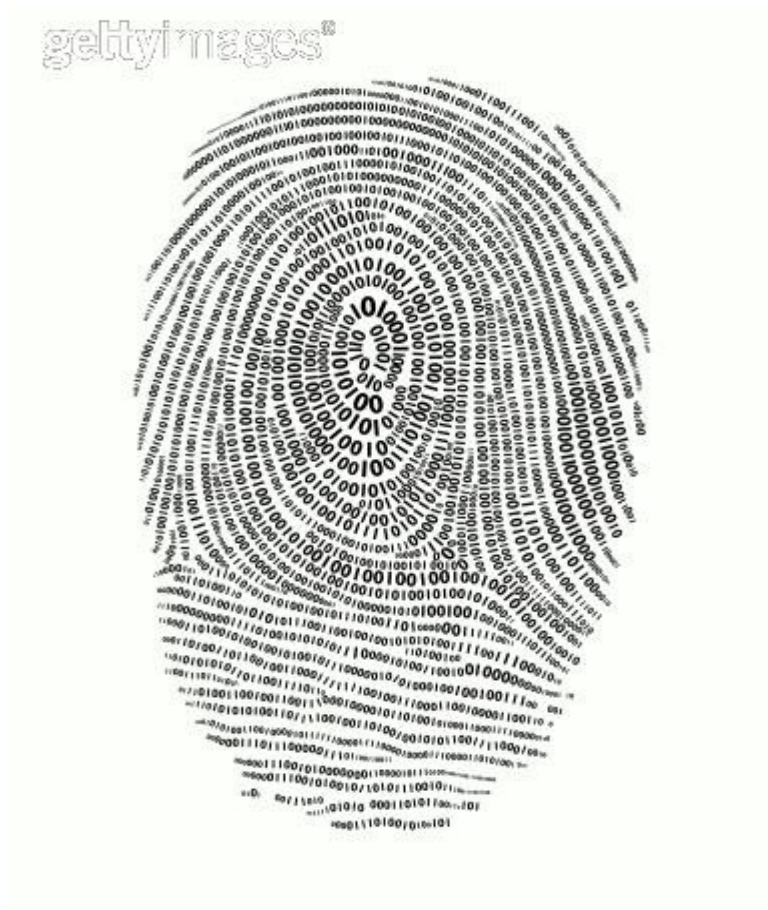
§4.7 Conclusie

Jongeren voelen zich aangetrokken tot muziek en de daarbij horende 'stijl'. De muziekvoorkeur kan er toe leiden dat jongeren jeugsubculturen vormen met als oriëntatiepunt muziek of artiesten. De subculturen worden gevormd door een kleine harde kern voor wie muziek een manier van leven is. Jongeren die zich niet binnen een subcultuur bevinden maar zich wel bovenmatig bezighouden met het uitdragen van een specifieke stijl staan centraal in dit onderzoek. Deze specifieke groep jongeren maakt (vaak) zelf geen muziek en houdt zich ook niet bezig met graffiti of breakdansen. Wel is deze groep hiphopconsument en nauw betrokken bij de hiphopstijl. De hiphopcultuur is van oudsher ontstaan als verzetsmiddel tegen de hegemonie van de blanke bevolking. Nu is hiphop geworden tot een commerciële muziekstijl die vooral onder adolescenten veel aanhangers heeft. De specifieke manier van kleden, het taalgebruik en de complete zelfpresentatie spreekt tot de verbeelding onder jongeren. Zij nemen stijlelementen uit de videoclippen over die binnen de eigen cultuur passen.

Een van de hoofdfuncties van muziek is dat adolescenten zichzelf en de eigen identiteit leren kennen. Identiteit wordt gekenmerkt door een onzekere zoektocht. Muziek vormt een stabiel aspect van de identiteit waaraan jongeren een specifieke 'stijl' ontleen.

In videoclippen wordt de hiphopcultuur geportretteerd onder het mom van de droom van het goede leven. Het tonen van overdadige rijkdom kan worden opgevat als een vette knipoog naar de 'American dream'. Hiphop is meer dan een dansrage en een muziekvorm alleen. Het is dus ook een vorm van protest tegen het maatschappij.

DE VIRTUELE IDENTITEIT



5 || Virtuele identiteit

§5.1 Inleiding

Hoofdstuk drie beschrijft de Latijnse vertaling en de Nederlandse definitie van identiteit. Het lichaam is in deze definitie onlosmakelijk verbonden met de vorming en de perceptie van identiteit. Er is sprake van een fysieke ruimte waarbinnen wij altijd gestalte hebben gegeven aan onszelf. Het *lichaam* heeft een bepalende functie in deze omschrijving evenals de begrippen *ruimte* en *tijd*.

2"persons must sense that they are close enough to be perceived in whatever they are doing, including their experiencing of others and close enough to be perceived in this sensing of being perceived" (Erving Goffmann, 1963).

Er wordt dus van uitgegaan dat identiteit bepaald wordt door de fysieke nabijheid van lichamen in een bepaalde ruimte.

§5.2 Identiteit in de 21^{ste} eeuw

Met de opkomst van de informatiesamenleving zijn de manieren om de identiteit te ontwikkelen enorm uitgebreid. De bepalende functie van 'het lichaam' heeft aan terrein verloren doordat de mogelijkheden om onszelf gestalte te geven existentieel zijn verruimd. Het is door de ontwikkeling van nieuwe technologieën geen must meer om ergens fysiek aanwezig te zijn. Het gevolg hiervan is dat de *persoon* wordt losgekoppeld van de *persoonlijkheid*, er ontstaat een scheiding van lichaam en geest. Hans van Driel (2002) gebruikt voor de loskoppeling van de elementen de uitdrukking: *vergeestelijking*.

De opkomst van nieuwe communicatiemiddelen heeft een uitbreiding van de zintuiglijke ervaring mogelijk gemaakt. In de tijd van de orale samenleving waarin geen enkele vorm van schrift bestond communiceerde men alleen mondeling met elkaar. Dit veranderde geleidelijk aan met de ontwikkeling van het spijkerschrift en weer jaren later met de uitvinding van het alfabet.

Na de middeleeuwen was de drukpers eeuwenlang de belangrijkste technologie. De gedrukte pers is na de uitvinding van de drukpers overheersend geweest tot in de 20^{ste} eeuw. Vanaf toen werden allerlei andere media in rap tempo ontwikkeld:

grammofoonplaat, fotografie, film, radio, geluidsband, televisie, videotape, cd, beeldplaat etc (Van Wijk, 2000). Als gevolg van het groeiende aantal communicatiemiddelen werd de zintuiglijke ervaring uitgebreid. In het literaire tijdperk werd alleen het oog gebruikt bij het lezen van teksten. Met de komst van televisie en film is het beeld een grote rol gaan spelen. Deze ontwikkelingen hebben de wereld exponentieel vergroot. De begrippen tijd en ruimte zijn vervaagd. We staan nu op elk moment van de dag in verbinding met de gehele wereld. We weten precies en direct wat er gebeurt aan de andere kant van de wereld. Marshall McLuhan gaf de benaming van een 'grenzenloze' global village (McLuhan, 1970).

McLuhan benoemde het huidige tijdperk waarin we leven in zijn boek, dat hij in 1970 schreef, het elektronische tijdperk. Volgens Marshall McLuhan is de wereld in dit elektronische tijdperk een 'happening'.

De wereld van de happening is een wereld van alles-tegelijk, waarin de dingen elkaar botsen maar waarin geen verbanden zijn. De wereld is overgegaan van geleidelijkheid en continuïteit naar abrupte confrontatie en bruuske ontmoetingen. De wereld van de confrontatie is de wereld van de Happenings, omdat de oppervlakten der gebeurtenissen als ijsschotsen langs en tegen elkaar schuren en nieuwe vormen doen ontstaan, zo ongeveer als de werking van de dialoog nieuwe inzichten schept (M. McLuhan, 1970).

Oorzaak voor de 'happening' is volgens McLuhan het grote informatieaanbod dat de media ons verschaffen. Een medium is volgens McLuhan een metamythe en daarom vormend voor een mythe. Wanneer je een ander medium gebruikt, zal het verhaal (de mythe) veranderen. Het medium is dus van grote invloed op de uiteindelijke overdracht. Dit is belangrijker dan de mythe zelf. Het medium is de boodschap.

Wanneer ik zeg, het medium is de boodschap, constateer ik eenvoudig het feit, dat de 'betekenis' een happening is, de veelvoudige wisselwerking tussen gebeurtenissen. Het medium is een gecompliceerde reeks van gebeurtenissen, die hele bevolkingsgroepen ruwweg kneedt, hanteert en masseert. Het verandert hun houdingen en wijze van zien (McLuhan, 1970).

Nieuwe ontwikkelingen zoals het internet hebben de mogelijkheden vergroot om snel en onafhankelijk van tijd en plaats contacten te onderhouden en informatie uit te

wisselen. Het zijn verlengstukken geworden van het lichaam, die de mens de mogelijkheid geven gebeurtenissen waar te nemen zonder lichamelijk aanwezig te zijn. De identiteit wordt de mogelijkheid geboden om de beperkingen van tijd en ruimte te ontlopen (Smidt, 2003). Zo kan men bijvoorbeeld door het internet op één moment twee waarnemingen van tijd en plaats hebben door de loskoppeling van lichaam en geest. Hierbij is de loskoppeling van de *geest* een fundamenteel deel van identiteit, *het lichaam* een feit.

De mens bestaat nauwelijks meer bij de gratie van het tastbare lichaam, maar bij de gratie van tekens die wij zelf hebben gecreëerd (Van Driel, 2002). In het telefoonboek staan wij genoteerd binnen een alfabetische volgorde van symbolen die ons adres en telefoonnummer benoemen. Onze identiteitsvorming en –uitingen lijken steeds minder afhankelijk te zijn geworden van ons lichaam.

Met elke technologische innovatie maakt ook de opvatting van het begrip identiteit een ontwikkeling door. Doordat de innovaties elkaar in razend tempo opvolgen vragen sommigen zich af of het begrip identiteit niet al te diffuus is geworden. (met andere woorden) of onze identiteit niet voortdurend in ontwikkeling is (De Mul & Frissen, 2000). Wellicht is het begrip identiteit geen gegeven (meer) maar een project in uitvoering waar geen einde aan komt.

Virtuele ruimte

Op het internet kan men zichzelf in tekens creëren. De titelpagina van deze scriptie laat een beroemde cartoon zien van een hond achter de computer vergezeld van de tekst: 'on the internet nobody knows you're a dog'. Het internet biedt de gelegenheid om te zijn wie je wil zijn. Zo kan je een online identiteit samenstellen die niets te maken heeft met de belichaming in het echte leven. Deze virtuele identiteit is 24 uur per dag toegankelijk voor een groot publiek (onbekenden) zonder jouw fysieke aanwezigheid (Van Driel, 2002).

In een digitale cultuur bestaat er dus naast het *fysieke platform* ook een *virtueel platform* waarop men kan werken aan de identiteit. Met als grootste verschil dat het lichaam op het virtuele platform geen rol meer speelt evenals de koppeling aan tijd en plaats.

§5.2.1 Wie ben ik of wie zijn ik?

Identiteit is in de traditionele opvatting een kwestie van het spelen van verschillende rollen, op verschillende plaatsen en tijden in de interactie met verschillende mensen. Op het internet kun je meerdere rollen tegelijkertijd vervullen. Sherry Turkle (1997) gebruikt de *window metafoor* voor de manier waarop de computer functioneert in het proces van identiteitsvorming.

Binnen elk window dat ik heb geopend op mijn monitor functioneer ik als een ander ik. Niet meer is identiteit een kwestie van verschillende rollen die ik op verschillende tijden speel, maar veeleer is er sprake van gelijktijdigheid. De essentie van verschillende openstaande windows is immers, dat er sprake is van een gedecentraliseerd ik dat online bestaat in vele window werelden (Sherry Turkle,1997).

Het zelf is gefragmenteerd, omdat je via de computer verschillende schermen kunt openen en op ieder scherm kun je aan een ander deel van je persoonlijkheid werken. Er behoeft op het internet geen continuïteit te bestaan tussen lichaam en geest waardoor men de kans krijgt om te experimenteren met verschillende rollen.

§5.2.2 Samenvatting

Het begrip identiteit is in de loop der jaren van vorm veranderd. De grootste transformatie ontstond van een fysieke ruimte waarbinnen wij altijd gestalte hebben gegeven aan onszelf naar de virtuele ruimten van internet waar het mogelijk was onze zelden op ongekende wijzen te betekenen. Het internet zorgde voor een loskoppeling van de twee voornaamste begrippen in de traditionele definitie: *lichaam* en *geest*. De continuïteit van de elementen heeft plaats gemaakt voor discontinuïteit en pluriformiteit van rollen. Een persoon speelt niet langer één rol, op één tijdstip, op één plek, maar verschillende rollen, op verschillende plaatsen, op hetzelfde tijdstip. Met andere woorden: identiteit is door de komst van het internet ontwikkeling. Het is afhankelijk van het aantal geopende ‘windows’ en de eraan gekoppelde activiteit.

§5.3 Het internet als identiteitsinstrument

Miljoenen bedrijven en personen afficheren zich op het World Wide Web (WWW), een ruimte die blijkbaar uitnodigt tot het construeren van en uiting geven aan een

identiteit-in-uitvoering. Dat heeft mijns inziens alles te maken met de eigenschappen van het WWW (Van Driel, 2002).

In deze paragraaf ga ik na welke gevolgen de virtuele werelden hebben op de ontwikkeling van de identiteit. Het internet heeft een aantal kenmerken die bijdragen aan de vorming en de perceptie van de identiteit. In aansluiting hierop onderscheid ik vier kenmerken. Eerst zal ik deze begrippen toelichten om vervolgens aan te geven hoe ze van invloed zijn op de identiteitsontwikkeling.

In de studie getiteld ‘Under construction’ onderscheiden De Mul en Frissen (2000) vier belangrijke implicaties van het internet die hun weerslag hebben op de identiteit.

De vier kenmerken van het internet volgens De Mul en Frissen zijn:

1. Multimedialiteit
2. Virtualiteit
3. Connectiviteit
4. Interactiviteit

1. Multimedialiteit

Het internet is een multimediaal medium omdat het de eigenschap heeft om beeld, tekst en geluid met elkaar te combineren. Men omschrijft zichzelf op het internet niet alleen door middel van tekst, maar een totaalbeeld van zichzelf en de eigen identiteit kan worden gecreëerd door het integreren van andere media. Het zelf dat we aldus creëren, lijkt te bestaan want het is niet alleen leesbaar, maar ook zichtbaar en hoorbaar (De Mul en Frissen, 2000).

Op profielsites lijkt tekst een ondergeschikte rol te spelen aan beeld omdat jongeren zich met name door middel van foto – en videomateriaal presenteren. Het maken van een eigen profiel op Sugababes.nl kan gezien worden als het construeren van de identiteit op het internet. Bij het bedenken van een identiteit op het internet worden diverse elementen, die op internet of in het dagelijks leven te vinden zijn en reeds een betekenis hebben, gebruikt om de identiteit vorm te geven. Samen vormt de bundeling van tekens de representatie van één identiteit. Het opnieuw ordenen en herschikken van objecten om er zodoende nieuwe betekenissen aan te verbinden kan worden aangeduid met het in hoofdstuk vier geïntroduceerde begrip: bricolage. Jongeren maken bij het construeren van de identiteit op profielsites veelvuldig gebruik van

bricolage. Een voorbeeld is het profiel van Sammy* op sugababes. Op dit profiel wordt een songtekst van Marco Borsato gecombineerd met foto's van supermodel Kate Moss en een zelfverzonnen gedicht. Sammy* vermengt opzichzelfstaande elementen met elkaar voor de presentatie van zichzelf. Door voor bepaalde tekens te kiezen, deze vervolgens te ordenen en te combineren creëert Sammy* haar (geïdealiseerde) virtuele identiteit.

2. Virtualiteit

Virtualiteit verwijst naar het bestaan van een schijnwereld naast de echte wereld. Jos de Mul (2000) omschrijft de virtuele wereld als: 'een simulatie van een wereld die niet werkelijk is in fysieke zin, maar die op de toeschouwer in zijn effecten wel als werkelijk overkomt.' Virtualiteit geeft de mogelijkheid om te ontsnappen aan de beperkingen van het lichaam die men in het dagelijks leven ervaart. De constructie van het internet zorgt er namelijk voor dat de informatie over de identiteit beperkt blijft en er veel aan de verbeelding van de lezer wordt overgelaten. Immers, op het WWW kunnen tekens geheel los staan van een mogelijke referent in de 'echte' wereld (Baudrillard, 1981).

Door de virtualiteit van het internet blijven de experimenten van individuen (meestal) zonder grote gevolgen. Zo hoeft je na virtuele seks niet bang te zijn voor een soa of aids (Turkle, 1997). Het moratorium wordt in hoofdstuk drie besproken als een periode waarin jongeren vrijelijk kunnen experimenteren met de identiteit. In hoofdstuk vier wordt deze opvatting enigszins aangepast in het licht van de moderne samenleving. De periode waarin men vrijelijk kon experimenteren met drank en drugs en waarin diens acties geen gevolgen hadden ligt ver achter ons. De huidige informatiemaatschappij legt grote druk op adolescenten met betrekking tot het maken van belangrijke keuzes en het volgen van intensief onderwijs. In de huidige maatschappij is er volgens Sherry Turkle (1997) geen ruimte meer voor een volwaardig moratorium, maar het internet biedt jongeren een alternatieve arena waarin ze een moratorium in zijn volle glorie kunnen beleven. Adolescenten kunnen op het internet experimenteren met liefde, seks en de eigen identiteit.

3. Connectiviteit

Het WWW bestaat bij de gratie van aanklikbare hyperlinks die een homepage kunnen verbinden met andere netwerken op het WWW (Van Driel, 2002). Het internet is opgebouwd uit miljarden pagina's die vanuit ieder willekeurig punt op de wereld te

bezoeken zijn. De enige vereiste om tot deze wereld toe te treden is een toegang tot het netwerk. Er is sprake van een constante connectiviteit waardoor de grens tussen het persoonlijke en het publieke vervaagt. Alle informatie op het internet is in principe publieke informatie die 24-uur per dag voor iedereen inzichtelijk is. Tegenwoordig zetten steeds meer mensen zeer persoonlijke informatie op het internet, met de bedoeling dat anderen dit kunnen lezen. Dit heeft tot gevolg dat er steeds minder scheiding is tussen persoonlijke en publieke informatie (Castells, 1996).

4. Interactiviteit

Het internet is in hoge mate interactief aangezien iedereen in staat is een toevoeging aan het aanbod te leveren (De Mul en Frissen 2000). Een hoge mate van interactiviteit ontstaat wanneer er onderlinge communicatie bestaat tussen de bezoekers van het internet. Op profielsites communiceren jongeren onderling door het sturen van berichten. Deelnemers reageren op elkaar en op elkaars identiteit waardoor ze deel gaan uitmaken van de identiteitsconstructie van een persoon.

De perceptie van de virtuele identiteit op profielsites is een voortdurend proces, dat gekenmerkt wordt door transformaties en accumulatie. Iedere posting of reactie vormt een uitbreiding op de perceptie van de identiteit. Dit bevordert het bewust nadenken over iemands identiteit; men past de beeldvorming aan op ieder deeltje informatie dat beschikbaar wordt. Tevens bepaalt het individu in tegenstelling tot andere media zelf de route die hij wil volgen.

Het internet is nooit voltooid; wat ook geldt voor de profielen op Sugababes en Superdudes. Deze blijven werk in uitvoering zolang men de behoefte voelt om er verder aan te werken. De vier kenmerken van het internet geven elk inzicht in wat we volgens Van Driel (2002) tegenwoordig onder 'identiteit' zouden kunnen verstaan: werk-in-uitvoering. Het internet zorgt ervoor dat we verbonden zijn met vele naasten en talloze bekenden waarbij het onderscheid echt of virtueel er niet meer toe doet (Van Driel, 2002).

§5.3.1 Conclusie

Het internet is door de multimedialiteit, virtualiteit, connectiviteit en de interactiviteit uiterst geschikt als identiteitsinstrument. Het identiteitsvormingsproces van jongeren speelt zich door de opkomst van het internet steeds meer in de virtuele wereld af. Op het internet heeft men de mogelijkheid om door beeld, schrift en geluid een complete

identiteit te creëren. Doordat het internet wordt gekenmerkt door verminderde fysieke informatie is het gemakkelijker om bepaalde kenmerken te benadrukken of te veranderen. Jongeren kunnen op het internet op een (relatief) veilige manier met de identiteit experimenteren. Door de onderlinge communicatie op profielsites kunnen andere leden deel uit gaan maken van elkaars identiteitsontwikkeling.

RESULTATEN



6 || Resultaten

§ 6.1 Methode 1 Het survey-onderzoek

Het survey-onderzoek is een goed instrument om een eerste indruk te krijgen van het profielbezit, de muziekvoorkeur en de identificatiefiguren van de jongeren in de steekproef. De vragenlijst is uitgevoerd onder Nederlandse jongeren van twaalf tot en met zeventien jaar. De leeftijdsgroep is bewust gekozen op grond van theoretische argumenten die werden beschreven in hoofdstuk drie. De jongeren zijn afkomstig van het Accent college in Vlaardingen en volgen een VMBO-opleiding. De directeur van het college, de heer Jansen, is telefonisch gecontacteerd waarna het onderzoek in een brief nader is toegelicht (voor de brief verwijs ik naar bijlage: A1). De heer Jansen verleende toestemming voor het onderzoek en wees mevrouw Termote, lerares Nederlands op het Accent College, aan om de uitvoering van de vragenlijsten te begeleiden. Gedurende twee dagen werd de vragenlijst in vijf verschillende groepen klassikaal afgenomen. De leerlingen waren zo gekozen dat ze uiteenlopende leeftijden representeren. De onderzoeksgroep betreft een relatief homogene groep gelet op het educatieve –en sociaal-economische niveau. Gezien de omvang en de gelijkvormige achtergrond van de steekproef dienen de resultaten met de nodige voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd. De resultaten zijn niet representatief voor de gehele samenleving.

Demografische kenmerken van de respondenten in de steekproef

Uiteindelijk werd de vragenlijst door 68 leerlingen ingevuld. De definitieve steekproef bestaat uit relatief meer meisjes 61,8 % dan jongens 35,3 %. De grootste groep jongeren 35,3% is 14 jaar oud. Het merendeel van de respondenten, namelijk 67,6% is woonachtig in Vlaardingen, 17,6% is woonachtig in Schiedam en de overige respondenten zijn woonachtig in omliggende plaatsen als Maasluis, Pernis, Rotterdam of Maasland. 30,9% van de steekproef heeft een niet-Westerse allochtone achtergrond. Voor een overzicht van de demografische kenmerken van de steekproef wordt verwezen naar tabellen 6.1.1, 6.1.2, en 6.1.3.

Leeftijd	Percentage
12-13 jaar	25 %
14 jaar	35,3 %
15 jaar	14,7 %
16 jaar	20,6 %
17 jaar	1,5 %

Tabel: 6.1.1 Leeftijdsverdeling van de respondenten in de steekproef

Etnische Achtergrond *	Percentage
Nederlands	69,1 %
Antilliaans	1,5 %
Turks	8,8 %
Marokkaans	11,8 %
Overig niet-Westers	8,8 %

* vastgesteld aan de hand van de vraag naar de afkomst.

Tabel: 6.1.2 Etnische achtergrond van de respondenten in de steekproef

Woonplaats	Percentage
Vlaardingen	67,6 %
Schiedam	17,6 %
Rotterdam	1,5 %
Pernis	1,5 %
Maasluis	5,9 %
Maasland	1,5 %
Amsterdam	2,9 %

Tabel: 6.1.3 Woonplaats van de respondenten in de steekproef

Structuur van de vragenlijst

Er is een survey opgesteld met vragen over *profielbezit*, *muziekvoorkeur* en *identificatiefiguren*. De vragenlijst bevatte voornamelijk multiple choice-vragen (73%) en een klein aantal open vragen (27%). Het multiple choice-gedeelte bestond uit vragen over de receptie en waardering van videoclips en het gebruik van internet en profielsites. De open vragen behelsde grotendeels beschrijvingen, zoals: *als jij beroemd zou zijn, wie zou je dan het liefst willen zijn? kun je hem/haar in vijf woorden omschrijven en hoe zou je jezelf omschrijven?* De intentie van deze vragen was om verschillen en/of overeenkomsten te achterhalen tussen de omschrijvingen van zichzelf en het identificatiefiguur. De samenstelling van de vragenlijst gebeurde op basis van literatuurstudie. Voor de gehele vragenlijst verwijs ik naar bijlage A2.

Alvorens de vragenlijst officieel werd afgenomen zijn er een aantal proefvragenlijsten afgenomen onder jongeren van 12-17 jaar uit de sociale omgeving van de

onderzoeker. Eventuele struikelblokken en onduidelijkheden werden nadien uit de vragenlijsten gehaald. De vragenlijsten zijn klassikaal afgenomen op donderdag 27 april en vrijdag 28 april, 2006.

Televisie & muziekclips

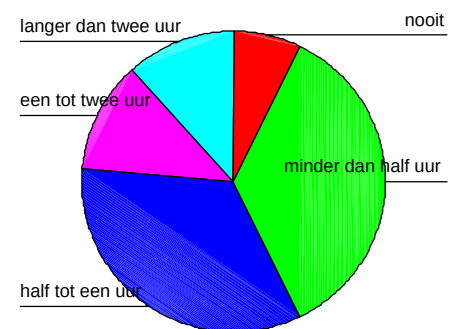
“Grootste deel van de jongeren kijkt vaak en lang naar videoclip”

De invloed van ideaalbeelden in videoclip wordt gemeten door te onderzoeken hoeveel tijd van de totale televisiekijkduur wordt besteed aan het kijken naar muziekclips. De verwachting is dat des te langer de jongeren uit de steekproef naar videoclips kijken des te eerder zij bepaalde stijlelementen over zullen nemen om de eigen identiteit tot uiting te brengen

Allereerst wordt er gekeken naar het algemene televisiekijkgedrag van jongeren. De jongeren uit de steekproef besteedden veel tijd aan televisie kijken. 75% van de jongeren kijkt één tot twee uur of meer dan twee uur per dag televisie. Ook wordt er regelmatig naar de muziekzenders TMF/MTV/The box gekeken. 57,4% kijkt een halfuur tot een uur of langer per dag naar videoclips. De onderlinge samenhang tussen televisiekijkduur en het kijken naar muziekzenders wordt bepaald met een kruistabel. Slechts de opvallendste resultaten worden hier toegelicht; dit betekent dat de respondenten die nooit of minder dan een halfuur naar de televisie kijken buiten beschouwing worden gelaten. 19% van het totaal aantal respondenten besteedt 30-60 minuten per dag aan televisiekijken. Van deze groep besteedt 38,5% de gehele kijktijd aan het kijken naar muziekzenders. Deze groep kijkt dus uitsluitend naar muziekzenders wanneer ze tv kijken. 26,5% van de respondenten besteedt 1-2 uur aan televisie kijken.

Hiervan besteedt 44,4% 30-60 minuten aan het kijken naar muziekzenders. 66,6% besteedt meer dan 50% van hun kijktijd aan muziekzenders. De grootste groep

Figuur: 6.1.1 Tijdsbesteding aan muziekzenders



Figuur: 6.1.2 Tijdsbesteding aan televisie

Hoeveel tijd per dag kijk je tv?



jongeren 48,5 % kijkt langer dan twee uur per dag televisie, van deze groep besteedt ongeveer 1/3 meer dan de helft van hun kijktijd aan het kijken naar muziekzenders.

De associatiemaat Cramer's V wordt gebruikt voor het vaststellen van de statistische samenhang tussen de twee variabelen. Uitgaande van de vuistregel van Cramer's V betekent de waarde 0,262 dat er een matig verband bestaat tussen televisiekijktijd en



het kijken naar muziekzenders. De televisiekijkduur in deze steekproef is hoog en vertoont een samenhang met het kijken naar videoclips. Er kan het volgende worden gezegd, des te langer jongeren naar de televisie kijken, des te vaker ze videoclips bekijken en hoe groter de invloed van ideaalbeelden.

Figuur: 6.1.3 Samenhang televisiekijkduur en tijdsbesteding aan muziekzenders

“De meeste jongeren kijken puur vanuit amusementsoverwegingen naar clips”

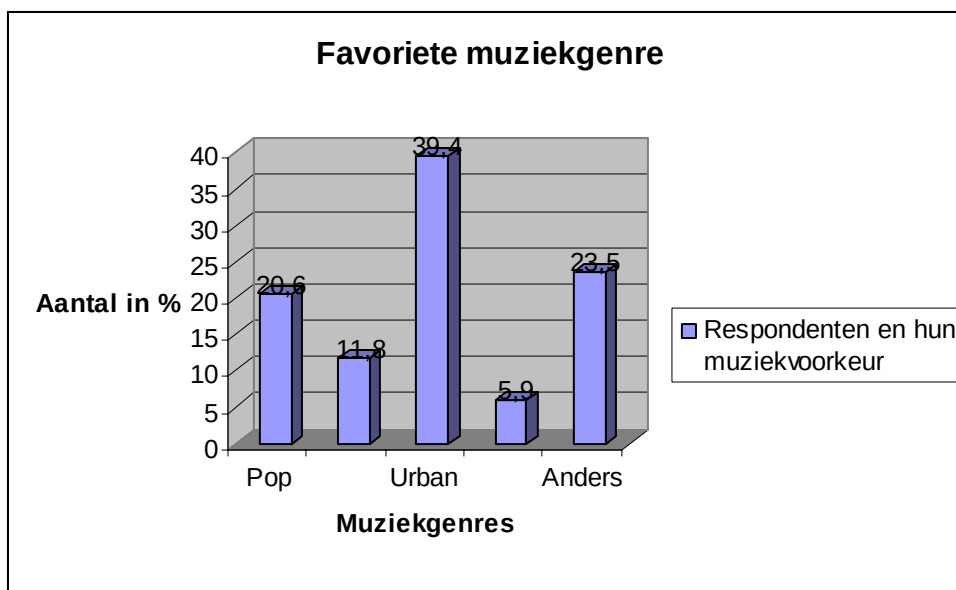
De jongeren uit de steekproef kijken vaak en lang naar videoclips. De reden waarom men kijkt is voor 55,8% om de verveling te verdrijven of om als achtergrondmuziek te dienen gedurende andere activiteiten. Er wordt eveneens naar videoclips gekeken voor de functie van ‘moodmanagement’. Videoclips worden zodoende gebruikt als stemmingsverbeteraar, om vrolijker te worden of in de stemming te komen voor het uitgaan. 14,7% van de respondenten laat zich inspireren door danspasjes en het uiterlijk van de artiest en zij gebruiken videoclips tevens voor de functie van zelfdefinitie en identiteitsvorming. Voor een overzicht van de argumentatie voor het bekijken van videoclips wordt verwezen naar tabel: 6.1.4.

Argumentatie	Percentage
Voor het leren van danspasjes	10,3 %
Omdat mijn vrienden kijken	1,5 %
Om in de stemming te komen voor het uitgaan	10,3 %
Om verveling tegen te gaan	38,2 %
Als achtergrondmuziek	17,6 %
Om mijn idool te zien	4,4 %
Anders	14,7 %

Tabel: 6.1.4 Redenen voor het kijken naar videoclip

“Hiphop is de toonaangevende muziekstijl”

Muziekclips zijn populair en vervullen verschillende functies voor de jongeren in de steekproef. Smaakvoorkeuren en appreciatie voor muziekstijlen werd onderzocht naar aanleiding van de vraag: ‘Wat is jouw favoriete muziek?’. De muziekstroom Hiphop valt onder het label Urban en geniet aan populariteit binnen deze groep van respondenten. 39,4% prefereert deze muziekstijl boven andere muziekcategorieën. 23,5% kiest voor de categorie ‘anders’. 10% van deze categorie verkiest een verwant genre aan het muziekgenre hiphop namelijk, jump, reggeaton, bubbling, rap of urban dance. Popmuziek wordt door 20,6% van de respondenten genoemd als favoriet genre. De overige 13% heeft geen specifieke muziekvoorkeur.



Figuur:6.1.4 Muziekvoorkeur in de onderzoeksgroep

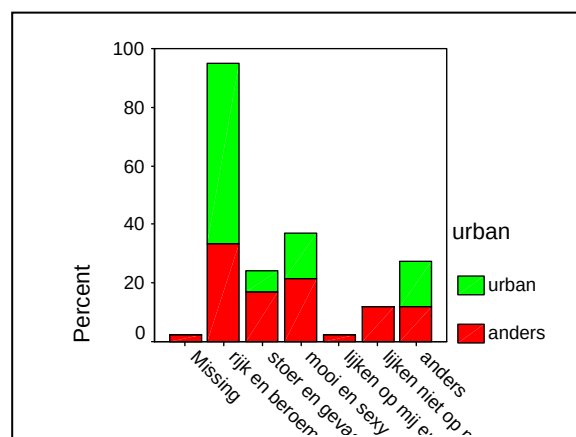
Naar aanleiding van figuur:6.1.4 kunnen we concluderen dat bijna de helft van de respondenten uit de steekproef qua muzieksmaak de voorkeur geeft aan hiphopmuziek en aanverwante genres. Het is dan ook aannemelijk dat zij zich het meest zullen identificeren met de hiphopstijl en hier (mogelijk) betekenissen aan ontlelen voor de manier waarop zij zich dienen te presenteren. Hiphopmuziek zou anders gezegd een belangrijk onderdeel kunnen vormen van de identiteit van deze groep jongeren.

“Hiphopidolen zijn volgens jongeren voornamelijk rijk en beroemd”

Hiphopliefhebbers staan centraal in dit onderzoek en daarom is het van belang om deze specifieke groep nader te bekijken. Hoe omschrijven hiphopliefhebbers de personen in videoclips ten opzichte van jongeren met een andere muziekvoorkeur? Oftewel hoe zien jongeren de artiesten uit de hiphopcultuur? Welke kenmerken spreken het meest aan of vallen het meest op?

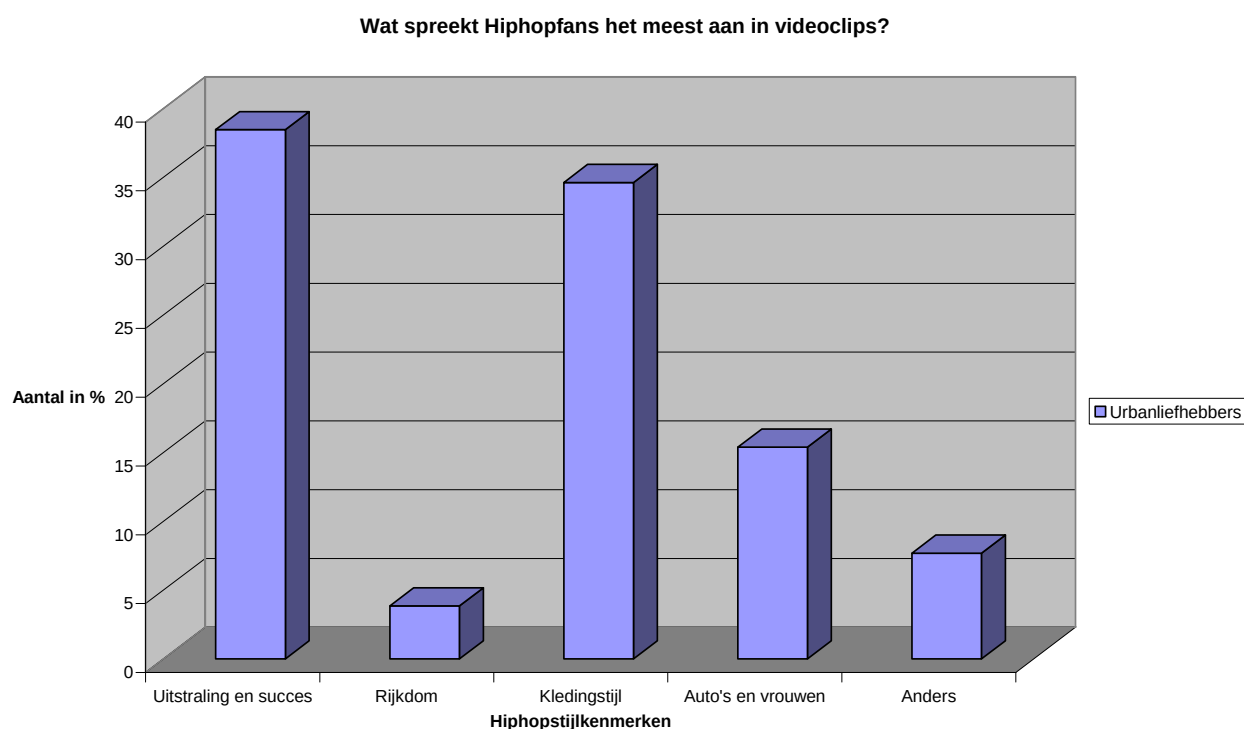
61,5% van de urban-liefhebbers geeft aan dat hun idolen “rijk en beroemd” zijn. Dit vormt een contrast met de idolen in de videoclips van de andere muziekstijlen waarbij gemiddeld 34,6% van de respondenten dit aangeeft. In mindere mate zijn de idolen in de urban videoclips “stoer en gevaarlijk” en “mooi en sexy”.

Figuur:6.1.5 Omschrijving van idolen in Hiphopclips



Jongeren zien hun idolen uit de Hiphopcultuur dus voornamelijk als “rijk en beroemd”.

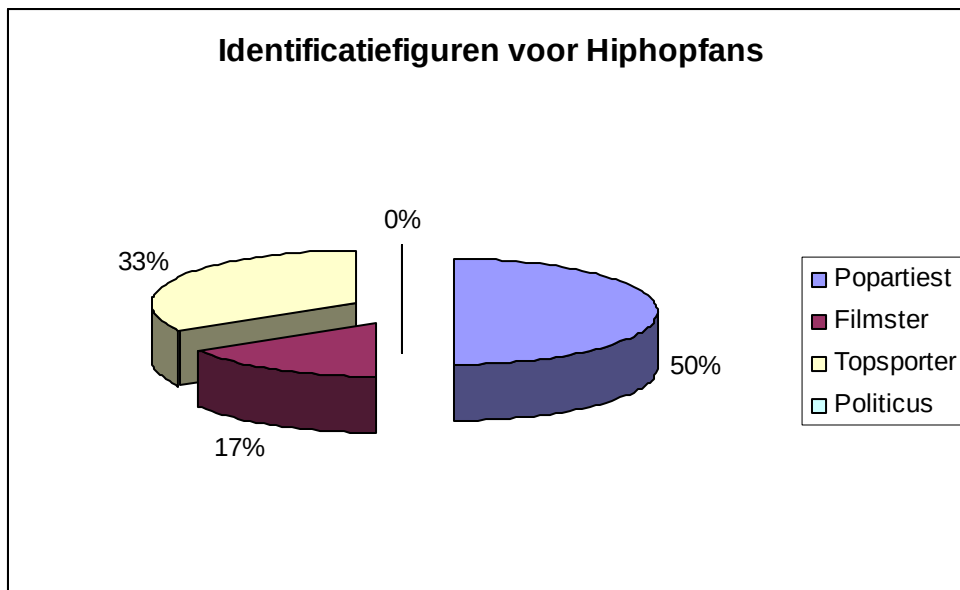
“Identiteitsvormingsaspecten spreken jongeren het meest aan in videoclip”



Figuur:6.1.6 De meest aansprekende kenmerken in videoclip

Uit dit staafdiagram valt af te leiden, dat voornamelijk “uitstraling en succes” en “kledingstijl” de liefhebbers het meest aanspreken in videoclip. Dit zijn kenmerken waarmee jongeren zich kunnen identificeren en die ze kunnen gebruiken voor de vormgeving van de eigen identiteit. Uit de aanvullende commentaren bij deze vraag kwam naar voren dat de adolescenten uit de steekproef zichzelf vergelijken met popartiesten. De opmerking ‘in videoclip zitten personen die niet lijken op mij’ werd door een groot deel van de respondenten geplaatst.

“Idolen in hiphopclips vormen belangrijke identificatiefiguren voor jongeren”



Figuur:6.1.7 Identificatiefiguren voor hiphopfans

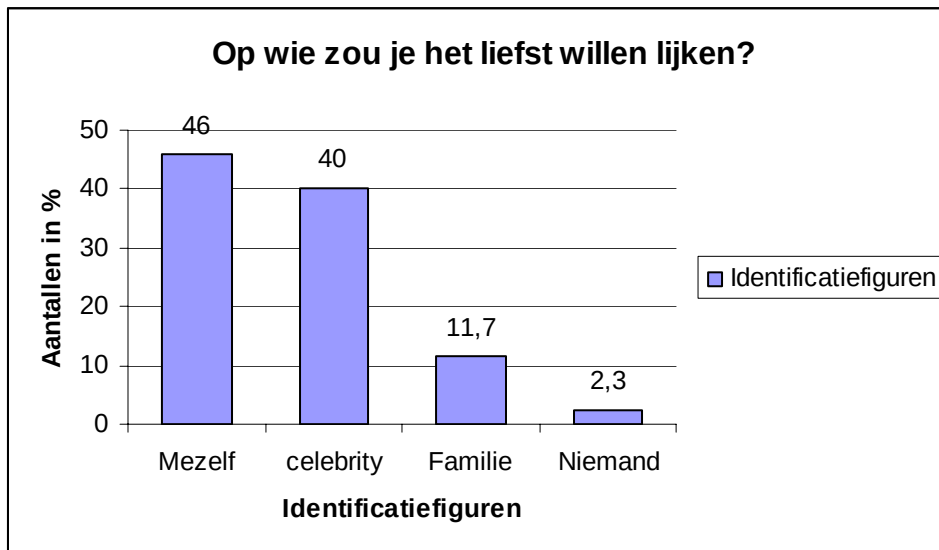
Teneinde identificatiefiguren voor jongeren te achterhalen werd de vraag gesteld: *Als jij beroemd zou zijn, wie zou je dan willen zijn?* Een leven als popartiest ziet (52%) van de hiphopliefhebbers het meest zitten. Hier is echter een verschil waarneembaar tussen jongens en meisjes. Jongens bewonderen vaker topsporters (33%) dan meisjes (15%). De categorieën filmster 17% en politici 0% zijn onder de hiphopliefhebbers aanmerkelijk minder populair. Geconcludeerd kan worden dat popsterren belangrijke identificatiefiguren vormen voor jongeren. Meer dan aan filmsterren, politici of topsporters ontleen adolescenten hun identiteit vooral aan popsterren.

“Jongeren lijken het liefst op zichzelf”

De open vraag: *“op wie zou je het liefst willen lijken?”* wordt door 46% van de totale steekproef beantwoord met het antwoord “op mezelf”. 40% zou het liefst lijken op een beroemdheid en 11,7% op een familielid of iemand uit de sociale omgeving.

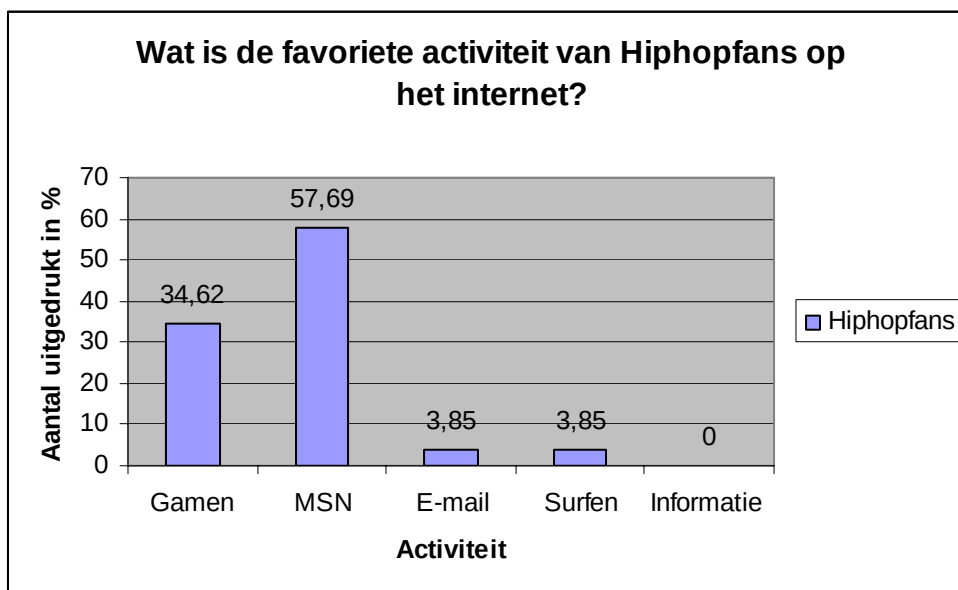
Het antwoord ‘ik wil op mezelf lijken’ werd onderbouwd met uitspraken als: ‘iedereen moet zichzelf zijn’, ‘ik zou op niemand willen lijken want ik wil mezelf zijn’ en ‘Ik zou op mezelf willen lijken maar dan met veel aanpassingen; bijvoorbeeld zoals: Rihanna³’.

³ R&B superster bekend geworden met de nummer 1 hit ‘S.O.S’



Figuur:6.1.8 Op wie willen adolescenten het liefst lijken

“Communiceren is de belangrijkste activiteit op het internet”



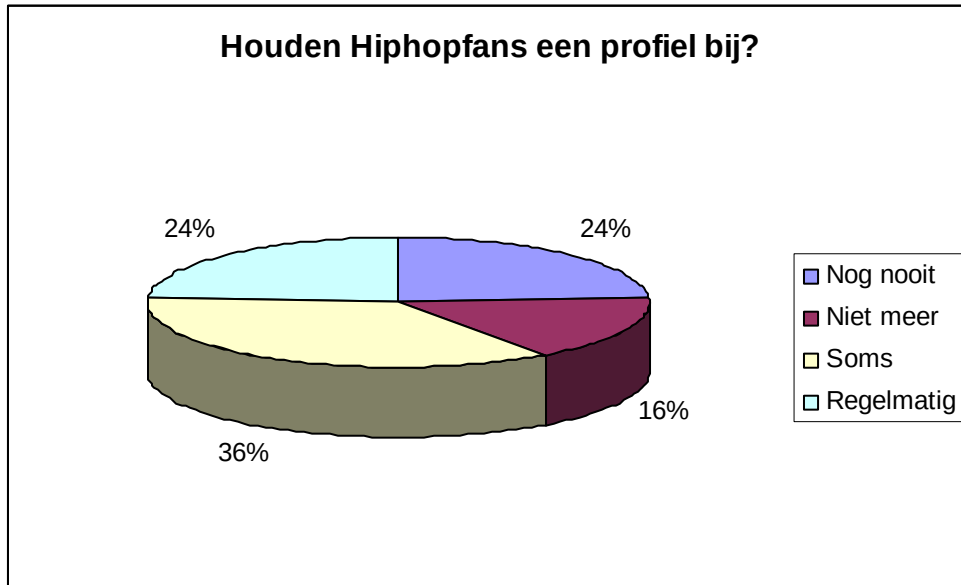
Figuur:6.1.9 Favoriete activiteit van adolescenten op het internet

Communiceren is zoals blijkt figuur:6.1.9 de populairste activiteit op het internet. 57,6% van de hiphopliefhebbers geeft aan het internet het meest te gebruiken om te msn'en⁴. Er is echter een duidelijk verschil waarneembaar tussen jongens en meisjes. 80% van de meisjes gebruikt het internet om te msn'en tegenover 46% van de

⁴ Chatten via MSN Messenger

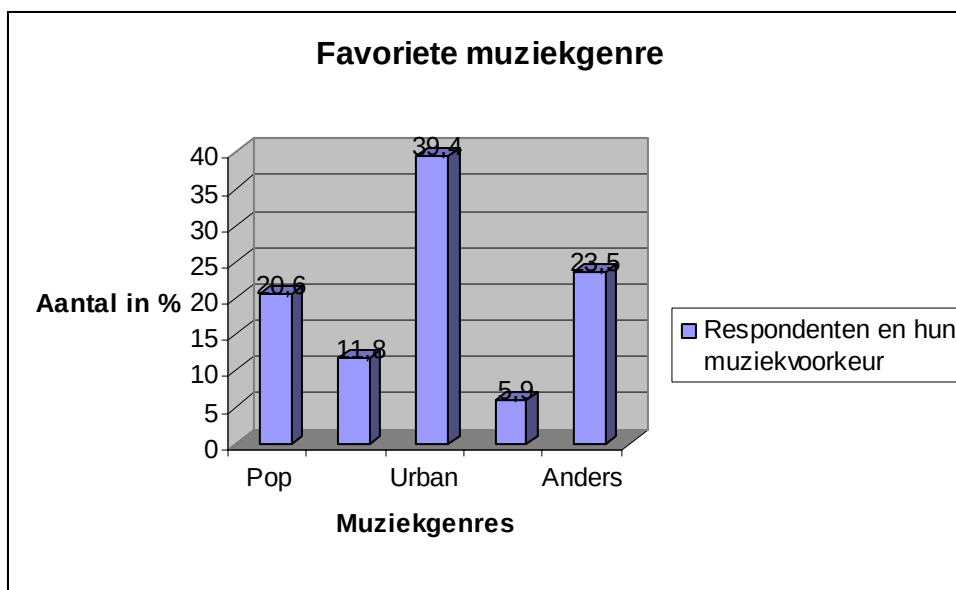
jongens. 55% van de jongens heeft als favoriete activiteit ‘gamen’ terwijl slechts 15% van de meisjes dit aangeeft.

“75% van de respondenten uit de steekproef houdt een profiel bij op het internet”



Figuur:6.1.10 Profielbezit in de onderzoeksgroep

60% van de hiphopfans is in het bezit van een profiel en 24% onderhoudt op regelmatige basis de profielsite. In de totale steekproef houdt 75% een profiel bij. Onder de hiphopfans bestaan dus 15% minder profielhouders. De respondenten werken gemiddeld 1 uur per dag aan hun profiel. Het verkrijgen en onderhouden van sociale contacten oftewel het ‘community-gevoel’ is de voornaamste reden voor het in bezit hebben van een profiel.



§6.1.1 Samenvatting Survey-onderzoek

De jongeren uit de steekproef kijken veel televisie – met name naar de muziekzenders MTV/TMF en The Box. Hoe langer de jongeren naar de televisie kijken, des te vaker ze naar videoclippen kijken. Muziek vormt zodoende een belangrijk onderdeel in hun leven. Adolescenten kijken met name uit amusementsoverwegingen of voor ‘moodmanagement’ naar videoclippen. Een kleiner deel van de respondenten kijkt voor de functie van identiteitsvorming. Een opvallend groot deel van de respondenten prefereert hiphopmuziek boven andere muziekgenres. Er kan gezegd worden dat hiphop een zeer belangrijk muziekgenre betreft voor de adolescenten in de steekproef. Jongeren kijken veel naar hiphopclips waarin bepaalde codes en symbolen aan hen worden gepresenteerd. Het is dan ook aannemelijk dat de betreffende jongeren zich het meest identificeren met de hiphopstijl en hier betekenissen aan ontleen voor de manier waarop zij zich dienen te presenteren. Hiphopliefhebbers omschrijven de personen in videoclippen voornamelijk als “rijk en beroemd”. Dit is opvallend vergeleken met omschrijvingen van overige respondenten, die andere muziekgenres prefereren. Het meest aansprekend in videoclippen van hun idolen zijn voor hiphopfans identiteitsvormingsaspecten. De kledingstijl, het fysieke uiterlijk en de houding van artiesten spreken jongeren aan en zouden derhalve als inspiratiebron kunnen dienen voor een geïdealiseerde presentatie van zichzelf op de profielsite. Adolescenten lijken het liefst op zichzelf of op hun idool. Het is opmerkelijk dat adolescenten ondanks hun waardering en bewondering voor de hiphopstijl aangeven

het liefst toch op zichzelf willen lijken. Het is niet ondenkbaar dat jongeren op de vraag ‘op wie zou je het liefst willen lijken?’ het antwoord ‘op mezelf’ invullen omdat het een sociaal wenselijk antwoord betreft. Een andere mogelijkheid zou kunnen zijn dat jongeren bepaalde stijlelementen van de hiphopcultuur overnemen om de identiteit vorm te geven. De objecten worden opnieuw geordend waardoor de betekenis verandert en het een deel van de eigen identiteit wordt. (oftewel bricolage voor een omschrijving van het begrip zie hoofdstuk vier). Met andere woorden geven jongeren dus aan op zichzelf te lijken, omdat de bundeling van tekens een deel van zichzelf wordt.

De stijl is echter voortdurend aan verandering onderhevig doordat in videoclipps continu andere stijlen worden geïntroduceerd om zich te onderscheiden van andere culturen. De jongeren in de steekproef werken gemiddeld één uur per dag aan hun profiel. De virtuele identiteit is dus evenals de hiphopstijl een project dat altijd in ontwikkeling blijft; zolang als de gebruiker de behoefte voelt om eraan te werken. Het is aannemelijk dat de aanpassingen van de adolescent overeenkomsten vertonen met stijlveranderingen in videoclipps. De populairste activiteit op het internet onder de jongeren is MSN. Het internet wordt dus het meest intensief gebruikt voor communicatiedoeleinden. Een overgrote meerderheid van de totale populatie houdt een profielsite bij op het internet.

§ 6.2 Methode 2 De groepsdiscussie

De groepsdiscussie is een geschikt instrument om de reële identiteit van de respondenten vast te stellen. De identiteit van de respondenten wordt onderzocht op basis van de identiteitsaspecten *persoonlijkheid* en *lichaam*. Er is voor deze aspecten gekozen op basis van literatuuronderzoek beschreven in hoofdstuk drie.

De groepsdiscussie is face-to-face afgenomen en er zijn video-opnames gemaakt. Naderhand zijn de verzamelde gegevens uit de groepsdiscussie vergeleken met de virtuele identiteit op de profielsites.

Deelnemers aan de groepsdiscussie

De gegevens uit het survey-onderzoek dienden als selectiemateriaal om respondenten uit te nodigen voor de groepsdiscussie. In de vragenlijst was een vraag geformuleerd naar de bereidheid van de respondenten om mee te werken aan een vervolgonderzoek.

De respondenten zijn echter bewust gekozen op basis van een selecte trekkingsmethode. Het was voor dit onderzoek namelijk van belang dat de respondenten ten eerste in het bezit waren van een ‘profiel’ én tevens hiphopmuziek prefereerden boven andere muziekgenres. 58,8% van het totaal aantal respondenten was bereid om mee te werken aan een vervolgonderzoek. Van deze groep voldeed slechts 35% aan de gestelde criteria. Voor een overzicht zie tabel:6.2.1

Bereidheid	Percentage
Ja	58,8
Nee	38,2

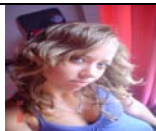
Bereidheid hiphopfans	Percentage
Ja	35
Nee	65

Tabel 6.2.1 Bereidheid om mee te werken aan een vervolgonderzoek

De geschikte kandidaten werden allen telefonisch benaderd. Helaas bleek een gedeelte van de telefoonnummers onbekend te zijn en een deel van de respondenten had bij nader inzien toch geen belangstelling meer. Uiteindelijk namen vier respondenten deel aan de groepsdiscussie. De deelnemers zijn 16 jaar oud en afkomstig uit de omgeving van Vlaardingen.

Gelet op de omvang van de steekproef dienen de resultaten met de nodige voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd. De resultaten hebben de aard van indicaties. Voor een overzicht van de deelnemers aan de groepsdiscussie wordt verwezen naar tabel 6.2.2.

Reële identiteit	Virtuele identiteit
Samantha Waardenburg	 http://www.sugababes.nl/Sammy*
Laura van Baarlen	

Kim Ter Maten	http://www.sugababes.nl/blOnDiejj  http://www.sugababes.nl/Ktm
Angela van Dijk	 http://www.sugababes.nl/^Ang3la^/info

Tabel:6.2.2 Weergave van de deelnemers met de reële en de virtuele identiteit in tekens

Structuur van de groepsdiscussie

De groepsdiscussie bestond uit drie onderdelen die individueel dan wel in groepsverband plaatsvonden. Het eerste onderdeel betrof een psychologische test op basis van de persoonlijkheidseigenschappen van Eysenck. Deze werd individueel afgenomen. Het doel van de psychologische test was om de reële identiteit (persoonlijkheid) zoals die door de respondent zelf werd beoordeeld te achterhalen. De psychologische test diende ook ter kennismaking met de verschillende persoonlijkheidseigenschappen.

In het tweede onderdeel ‘de foto-opdracht’ werd de respondenten gevraagd de eigen persoonlijkheid te beschrijven aan de hand van beeldmateriaal. De respondenten kregen zes collages voorgelegd met foto’s die elk één van de zes persoonlijkheidsdimensies van Eysenck visualiseerde. De respondenten werd de opdracht gegeven; *zoek vijf foto’s uit die bij jou passen oftewel welke vijf foto’s weerspiegelen jouw karakter?*

Vervolgens werd hen gevraagd hetzelfde te doen voor de persoonlijkheid van een andere deelnemer aan de groepsdiscussie. Het doel van de foto-opdracht was om de betrouwbaarheid van de psychologische test te vergoten. Dit onderdeel werd individueel uitgevoerd en vervolgens in groepsverband besproken. Het laatste onderdeel van de groepsdiscussie betrof het bekijken van videoclip en fotomateriaal afkomstig van de website Sugababes.nl. Het doel van dit onderdeel was om reacties

uit te lokken van de respondenten. De drie onderdelen van de groepsdiscussie worden achtereenvolgens behandeld.

Onderdeel 1 Psychologische test

De psychologische test bestaat uit 48 vragen die beantwoord worden op een vijfpuntsschaal (1 = helemaal niet, 2 = een beetje, 3 = nogal, 4 = tamelijk veel, 5 = heel erg). Elke vraag behandelt één van de zes persoonlijkheidsdimensies van Eysenck. (drie hoofdkenmerken met twee uitersten).

Op elke persoonlijkheidsdimensie kon de adolescent hoogstens 40 punten behalen.

Voorbeeldvraag:

Ben jij sociaal?

- a. Helemaal niet → 1 punt
- b. Een beetje → 2 punt
- c. Nogal → 3 punt
- d. Tamelijk veel → 4 punt
- e. Heel erg → 5 punt

De eigenschap -sociaal zijn- valt onder het persoonlijkheidskenmerk extraversie. Wanneer iemand bij deze vraag antwoordmogelijkheid –e- invult dan scoort deze persoon vijf punten op het persoonlijkheidskenmerk *extraversie*. In de vragenlijst zijn acht vragen verwerkt voor elk van de zes persoonlijkheidskenmerken. Kortom acht vragen met betrekking tot het persoonlijkheidskenmerk extraversie, acht vragen met betrekking tot het persoonlijkheidskenmerk introversie etc. In totaal bevatte de vragenlijst $6 \times 8 = 48$ vragen. Voor de beoordeling van de test zie bijlage B2.

De uitslag van de psychologische test dient gelezen te worden met inachtneming van enkele belangrijke beperkingen. Vanwege de onmogelijkheid om een totaalbeeld van iemands persoonlijkheid te schetsen op basis van één test betreffen de resultaten slechts een ruwe schatting van iemands persoonlijkheid. De test biedt eerder inzicht in “het type mens” dan in de persoonlijkheid. Eveneens dient er rekening te worden gehouden met het feit dat de respondenten de uitkomsten van de psychologische test zelf kunnen beïnvloeden. Het invullen van sociaal wenselijke antwoorden of jezelf net iets beter voordoen dan je in werkelijkheid bent behoort tot de mogelijkheden. Om dit gedrag tot een minimum te beperken bevatte deze test een verborgen sleutel voor “sociaal wenselijke antwoorden”. De verborgen sleutel bestond uit het invoegen van

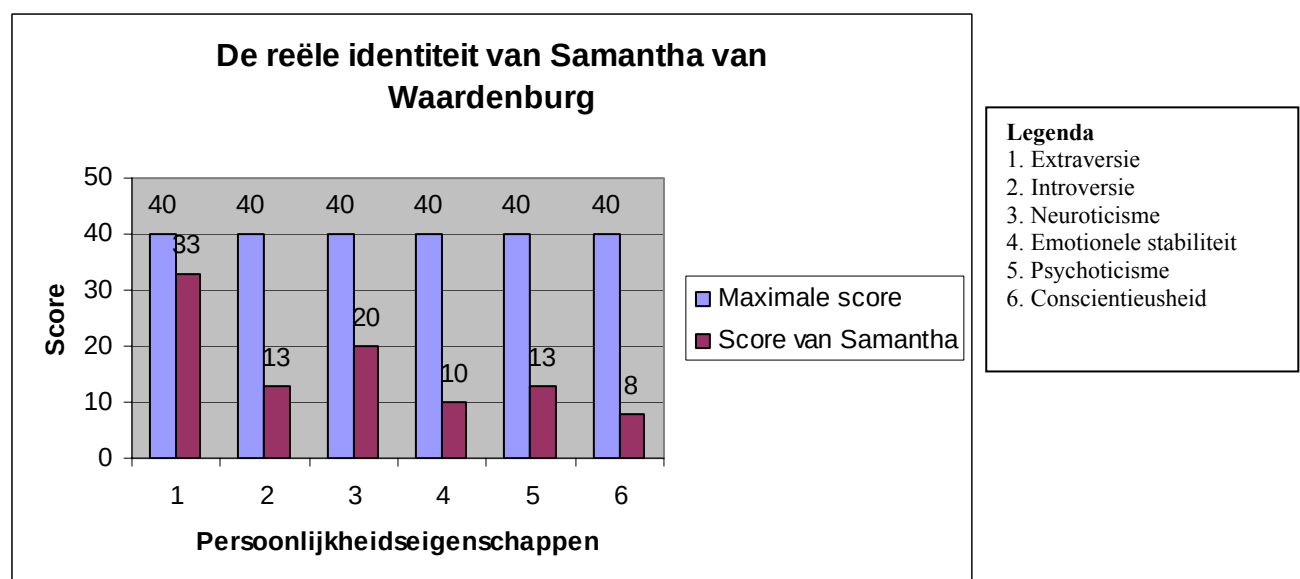
een aantal dezelfde dan wel contrasterende vragen om de validiteit van de antwoorden te waarborgen.

Het vaststellen van het type persoon wordt gedaan op basis van de hoogste score, die men op de tegengestelde persoonlijkheidsdimensies heeft behaald. Dit wordt in de volgende onderzoeksonderdelen geverifieerd.

Identiteit wordt in hoofdstuk drie beschreven als een meervoudig begrip, dat ontstaat in de interactie met anderen en wisselt per relationele context. Uitgaande van deze definitie, is het slechts mogelijk om een gedeelte van de persoonlijkheid te meten; namelijk het deel dat waargenomen wordt tijdens de groepsdiscussie. De veelheid aan persoonlijkheden, die iemand bezit, wordt bij deze enkelzijdige meting buiten beschouwing gelaten.

Welk type zijn de respondenten?

“Samantha het leiderstype”

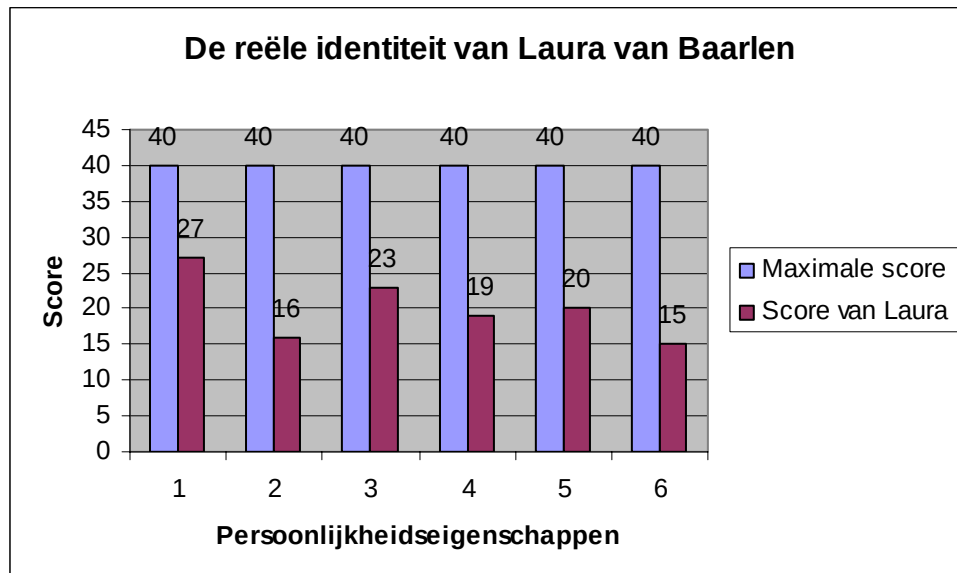


Figuur: 6.2.1 De reële identiteit van Samantha van Waardenburg

De hoge score op het persoonlijkheidskenmerk extraversie (82,5%) is het eerste dat opvalt in figuur 6.2.1. Samantha komt uit deze test naar voren als een erg sociaal persoon. Ze houdt van grote groepen mensen om zich heen en treedt graag op de voorgrond. Tevens is ze energiek, levendig en heeft ze veel zelfvertrouwen. Opmerkelijk is de eveneens hoge score op het persoonlijkheidskenmerk neuroticisme (50%).

Met deze score wordt aangeduid dat Samantha af en toe last heeft van depressieve buien. En dat ze zich in sommige (onbekende) situaties onzeker kan voelen.

“Laura, type ruwe bolster, blanke pit”

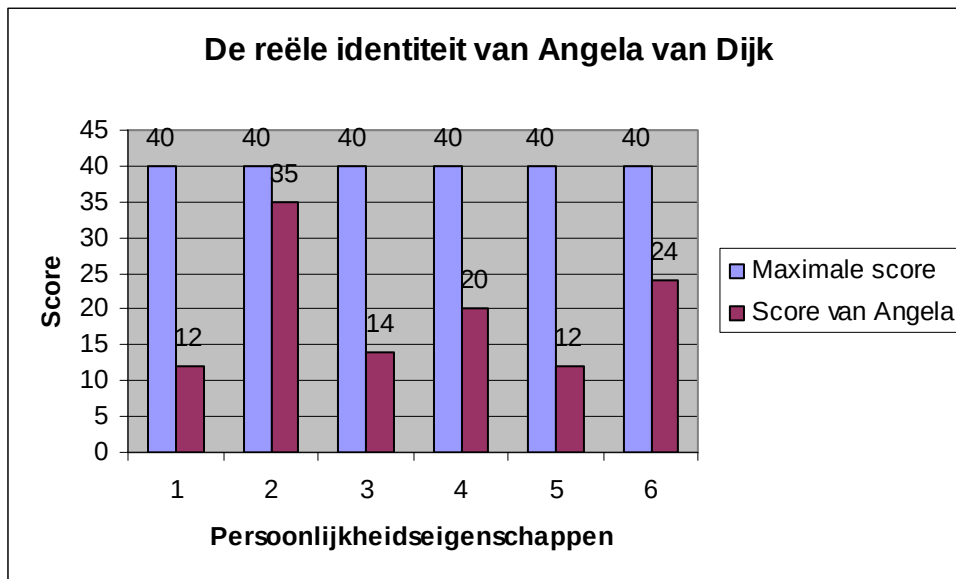


Figuur: 6.2.2 De reële identiteit van Laura van Baarlen

Laura scoort hoog op het persoonlijkheidskenmerk extraversie (67,5%). Zij kan eveneens gekenmerkt worden als een sociaal persoon. Opmerkelijk is de eveneens hoge score op het persoonlijkheidskenmerk introversie (40%).

De complexiteit van het begrip identiteit komt tot uiting in de hoge score van Laura op de tegengestelde persoonlijkheidskenmerken extraversie en introversie. Deze test is op een zodanige manier ontworpen dat er voor beide tegengestelde dimensies een evenredig aantal vragen is opgesteld. Er bestaat dus de mogelijkheid bestaat dat er een een gelijke score kan worden behaald op tegengestelde dimensies. Een hoge score op twee uiterste kenmerken is echter ongebruikelijk omdat de meeste mensen zullen trachten een consistent beeld van de ideale identiteit te scheppen. Uitzondering op deze regel zijn mensen die niet exact weten wie ze zijn; bijvoorbeeld adolescenten die zich bevinden in een zoektocht naar de identiteit of mensen die zelf in staat zijn om de verschillende rollen te onderscheiden die zij vertolken in de interactie met anderen. In het geval van Laura ligt de eerste reden van ‘identiteitsverwarring’ het meest voor de hand.

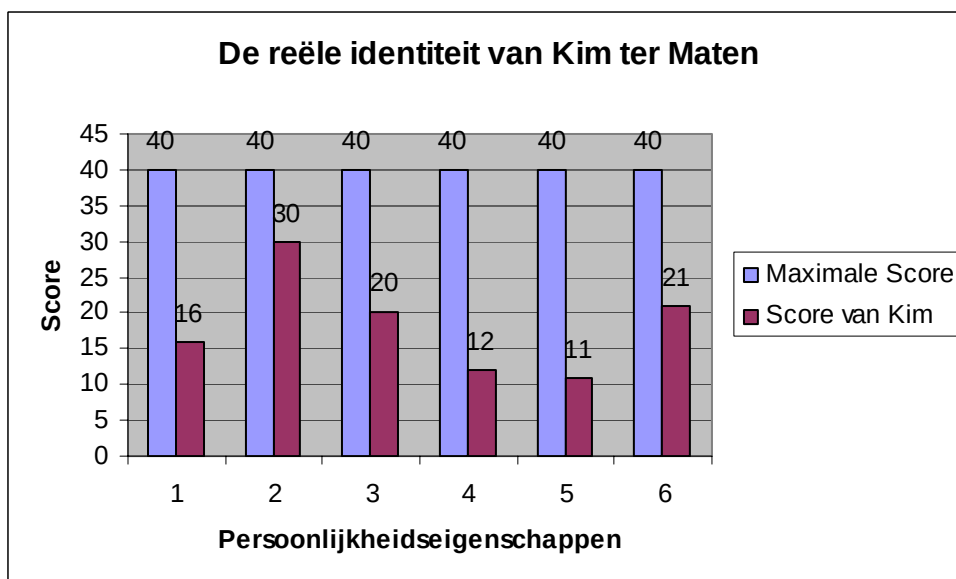
“Angela der Einzelgänger”



Figuur: 6.2.3 De reële identiteit van Angela van Dijk

In tegenstelling tot Laura en Samantha scoort Angela zeer laag (30%) op het persoonlijkheidskenmerk extraversie, maar juist hoog op het tegengestelde kenmerk introversie (87,5%). Angela is eerder een in zichzelf gekeerd persoon. Eveneens scoort Angela hoog op het kenmerk consciëntieusheid (60%). Dit duidt erop dat ze houdt van orde en structuur, graag adviezen opvolgt van anderen en hard werkt om haar doelen te bereiken.

“Kim type onopvallend persoon”



Figuur: 6.2.4 De reële identiteit van Kim ter Maten

Kim is net als Angela eerder het introverte type (75%) dan extravert (40%). In eerste instantie lijkt Kim het stille type dat het liefst op de achtergrond blijft. Daarentegen heeft Kim ook een extraverte kant die naar voren komt wanneer zij zich begeeft binnen de eigen sociale groep.

§6.2.1 Onderdeel 1 Psychologische test

De psychologische test geeft een eerste indruk van de individuen in de onderzoeksgroep. Samantha komt voornamelijk uit de test als een leiderstype met een sterke zelfverzekerde persoonlijkheid. Echter Samantha heeft ook een onzekere kant die vooral tot uiting komt wanneer zij zich begeeft in de ‘volwassen wereld’. Laura komt uit de test als een extravert en vrolijk type maar is vooral ook verward over haar identiteit. Uit de contrasterende resultaten blijkt Laura moeite heeft om een consistent beeld te schetsen van haar identiteit, wat kan duiden op ‘identiteitsverwarring’. Laura realiseert zich dat ze verschillende rollen aanneemt in de interactie met anderen maar kan deze niet samenbrengen tot één stabiele identiteit. Angela komt uit de test als een introvert en serieus type. Ze treedt niet graag op de voorgrond en is graag alleen. Ook Kim is eerder introvert dan extravert. Toch heeft Kim ook een andere kant die naar voren komt binnen de eigen sociale groep.

§6.3 Onderdeel 2 Groepsdiscussie foto-opdracht

Teneinde de betrouwbaarheid van de psychologische test te vergroten wordt de foto-opdracht gebruikt om de reële persoonlijkheid te bevestigen. De respondenten krijgen collages voorgelegd met foto's die elk één van de zes persoonlijkheidsdimensies van Eysenck uitbeelden. Vervolgens selecteren ze vijf foto's die de eigen persoonlijkheid en die van de ander weerspiegelen. De respondenten werden vóór aanvang van de opdracht door de onderzoeker in groepen verdeeld.

Respondent 1: Samantha

Visualiseer jezelf en de ander

“Ik ben heel zelfverzekerd maar ik heb ook een andere kant” (Samantha over zichzelf)

Eysenck's gedragsdimensies			
Extraversie		Introversie	
Eigen beoordeling	Beoordeling ander	Eigen beoordeling	Beoordeling ander
3	3		1
Neuroticisme		Emotionele stabiliteit	
Eigen beoordeling	Beoordeling ander	Eigen beoordeling	Beoordeling ander
2	1		
Psychoticisme		Consciëntieusheid	
Eigen beoordeling	Beoordeling ander	Eigen beoordeling	Beoordeling ander

Samantha selecteert drie foto's voor zichzelf die het persoonlijkheidskenmerk *extraversie* visualiseren. Ze motiveert haar keuze met uitspraken als: 'ik ben altijd vrolijk', 'ik kan altijd lachen', 'ik ben hartstikke druk' en 'ik houd van veel mensen om me heen'. Samantha uit gevoelens van twijfel en angst over haar eigen identiteit. Ze geeft aan diverse rollen te vervullen in verschillende sociale groepen. Op sommige momenten zegt Samantha zichzelf 'anders' of 'niet zichzelf te voelen.' Binnen haar eigen sociale groep is Samantha een zelfverzekerd type en komt ze stoer en krachtig over. Dit in contrast met de rol die zij aanneemt wanneer zij zich begeeft in de volwassen wereld. Deze rol wordt door Samantha geïllustreerd aan de hand van twee foto's die het kenmerk *neuroticisme* weergeven.

“Als ik naar een gesprek moet met vreemde mensen en ik zit met ze te praten dan gaat alles vanzelf en heb ik er geen moeite meer mee maar als ik er naartoe moet dan zit het me zwaar tegen. De mensen je kent ze niet, het is een vreemde omgeving je weet niet wat ze met je doen. Je komt in een andere wereld terecht de wereld van volwassenheid het is nou niet meer van mama mag ik een popje kopen? Mama mag ik dit, mama mag ik dit nee nu moet je het zelf gaan doen” (Samantha,16).

“Samantha is een vrolijk type die af en toe een beetje met zichzelf in de knoop zit”(Angela over Samantha)

Angela selecteert vijf foto's die het karakter van Samantha omschrijven. Drie van de vijf foto's weerspiegelen het kenmerk extraversie. De overige twee foto's weerspiegelen de persoonlijkheidskenmerken depressie, verdriet en introversie.

Angela motiveert haar keuze voor de foto's als volgt:

“Soms is ze weleens depressief en kan ze de hele dag chagrijnig zijn en dan moet je af en toe echt niks tegen haar zeggen anders gaat ze best los tegen je omdat ja ze zit dan met haar gedachten ergens anders en dan kan ze niks hebben” (Angela,16).

De omschrijving van Angela vat haar omschrijving van Samantha samen als: “Samantha is een opgeruimd en vrolijk type die af en toe een beetje met zichzelf in de knoop zit”.

Observatie van de onderzoeker

De uitslag van de psychologische test en de foto-opdracht komen met elkaar overeen. In beide opdrachten komt Samantha naar voren als een extravert type met een sterke persoonlijkheid. In haar eigen observatie (naar aanleiding van de foto-opdracht) bevestigt Samantha haar zelfverzekerde extraverte persoonlijkheid.

Samantha voert de boventoon in de discussie en het valt op dat ze het niet moeilijk vindt om over haar eigen gevoelens te praten. Ze neemt duidelijk de leiding in deze groep en is voornamelijk zelf aan het woord of overstemt andere gesprekspartners. Dit resulteert erin dat ze af en toe afgeremd moet worden om te zorgen dat iedereen een eerlijke kans krijgt om op de discussie te reageren. De andere deelnemers hebben respect en- of bewondering voor Samantha; ze zijn stil wanneer ze praat en vragen haar herhaaldelijk om confirmatie. Het is mogelijk dat de andere deelnemers ietwat angstig zijn voor Samantha. Ze is namelijk zeer dominant en welbespraakt; tegenspreken van Samantha zou kunnen uitmonden in een verhitte discussie.

Nonverbale communicatiesignalen

Samantha neemt een stoere en zelfverzekerde lichaamshouding aan. Ze zit rechtop met haar schouders naar achteren en haar borst vooruit. Ze komt zeer welbespraakt en intelligent over. Samantha maakt oogcontact wanneer ze praat en animeert haar verhaal met uitbundige gebaren. Ze is fysiek een stuk groter en psychisch een stuk verder dan de rest van de groep waardoor zij zich mogelijk in deze groep nog

zelfverzekerder (dan normaal) voelt. Ze heeft veel ervaring met zaken die de anderen nog niet mee hebben gemaakt en vertelt hier vol trots over.

De onzekere kant die Samantha zelf beschrijft in de foto-opdracht is tijdens de groepsdiscussie niet traceerbaar. Het is opvallend dat Samantha in staat is om verschillende kanten van haar persoonlijkheid zonder enige moeite te beschrijven. Ze heeft veel zelfkennis, ze weet ongeveer wie ze is en laat dit ook zien.

“Ik ben heel extravert” (Angela over zichzelf)

Eysenck's gedragsdimensies			
Extraversie		Introversie	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>
5			4
Neuroticisme		Emotionele stabiliteit	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>
			1
Psychoticisme		Consciëntieusheid	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>

Angela komt uit de test als een introvert teruggetrokken persoon; een beeld dat geheel niet overeen komt met de omschrijving die Angela van zichzelf geeft aan de hand van de foto-opdracht. Haar zelfbeoordeling bestaat namelijk uit vijf foto's die het persoonlijkheidskenmerk extraversie weerspiegelen. Ze motiveert haar keuze met uitspraken als: 'ik hou wel van uitgaan' en 'ik heb best veel vriendinnen.'

“Ze is een heel rustig en teruggetrokken persoon” (Samantha over Angela)

De beoordeling van Samantha komt wel overeen met de uitslag van de psychologische test. Ze kiest vier foto's die het persoonlijkheidskenmerk introversie weerspiegelen en omschrijft Angela als een stil, teruggetrokken en een erg beïnvloedbaar persoon.

“Ze is af en toe een beetje stil en ze is af en toe best wel rustig maar dit jaar hebben we haar echt wel meegesleept: Van Angela kijk nou eens de andere kant uit dan naar je huiswerk van kap eens even met leren en ga gezellig mee. Zij besteedde enorm veel aandacht aan haar huiswerk de afgelopen drie jaar maar nu was het echt zo van Angela het hoeft even niet. En dan kwam ze op school en dan was het echt zo: heb

je wiskunde gemaakt? Nee en dan was het van (applaus) goed zo” (Samantha,16).

De vijfde foto die Samantha aanwijst weerspiegelt emotionele stabiliteit. Volgens Samantha is Angela een erg gelukkig en evenwichtig persoon.

Observatie van de onderzoeker

De uitslag van de psychologische test en van de foto-opdracht komen niet met elkaar overeen. De psychologische test weerspiegelt een introverte persoonlijkheid terwijl Angela in de foto-opdracht haar extraverte kant benadrukt. Mogelijk voelt Angela zich door de groepsdruk (de foto-opdracht vond plaats in groepsverband) gedwongen om zich anders voor te doen dan ze in werkelijkheid is. Het huiswerkfragment dat Samantha omschrijft geeft aan dat Angela erg gevoelig is voor de mening van anderen en zich sterk laat beïnvloeden.

Non-verbale signalen

Angela komt over als een stil, gesloten en teruggetrokken type. Ze praat weinig en lijkt erg ongeïnteresseerd. Wanneer het onderwerp bijvoorbeeld ‘vriendjes’ betreft dan zeggen de anderen in de groep dat Angela de enige is met een vriend. Angela zelf gaat hier niet op in; zij knikt enkel en lacht een beetje. Ze maakt een erg afwezige indruk en ze is totaal niet betrokken bij het gesprek. Ze maakt geen oogcontact wanneer ze praat en neemt een gesloten houding aan. Ze lijkt verveeld en ze praat onduidelijk en monotoon; het klinkt meer als mompelen dan als praten. Ze houdt haar hand voor haar mond als ze praat en wordt vaak gevraagd om het antwoord te herhalen omdat het onverstaanbaar is voor de anderen. Ze geeft korte antwoorden zonder enige toelichting. Het is duidelijk dat ze zich erg ongemakkelijk voelt als alle aandacht naar haar uitgaat.

***“Met goede vrienden ben ik zelfverzekerd, maar soms voel ik me klein en onzeker”
(Laura over zichzelf).***

Eysenck's gedragsdimensies			
Extraversie		Introversie	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>
2	2	2	
Neuroticisme		Emotionele stabiliteit	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>
1			
Psychoticisme		Consciëntieusheid	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>
	3		

Laura kiest twee foto's die het persoonlijkheidskenmerk extraversie weerspiegelen. Eén van de foto's visualiseert een meisje die het middelpunt van een groep mensen vormt. Laura motiveert haar keuze door te zeggen zich zeer zelfverzekerd te voelen wanneer ze zich onder goede vrienden begeeft.

“laatst gingen we naar de stad en toen was ik met 10 jongens en toen liepen we langs een sexshop en één van die jongens wilde geillollie's hebben. En dan loop ik naar binnen en vraag ik: ‘meneer heeft u geillollie's? ik vraag het gewoon ik heb daar schijt aan’ (Laura, 16).

Ze geeft aan dat ze ook een onzekere kant heeft door te kiezen voor een plaatje waarop een klein verlegen meisje staat afgebeeld.

“Ook al lijkt ik heel zelfverzekerd. Ik kan ook heel onzeker zijn hoor bijvoorbeeld als ik alleen naar een school moet of een sollicitatiegesprek of zeg maar in contact moet komen met andere mensen dan heb ik wel een andere kant. Ik heb een fobie voor vreemde mensen want toen ik zeg maar ook naar mijn intakegesprek moest heb ik zitten huilen in de tram omdat ik niet durfde. Dus het is eigenlijk heel verschillend. Als ik met vriendinnen ben voel ik me groter als ik met meer mensen ben maar het is niet dat ik me anders gedraag met mijn vrienden hoor.” (Laura,16).

Ondanks dat Laura in de test voornamelijk scoort op het persoonlijkheidskenmerk extraversie kiest Laura bij de foto opdracht voor drie foto's die de kenmerken introversie en neuroticisme weerspiegelen.

“Extravert en een tikkeltje arrogant”(Kim over Laura)

Kim selecteert vijf foto's die het karakter van Laura omschrijven. Twee van de vijf foto's weerspiegelen het kenmerk extraversie. Het is volgens Kim 'altijd lachen met Laura' en 'ze begeeft zich graag onder de mensen'. Drie foto's weerspiegelen een arrogant en wreed type.

Observatie van de onderzoeker

Uit de test komt de veelvuldigheid van verschillende rollen die iemand kan spelen binnen een persoonlijkheid duidelijk naar voren. Laura onderschrijft dit door in de foto-opdracht duidelijk aan te geven meerdere rollen te spelen binnen haar identiteit. Met vrienden is ze zelfverzekerd terwijl ze ook een onzekere kant heeft. Kim omschrijft Laura als arrogant; wat ook vertaald kan worden in onzekerheid. Het zou zo kunnen zijn dat arrogantie voor Laura een middel is om haar onzekerheid te maskeren. Bij Samantha was er sprake van zelfkennis over de eigen identiteit omdat zij zeer goed in staat was om de eigen persoonlijkheid met alle positieve en negatieve kenmerken te omschrijven. Laura beschrijft ook verschillende rollen maar haar omschrijvingen duiden meer op identiteitsverwarring. Ze geeft zelf letterlijk aan zich zeer verward te voelen over de verschillende rollen die ze speelt. Het gedrag dat Laura portretteert is het gedrag van een hulpeloze tiener die een beetje verdwaald lijkt te zijn in de zoektocht naar de eigen identiteit.

Non-verbale communicatie

Zoals eerder gezegd komt Laura eerder over als een verward tienermeisje dan als een zelfverzekerde, jonge vrouw. De passie waarmee Laura een verhaal vertelt is zeer aandoenlijk. Bij het luisteren bekruipt je het gevoel haar te willen helpen tijdens de haar onzekere zoektocht. Laura lijkt het fijn te vinden om met anderen over haar verwarring te praten. Ze vraagt bevestiging in de trant van: 'is het normaal dat ik me zo voel?' In deze groep voelt Laura zich zelfverzekerd en ze schaamt zich niet om haar onzekere kant te tonen.

“Onzeker en gespannen” (Kim)

Eysenck's gedragsdimensies			
Extraversie		Introversie	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>
	3	3	
Neuroticisme		Emotionele stabiliteit	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>
2			
Psychoticisme		Consciëntieusheid	
<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>	<i>Eigen beoordeling</i>	<i>Beoordeling ander</i>
	2		

Kim typeert zichzelf aan de hand van de foto's als een onzeker en verlegen type. Ze geeft aan zich soms gespannen, verdrietig en boos te voelen. Ze kan echter niet goed aangeven waarom ze zich op sommige momenten zo voelt.

“Kim doet dingen die ik niet zou durven” (Laura over Kim)

Laura kiest vijf foto's uit die het karakter van Kim weerspiegelen. Volgens Laura is Kim heel extravert, ze probeert nieuwe kleding uit, verft haar haar in allerlei kleuren en doet allemaal dingen die Laura zelf niet zou durven. Kim wordt door Laura ook omschreven als arrogant en kil.

Observatie van de onderzoeker

Kim is tijdens de groepsdiscussie weinig spraakzaam. Ze geeft korte ongemotiveerde antwoorden op basis waarvan het lastig is om conclusies te trekken. Tijdens het motiveren van de keuze voor Laura's foto's vroeg ze constant confirmatie aan Laura in de trant van: 'ja toch Laura' of aan de groep 'weten jullie wel' 'dat is toch zo.'

Het lijkt erop dat Kim er niet van houdt om voor een groep te spreken. Ze geeft namelijk korte antwoorden om er zo snel mogelijk vanaf te zijn. Eveneens geeft zij sociaal wenselijke antwoorden (in de ogen van anderen); ze brengt de antwoorden twijfelend en afwachtend. Ze is weinig overtuigd van haar eigen mening en komt erg onzeker en labiel over. Tevens is ze het vaak eens met de overheersende meningen van Samantha en Laura.

Non-verbale communicatie

Kim ziet er saai en onopvallend uit. De observatie van Laura over haar extraverte uiterlijk leek niet van toepassing op Kim. Het zou zo kunnen zijn dat Laura een andere omschrijving van Kim geeft als gevolg van groepsdruk. Een andere mogelijke verklaring is dat Kim het niet prettig vindt om in een groep over zichzelf te praten.

§6.3.1 Samenvatting onderdeel 2

Na de groepsdiscussie ontstond er een duidelijk beeld van alledrie de respondenten behalve van Kim. De foto opdracht werd gebruikt als instrument om de reële identiteit van de respondenten te bevestigen. Doordat de respondenten hun keuze moesten motiveren kwamen er nieuwe aspecten aan het licht over de persoonlijkheden. Over het algemeen kwamen de omschrijvingen aan de hand van de foto's overeen met de resultaten die eerder bleken uit de psychologische test. Er was echter een groot verschil waarneembaar in de omschrijvingen van Angela over zichzelf en de beschrijving van Samantha. Angela omschrijft zichzelf als een extraverte persoon terwijl Samantha het tegenovergestelde kenmerk 'introversie' gebruikt om Angela te omschrijven. De resultaten van de psychologische test ondersteunen de observatie van Samantha en omschrijven een introvert type. De reden van Angela om zichzelf anders te omschrijven zou gelegen kunnen zijn in het feit dat deze opdracht plaatsvond in groepsverband. De foto's van het kenmerk extravertie visualiseren vooral blijde vrolijke mensen en spreken de groep waarschijnlijk meer aan dan foto's van stille teruggetrokken personen. Het valt op dat de adolescenten tijdens foto opdracht meerdere kanten van zichzelf laten zien. Ze omschrijven niet alleen de pluspunten van hun persoonlijkheid maar geven ook duidelijk minpunten aan. De verschillende rollen die zij spelen binnen hun persoonlijkheid wordt door hen duidelijk gemotiveerd.

§6.4 Onderdeel 3 Groepsdiscussie foto/videomateriaal

Uit de questionnaire bleek dat respondenten zich sterk identificeren met de hiphopstijl die in videoclip wordt geportretteerd. Om na te gaan of de respondenten dit onderkennen werd er gekeken naar een aantal videoclip en fotomateriaal afkomstig van de website Sugababes.nl.

“Uiterlijke kenmerken zoals kledingstijl en make-up spreken meisjes aan”

De respondenten uit de groepsdiscussie geven (voorzichtig) aan dat ze bepaalde kenmerken uit videoclippen gebruiken voor de vormgeving van de eigen identiteit. Het gaat hierbij vooral om uiterlijke kenmerken zoals kledingstijl en make-up.

“ik zie vaak clips op televisie met een bepaalde kledingstijl en dan denk ik van goh dat vind ik leuk of make-up en dan denk van he die stijl past wel bij mij. Ik draag graag van die afzakbroeken zoals zoiets (wijst naar clips op tv) lekker wijd en die van je komt afzakken dat is sexy en hot op dit moment en daarom moet ik dat ook hebben” (Samantha 16).

Het is echter volgens de respondenten niet zo dat ze alles uit videoclippen overnemen. Stijlen worden zich alleen toegeëigend wanneer de adolescenten het bij de eigen identiteit vinden passen.

“Ik heb nu zo’n kort wit broekje en dan heb ik er zeg maar zo’n netpanty onder gekocht weet je wel met van die bloemenprinten erin en dan heb ik van die sandalen. En dan sta ik zo in de spiegel te kijken en denk ik dat is wel leuk maar dat is gewoon geen Laura. Het is meer echt van dat Roxy-achtig, Roxy heeft dat ook altijd en mijn moeder zegt dat is leuk hou het aan. Maar toen heb ik het niet aangetrokken en heb ik gewoon een broek aangetrokken”(Laura 16).

In dit fragment heeft Laura het over een ‘Roxy achtige kledingstijl’. Laura kent Roxy uit de virtuele wereld van Sugababes.nl. Laura realiseert zich dat de kledingstijl ‘geen Laura is’. De jongeren hebben dus wel (enig) identiteitsbesef en nemen zodoende ze niet klakkeloos bepaalde kenmerken van anderen over. Het overnemen van bepaalde kenmerken kan eerder gezien worden als een zeer bewuste keuze die gebaseerd is op overwegingen over wat wel of niet bij de eigen identiteit past.

De identiteitsconstructie wordt volgens de adolescenten niet alleen beïnvloed door de hiphopcultuur maar net zo goed door andere uitingen als, televisie, radio en kunstuitingen. Jongeren zeer zorgvuldig met het vormgeven van de identiteit. De jongeren spiegelen zich aan elkaar en hechten belang aan elkaars ‘deskundige’ mening. De identiteitsconstructie wordt volgens de adolescenten eveneens beïnvloed door “online beroemdheden”.

“Iedereen weet wie Roxy is ze is een online beroemdheid waar iedereen wel een mening over heeft. Ze staat altijd op één bij de populariteitspoll en mensen adoreren haar echt” (Samantha,16).

Toch bestaat er volgens de adolescenten een duidelijk verschil tussen “online beroemdheden” en “offline beroemdheden”. Dit verschil ontstaat door de structuur van het medium internet ‘het is maar internet’ personen die via verschillende media bekend zijn: internet, televisie en videoclip kan volgens hen pas aangewezen worden als een echte beroemdheid.

Echter wanneer iemand ‘online beroemd’ is dan is er een grote kans aanwezig dat deze persoon ook een ‘offline beroemd’ is. Zo is Roxy te zien in videoclips en reclamespotjes als gevolg van haar nummer één notering op het internet. Meisjes vinden het volgens de adolescenten belangrijk om ‘online faam’ te krijgen. Ze nemen vaak modellen poses aan op hun profielsite en maken zichzelf net iets mooier dan ze in werkelijkheid zijn. Met als gevolg dat jongeren bij een ontmoeting in het echte leven soms niet lijken op de persoon van de profielsite. De adolescenten gaan geregeld naar meetings en feesten die worden georganiseerd voor de beheerders van Sugababes.nl. Tijdens deze meetings komt het kenmerk virtualiteit van de profielsite te vervallen. Dit kenmerk geeft de adolescent normaal gesproken de mogelijkheid om te ontsnappen aan de beperkingen van het lichaam die men in het dagelijks leven ervaart. Doordat jongeren elkaar ook in het echte leven ontmoeten is het onwaarschijnlijker dat adolescenten op het internet een totaal andere identiteit aannemen. In het echte leven kunnen zij immers aangesproken worden op een fictieve weergave van de identiteit.

“Bij een aantal meisjes van Sugababes kwam ik er tijdens een meeting achter dat zij er op het internet anders uitzien dan in het echt. Bij 1 meisje Versace was het heel erg. Haar foto’s op het internet waren helemaal bewerkt maar als je haar in het echt ziet is het echt een mismaakte pop. Echt raar hoor dat zijn twee andere personen”(Samantha,16).

Doordat de virtualiteit van de profielsites grotendeels is komen te vervallen kan het zo zijn dat verschillen tussen de twee vormen van identiteit tot een minimum worden beperkt. In de volgende paragraaf worden de verschillen en/of overeenkomsten tussen de identiteiten van de respondenten gemeten.

§ 6.5 Inhoudsanalyses profielsites

Op de profielsite worden de gedragsdimensies gemeten door een analyse van de verschillende attributen die jongeren zichzelf toekennen op hun profielsite. De identiteitsattributen die de respondenten zichzelf toeëigenen worden weergegeven in een tabel om een vergelijking mogelijk te maken tussen de identiteit in de ‘echte wereld’ en de identiteit in de ‘virtuele wereld’. Op profielsites zijn de adolescenten vrij om te experimenteren met de eigen identiteit; deze hoeft dus niet overeen te komen met de identiteit IRL. Er worden echter op de website Sugababes.nl beperkingen gesteld aan de mate waarop iemand de vrijheid heeft om de eigen identiteit vorm te geven. Zo staat er op de website van Sugababes.nl onder het kopje algemene voorwaarden vermeld dat het verboden is om een valse identiteit aan te nemen: “jou profiel is alleen voor jou en inloggen mag alleen op je eigen profiel” (Sugababes.nl, 2006). Tevens behouden de eigenaren het recht om een profiel op elk gewenst moment te verwijderen. Deze paragraaf biedt inzicht in hoeverre de jongeren experimenteren met de virtuele identiteit op het internet.

“Samantha doet zich op het internet net iets stoerder voor dan in werkelijkheid”

Bij Samantha’s keuze voor bepaalde identiteitsattributen schijnt veel door van haar identiteit IRL. Samantha gebruikt een schermnaam die sterke overeenkomsten vertoont met haar echte naam. Het is zeer waarschijnlijk dat de schermnaam ‘Sammy*’ afgeleid is van een bijnaam die men voor haar gebruikt in IRL. Andere identiteitsattributen als; leeftijd, woonplaats, kleur ogen, en relatie zijn allen gelijk aan haar identiteit in het echte leven. Opvallend is verder dat Samantha zeer open en eerlijk is over haar persoonlijkheid IRL. De verwarring die ze voelt over haar eigen identiteit uit ze in het echte leven alsmede op het internet.

Identiteitsaspecten	Reële identiteit	Virtuele identiteit
Naam/Schermnaam	Samantha	Sammy*
Leeftijd	16 jaar	16 jaar
Woonplaats	Vlaardingen	Vlaardingen
Kleur haar	Bruin	Donkerblond
Kleur ogen	Blauw	Blauw
Kledingstijl	Modieus	Naked

Relatie	Single	Single, op zoek
Muziekvoorkeur	Hiphop	Waar je op los ken gaan
About me	-	Samantha, 16 jaar Vlaardingen
Over de eigen persoonlijkheid	“Ik ben heel zelfverzekerd maar ik heb ook een andere kant”	“Altijd een lach van buiten, maar zeer verward van binnen. 🤪”

Tabel:6.3.1 Verschil tussen identiteitsattributen van de reële en de virtuele identiteit van Samantha

Identiteitspolls

Op hun profiel kunnen adolescenten met zelf verzonnen polls bevestiging vragen aan anderen over identiteitsvragen. Een poll op het profiel van Samantha is bijvoorbeeld “Maakt Marco Borsato mooie muziek?”. Met deze poll peilt Samantha de reactie van anderen over haar eigen muziekvoorkeur. Samantha publiceert songteksten van Marco Borsato in haar weblog en laat dit zo onderdeel uitmaken van haar identiteit.

De muziek van Marco Borsato wordt daar haar hoogstwaarschijnlijk gebruikt voor moodmanagement. Ze vraag zich of anderen ook kunnen huilen op nummers van Marco Borsato en gebruikt hiervoor de poll.

Ze vraagt bevestiging aan andere leden. Anderen reageren op haar poll, en gaan zo deel uitmaken van Samantha’s identiteitsconstructie.

Totaalbeeld

Het totaalbeeld dat Samantha laat zien op haar profiel door middel van foto’s, beschrijvingen, en haar weblog vertoont sterke overeenkomsten met haar reële identiteit. Ze benadrukt haar extraverte persoonlijkheid met fotomateriaal van feestjes, vrienden en veel gezelligheid. Eveneens laat ze haar onzekere kant zien door gebruik te maken van polls waarin ze bevestiging vraagt aan andere leden. Ze schrijft gevoelige gedichten in haar weblog en laat duidelijk merken dat ze onzeker is over de toekomst. In haar weblog schrijft ze stukjes over haar twijfels voornamelijk met betrekking tot het functioneren in de ‘volwassen wereld’.

“Laura doet zich op het internet flirterig en sexy voor”

De schermnaam die Laura aanneemt verwijst naar een uiterlijk kenmerk van haar identiteit IRL, ‘haar blonde haren’. De identiteit die Laura op het internet aanneemt is sexy en flirterig. Ze geeft voornamelijk suggestieve, erotisch getinte omschrijvingen van zichzelf. Onder het kopje “kledingstijl” vult ze in; leer, leer, leer en onder het kopje “relatie”, met Sammy* (zie bovenstaande omschrijving). Haar favoriete films zijn “pornofilms” en met een miljoen zou ze een eigen seksshop beginnen. Laura’s virtuele identiteit is zeer seksueel getint zie tabel:6.3.2.

Identiteitsaspecten	Reële identiteit	Virtuele identiteit
Naam/Schermnaam	Laura	blOnDiejj;;
Leeftijd	16 jaar	16 jaar
Woonplaats	Schiedam	Schiedam
Kleur haar	Blond	Blond
Kleur ogen	Blauw	Blauw
Kledingstijl	Modieus	*LEER, LEER, LEER
Relatie	Single	Ja, met Sammy*
Muziekvoorkeur	Hiphop	Bubbling
Wat zou je doen met een miljoen?	-	Mijn eigen seksshop beginnen
Over de eigen persoonlijkheid	“Ik heb veel vrienden en ben heel spontaan”	“I’m a naturally blond so speak slowly”

Tabel:6.3.2 Verschil tussen identiteitsattributen van de reële en de virtuele identiteit van Laura

Laura’s schermnaam blOnDiejj ;; zegt iets over haar uiterlijk in het echte leven.

Identiteitspolls

De diverse internetpolls die Laura opstelt zijn gecentreerd rondom één en hetzelfde onderwerp: seks. Ze vraagt zich af “met wie andere leden het liefst het bed zouden willen delen”, “wat het favoriete standje is” en “wat mannen lekker vinden aan vrouwen”.

Totaalbeeld

Laura houdt geen weblog bij, reageert niet op fora discussies en chat niet met anderen. Ze is een stuk minder actief dan Samantha op het internet. Tijdens de groepsdiscussie komt Laura eerder over als een onzeker tienermeisje dan als een zelfverzekerde jonge vrouw. Op het internet doet Laura zich flirteriger en sexier voor dan tijdens de groepsdiscussie. Ze kwam in de groepsdiscussie over als een degelijk net meisje maar op het internet presenteert zij zich als een seksbom. Het fotomateriaal op haar profiel ondersteunt het flirterige imago dat ze wil uitdragen. Ook de tekst ‘i’m a naturally blond so speak slowly’ zegt veel over hoe Laura wil overkomen op het internet. Als een seksbom zonder hersenen. Ze doet zich duidelijk flirteriger voor dan ze in werkelijkheid is.

“Kim is onzichtbaar op het internet”

Kim neemt de initialen ktm van haar naam IRL Kim ter Maten als schermnaam. Ze onthult weinig van zichzelf op het internet waardoor haar anonimiteit gewaarborgd blijft. De omschrijving van zichzelf is zelfs zo summier dat er weinig opmerkelijks is te zeggen over haar virtuele identiteit.

Identiteitspolls

Kim houdt neutrale polls op het internet die niet echt gezien kunnen worden als identiteitspolls. Voorbeelden hiervan zijn: “allemaal geslaagd dit jaar”, “wat een lekker weertje he” en “de vakantie was top”.

Totaalbeeld

Kim is een beetje onzichtbaar op het internet wat overeenkomt met de reële identiteit die floreerde tijdens de groepsdiscussie en de foto-opdracht. Het is aannemelijk dat Kim niet precies weet wie ze is en het moeilijk vindt om een duidelijk beeld van zichzelf te scheppen op het internet. Alles op haar profielsite is neutraal en het is erg moeilijk om iets te zeggen over haar persoonlijkheid.

Identiteitsaspecten	Reële identiteit	Virtuele identiteit
Naam/Schermnaam	Kim	Ktm
Leeftijd	16 jaar	16 jaar
Woonplaats	Vlaardingen	Vlaardingen

Kleur haar	Bruin	Donkerblond
Kleur ogen	Bruin	Bruin
Kledingstijl	Modieus	-
Relatie	Single	Single
Muziekvoorkeur	Hiphop	-
About me	-	-
Over de eigen persoonlijkheid	-	-

Tabel:6.3.3 Verschil tussen identiteitsattributen van de reële en de virtuele identiteit van Kim

“Angela houdt zich het meest bezig met identiteitskwesties”

Angela verwijst met haar schermnaam ^Ang3la^/info naar haar reële identiteit. Opvallend is dat ze onder het kopje “relatie” invult onbekend terwijl ze tijdens de groepsdiscussie aangaf een vriendje te hebben. Het zou zo kunnen zijn dat ze de bezoeker van haar profiel hiermee nieuwsgierig wil maken. Of dat ze haar profiel lange tijd niet meer heeft aangepast. Op haar profiel behandelt Angela veel identiteitskwesties. Tijdens de groepsdiscussie vertelde Angela weinig over haar eigen identiteit maar op haar profiel laat ze zien dat ze wel degelijk weet wie ze is en dat ze heel erg bezig is om een stabiele identiteit te ontwikkelen.

Identiteitsaspecten	Reële identiteit	Virtuele identiteit
Naam/Schermnaam	Angela	^Ang3la^/info
Leeftijd	16 jaar	16 jaar
Woonplaats	Schiedam	Schiedam
Kleur haar	Donkerblond	Donkerblond
Kleur ogen	Blauw	Blauw
Kledingstijl	Modieus	Dress to impress
Relatie	Vriendje	Onbekend
Muziekvoorkeur	Hiphop	Bubbling, Jump, reggeaton en sommige hardcore nummers
About me	-	Ik Ben Ik :... Ik Ben Niet Volmaakt :... Ik Ben Niet Perfect :...

		Maar Zo Ben Ik :... Ik Weet Wie Ik Ben :... En Ik Weet Wat Ik Wil :... Soms Ben Ik Een Prater :... Soms Ben Ik Heel Stil :... Om Mij Te Leren Kennen :... Moet Je Dit Kunnen Leren :... Ik Ben Wie Ik Zijn Wil :... En Zo Moet Je Mij Maar Accepteren
--	--	---

Tabel:6.3.4 Verschil tussen identiteitsattributen van de reële en de virtuele identiteit van Angela

Totaalbeeld

Angela publiceert foto's op haar website met onderschriften als "een aanmerking op jezelf is een tekortkoming op jezelf", "wat ik ook goed of fout doe het is en blijft mijn ding" en "van buiten zijn we anders, maar van binnen zijn we gelijk". Hiermee geeft ze aan dat anderen haar moeten accepteren zoals ze is omdat zij zichzelf ook accepteert.

§6.5.1 Samenvatting van de virtuele identiteit

Op de profielsite Sugababes.nl hebben adolescenten slechts een beperkte ruimte om een identiteit te creëren. De schermnamen die de adolescenten aannemen kunnen allen teruggeleid worden tot de persoon IRL evenals veel van de identiteitsattributen die de adolescenten zichzelf op de profielsite toekennen. Samantha doet zich op haar profielsite net iets stoerder voor dan ze in werkelijk is; wat resulteert in omschrijvingen als: "ik drink het liefst alcohol" en bij kleding antwoord ze "naked". Het is moeilijk om iets zinnigs te zeggen over de reële dan wel de virtuele identiteit van Samantha. Ze neemt een weinig uitgesproken en onopvallende identiteit aan in zowel de groepsdiscussie als op haar profielsite. Angela is erg introvert tijdens de groepsdiscussie en laat weinig van zichzelf zien echter op haar profielsite is zij meer uitgesproken over identiteitskwesities. Ze geeft hierop duidelijk aan dat ze bezig is met het ontwikkelen van een stabiele identiteit en dat de mening van anderen hierbij van ondergeschikt belang is. Er kan wel gezegd worden dat Angela naar aanleiding van haar presentatie op haar profielsite het verst gevorderd is in haar zoektocht naar een stabiele identiteit. Ze is zich erg bewust van het feit dat haar identiteit uniek is en dat anderen dit moeten accepteren. De grootste verschillen tussen de reële en de virtuele identiteit worden waargenomen bij Laura. Zij doet zich in de groepsdiscussie voor als

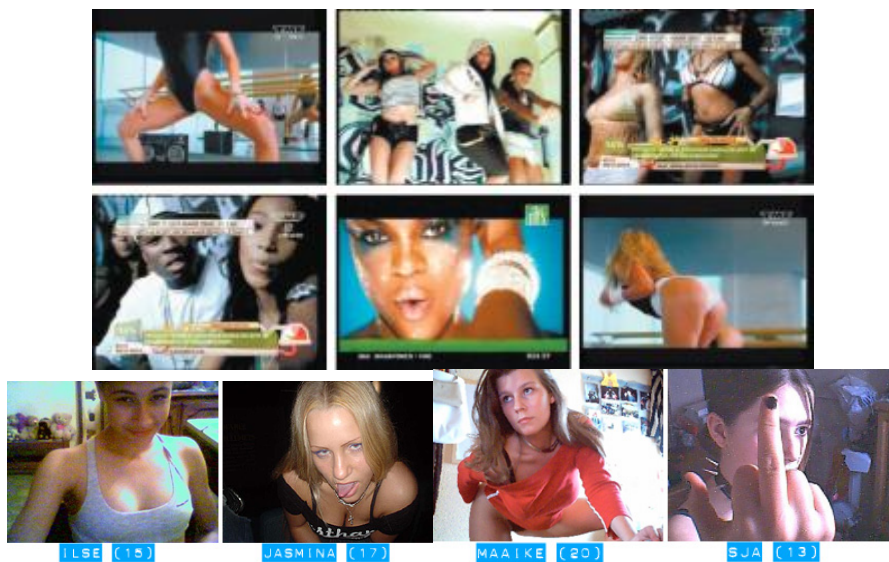
een verwarde tiener terwijl zij op haar profielsite een beeld neerzet van een zelfverzekerde extraverte jonge vrouw. Laura is erg bezig om haar seksuele identiteit te ontdekken wat tot uiting komt in het aannemen van een flirterige sexy houding op haar profielsite. Het is aannemelijk dat deze houding is beïnvloed door de beelden in haar hiphopclips waarin vrouwen zich vaak seksueel gedragen. Het is echter met deze gegevens niet met zekerheid te zeggen of dit ook echt het geval is.

§ 6.6 Conclusie van de resultaten

De muziekstijl hiphop is erg populair onder de jongeren in de steekproef. Ze kijken veel televisie en dan met name naar de muziekzenders MTV/TMF en The Box. Muziek vormt een belangrijk onderdeel in het leven van de adolescent omdat ze zich kunnen identificeren met de sterren in videoclips. Op de vraag: “als jij beroemd zou zijn wie zou je dan het liefst willen zijn” antwoordt een overgroot deel een popster. De idolen in hiphopclips worden door de jongeren voornamelijk omschreven als “rijk en beroemd”. Doordat jongeren zich identificeren met deze muziekstijl zouden zij de kenmerken uit videoclips over kunnen nemen voor een geïdealiseerde weergave op hun profielsite. Er is echter geen sprake van directe overname van bepaalde kenmerken uit videoclips. De jongeren blijven zoals blijkt uit de resultaten veel dichter bij zichzelf dan men op basis van theoretische gronden zou verwachten. De meeste identiteitsattributen die op profielsites aan de virtuele identiteit worden toegekend vertonen sterke gelijkenissen met de reële identiteit. Schermnamen lijken zo overgenomen te zijn uit het echte leven en ook de leeftijd en woonplaats zijn identiek. Het meest aansprekend in videoclips vinden jongeren ‘identiteitsvormingsaspecten’ zoals kledingstijl, het fysieke uiterlijk en de houding van artiesten. Op basis hiervan zou er verwacht kunnen worden dat jongeren zich deze aspecten toeëigenen op hun profielsite. Maar wederom zijn deze aspecten niet terug te vinden op de profielsites van de adolescenten. De kledingstijl en het fysieke uiterlijk van de adolescenten is wel mooier en uitdagender dan in het echte leven, maar een identieke weerspiegeling van de hiphopcultuur is niet gevonden. De adolescenten geven wel aan zich te laten inspireren door de uiterlijke kenmerken van de artiest maar dit kan waarschijnlijk eerder opgevat worden als het toeëigenen van bepaalde kenmerken aan de eigen identiteit. Het zou dus heel goed kunnen dat adolescenten bepaalde kenmerken overnemen en toevoegen aan de eigen identiteit waardoor de betekenis van de kenmerken verandert.

Dit fenomeen kan worden aangetoond met het concept bricolage. Mogelijkerwijs is de presentatie op de profielsite een vorm van bricolage waardoor het erg moeilijk is om gelijkenissen te vinden met de hiphopcultuur op profielsites. Jongeren gieten de kenmerken in een nieuw jasje waardoor het een deel van zichzelf wordt; ook al waren ze in eerste instantie wel geïnspireerd geraakt door een bepaalde cultuur. In de questionnaire geven de respondenten aan dat ze het liefst “op zichzelf zouden willen lijken”. Hieruit blijkt eveneens dat het erg lastig is om inspiratie door ideaalbeelden te achterhalen. Hoezo zouden jongeren geïnspireerd zijn door een bepaalde cultuur; de kenmerken zijn een deel van de eigen identiteit en die is uniek. Op profielsites zijn zoals eerder gezegd in hoofdstuk vijf ook vormen van bricolage zichtbaar. Respondenten nemen bepaalde kenmerken over en voegen deze toe aan de eigen identiteit. Voorbeelden hiervan zijn songteksten, foto's van beroemde sterren en persoonlijke verhalen. Jongeren worden dus niet alleen beïnvloed door de kenmerken uit de hiphopcultuur, maar door alles om hen heen wat hen op dat moment aanspreekt. Ze nemen bepaalde kenmerken over en maken het onderdeel van de identiteit. Van Driel (2002) noemde de identiteit een project-in-uitvoering omdat het nooit af is zolang iemand de behoefte voelt om er aan te werken. De adolescenten adopteren en verwijderen telkens kenmerken om de identiteit weer te geven.

CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN



Beelden van de Tv zenders The Box, TMF en MTV Bron: Trouw 2005

7 || Conclusie

Jongeren en identiteit vormden de twee hoofdonderwerpen van deze Masterthesis.

Jongeren bevinden zich in de psychosociale fase waar volgens Erikson de crisis '*identiteit versus verwarring*' centraal staat. Jongeren weten niet precies wie ze zijn en gaan daarom ontdekkingstocht naar een stabiele identiteit. Dit is een onzekere zoektocht waarbij jongeren zich allerlei dingen afvragen. Ze scheiden zich af van de ouders en gaan zich richten op en spiegelen aan de gedragingen, handelingen en houdingen van secundaire identificatieobjecten buiten het gezin. Jongeren krijgen andere normen en waarden en zoeken identificatieobjecten die hierbij passen. Doordat hiphop een dergelijke populaire muziekstroming betreft onder adolescenten zouden zij zich kunnen identificeren met kenmerken uit deze cultuur.

Muziek en dan vooral hiphop betreft een zeer belangrijk jeugdmedium. De pubertijd wordt gekenmerkt door een periode van heftige stemmingswisselingen, muziek heeft de functie van stemmingsregelaar en zou jongeren houvast kunnen bieden gedurende deze periode. Ook heeft muziek de functie van identiteitsvorming omdat adolescenten zich doordat ze van bepaalde muziek houden kunnen scharen onder een bepaalde groep mensen met dezelfde voorkeuren. De specifieke kenmerken van de hiphopcultuur worden zeer expliciet gepresenteerd in videoclipps waar adolescenten vaak naar kijken en zou hen zodoende instrumenten kunnen bieden voor de presentatie van de eigen identiteit.

Het begrip identiteit is van vorm veranderd door de komst van allerlei moderne communicatiemiddelen waarmee bepaalde aspecten overbrugd kunnen worden. Het fysieke lichaam, de tijd en de ruimte zijn elementen die er op het internet niet toe doen. Omdat het internet gekenmerkt wordt door een virtuele wereld waarop deze aspecten buiten beschouwing worden gelaten krijgen adolescenten de kans om op het internet met de eigen identiteit te kunnen experimenteren. Ze kunnen immers zelf bepalen welk deel van de identiteit ze wel en niet presenteren aan anderen. . Deze mogelijkheid wordt echter slechts in geringe mate benut door de adolescenten in de steekproef. De virtuele identiteit wordt hoogstens iets flirteriger, ondeugender of sexier weergegeven. Maar er wordt geen totaal andere identiteit gecreëerd. Remco

Pijpers (2006) verwoordt de presentatie op profielsites als: 'ze doen zich net iets blonder voor dan ze in werkelijkheid zijn'. De adolescent wordt op het internet de vrijheid geboden om te experimenteren maar het totaal opgaan in een fantasierol is op de website Sugababes.nl zeer onwaarschijnlijk. Dit omdat de adolescenten elkaar evenals op het internet ook in het echte leven ontmoeten waardoor de virtualiteit van de profielsite komt te vervallen. Sugababes.nl is voor de adolescenten dus geen virtuele wereld maar eerder een wereld die bestaat naast de reële wereld.

De hoofdvraag van dit onderzoek was:

Gebruiken jongeren de kenmerken van de Hiphopcultuur als ze zich presenteren op hun profielsite? In hoeverre wijken jongeren met die presentatie af van hoe ze zich in werkelijkheid voordoen en hoe verklaren we dit verschil?

Uit het onderzoek is gebleken dat jongeren veel dichter bij zichzelf blijven met de virtuele presentatie dan men op grond van theoretische argumenten zou verwachten. De identiteitsaspecten die de jongeren zichzelf toeëigenen bestaan veelal uit een regelrechte overname van de reële identiteit. Andere kenmerken die worden gebruikt voor de presentatie op de profielsite kunnen worden teruggeleid naar uitingen van radio, televisie, tijdschriften en kunstuitingen. Het is dus niet zo dat adolescenten alleen of vooral worden geïnspireerd door videoclip; identiteit kan beter worden opgevat als een bundeling van tekens die in de gehele omgeving van de adolescent voorkomen. Doordat jongeren deze tekens overnemen, bundelen en toevoegen aan de eigen identiteit verandert de betekenis van deze tekens waardoor het moeilijk is om de oorsprong van de tekens te herleiden. De identiteit kan worden omschreven als 'bricolage' een bundeling van tekens die tezamen een identiteit vormen.

De virtualiteit van het internet komt in het gedrang doordat de jongeren elkaar door meetings en feesten in het echte leven ontmoeten. Wanneer een jongere zichzelf op het internet heel anders voordoet dan dat hij/zij in werkelijkheid is dan kan hij/zij hierop worden aangesproken in het echte leven. De virtuele identiteit is wel iets stoerder, sexier en ondeugender dan in het echte leven zoals Remco Pijpers al zei: "de adolescenten doen zich net iets blonder voor dan ze in werkelijkheid zijn".

Suggesties voor verder onderzoek

De resultaten uit dit onderzoek kunnen opgevat worden als een eerste verkenning van het onderzoeksveld. De steekproef in dit onderzoek bestond uit lager opgeleiden VMBO leerlingen en zou verder uitgebreid door andere onderzoeksgroepen MAVO/HAVO/VWO in het onderzoek te betrekken. De meting van de reële en de virtuele identiteit van de respondenten is gebaseerd op een geringe steekproef en zou kunnen worden uitgebreid met een grootschaliger onderzoek. Om een duidelijker beeld te krijgen van het concept bricolage en de virtualiteit op profielsites is een intensievere steekproef gewenst.

Literatuurlijst

Boeken

- Anderson, Benedict (1983). *Imagined communities: reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. New York: verso.
- Bogt ter, Tom (2003). *Tijd onthult alles*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam
- Bogt, Ter T., Raaijmakers, Q., Vollebergh, W., Van Wel, F. & Sikkema, P. (2003). Youngsters and their musical taste. Musical styles and taste groups. *Netherlands' Journal of Social Sciences*, 39, 35-52.
- Boomen, van den Marianne (2000). *Leven op het net. De sociale betekenis van virtuele gemeenschappen*. Amsterdam: Instituut voor publiek en politiek.
- Boon, Den Ton & Dirk Geeraerts (2005). *Van dale*. Groot woordenboek van de Nederlandse taal. 14 ed. Utrecht: Lexicografie
- Briggs, Asa & Burke, Peter (2003). *Sociale geschiedenis van de media: van boekdrukkunst tot internet*. Amsterdam: SUN.
- Brake, Micheal (1985). *Comparative youth culture*. 'The sociology of youth cultures and youth Subcultures in America'. Britain and Canada. London.
- Castells, Manuel (1996). *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Castells, Manuel (1997). *The Power of Identity*. London: Blackwell
- Christenson, P.G., & Roberts, D.F. (1998). *It's not only rock 'n Roll: 'Popular Music in the lives of adolescents'*. New Jersey: Hampton Press.
- Clarke e.a., 'Subcultures, Cultures and Class: A theoretical Overview' in: Stuart Hall en Tony Jefferson ed. (1976), *Resistance through rituals*. 'Youth Subcultures in Post-War Britain'. London
- Dieleman, Arjan & Jos van der Lans (1999). *Zelfsturing en sociale betrokkenheid bij jongeren*. Van Gorcum
- Driel, van Hans (2002). *Werk in uitvoering: 'identiteit in een digitale cultuur'*. Delft: Eburon
- Erikson, Homburger Erikson (1902-1994). *Identiteit, jeugd en crisis*. Utrecht; Antwerpen: Het Spectrum.
- Frith, Simon (2004). *Popular music: critical concepts in media and cultural studies*. London [etc.] : Routledge
- Goffman, Erving (1922-1982). *The presentation of self in everyday life*. Woodstock, NY : Overlook Press
- Green, N. (1997). *Beyond being digital: 'representation and virtual corporeality'*. In: D. Holmes (ed.), *Virtual Politics: Identity & Community in Cyberspace*. London: Sage.
- Haan, Jos de & Christian van 't Hof (2006). *Jaarboek ICT en samenleving: De digitale generatie*. Amsterdam: Boom
- d'Haenens, L., C. van Summeren, F. Saeys, en J. Koeman (2004). *Integratie of Identiteit?* Mediamenu's van Turkse en Marokkaanse jongeren'. Amsterdam: Boom.
- Hebdige, Dick (1979). *Subculture: 'The meaning of style'*. London
- Hijmans, E (2000). *Van Yes en dingen die voorbijgaan: Tienermeisjes, interpretatieve repertoires en identiteitsconstructie*. Sociologische gids

- Huysmans, Frank & Haan, Jos de & Broek (2002). *Jongeren en ICT*, Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau
- Huysmans, Frank & Haan, Jos de & Broek, Andries van den (2004). *Achter de schermen: een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*.
- Liston, Robert (1974). *Kijk op mensen*. Rotterdam: Lemniscaat
- McLuhan, Marshall Herbert (1970). *Stroomversnelling: de mens in het elektronisch tijdperk*. Vertaling uit het engels door Wim van Gent, Hilversum
- Mul, J. de & V. Frissen (2000). *Under Construction: 'Persoonlijke en culturele identiteit in het multimediatijdperk'*. Amsterdam: Infodrome.
- Naber, Pauline (1991). *Vriendschap onder jonge vrouwen*. Amersfoort ; Leuven : Acco
- Patterson, Horace Orlando (1967). *The sociology of slavery: 'An analysis of the origins, development and structure of Negro slave society in Jamaica'*. Londen: MacGibbon and Kee
- Richards, Chris (2003). *Teen spirits: 'music and identity in media education*. London: UCL Press
- Rose, Tricia (1994). *Black noise: 'Rap music and black culture in contemporary America*. Hanover'. NH: Wesleyan University Press
- Raviv, A., Bartal, D., Raviv, A., & BenHorin, A. (1996). *Adolescent idolization of pop singers: 'Causes, expressions, and reliance*. Journal of Youth and Adolescence'
- Sanderman, R., Arrindell, W, Ranchor, A, Eysenck, H & Eysenck, S. *Het meten van persoonlijkheidskenmerken met de Eysenck Personality Questionnaire*. Groningen: Rijksuniversiteit.
- Turkle, Sherry (1997). *Life on Screen: 'identity in the age of the Internet'*. New York: Touchstone
- Valkenburg, Patti (2001). *Theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom
- Valkenburg, P., Alexander P. Schouten en Jochen Peter (2005). *Jongeren en hun identiteitsexperimenten op het internet*. Verschenen in 'De digitale generatie' Jaarboek ICT en samenleving (2006). Amsterdam: Boom
- Virilio, Paul (2001). *Information bomb*. Verso Books
- Wijk, Kees van (2000). *De media-explosie: 'trends en issues in massacommunicatie'*. Schoonhoven: Academic Service economie en bedrijfskunde.
- Wells, A. (1990). *Popular music: 'Emotional use and management'*. Journal of Popular Culture, 24, 105-117.

Scripties:

- Goossens, André (1995). *Rebels Without A Pause: Een onderzoek naar de hiphop-cultuur in de Verenigde Staten en Nederland*. Rotterdam: Erasmus Universiteit.
- Nijntjes, Wieteke (2006). *De betekenis van virtuele forumdiscussies voor de identiteitsvorming van Marrokaans-Nederlandse jongeren*. Amsterdam: Vrije Universiteit

- Smidt, Bregtje (2003). *De rol van discussiefora bij de vorming van identiteit: Internet als machtsfactor vrije arena?* Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Internet:

- www.sugababes.nl
- www.superdudes.nl
- <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>
- www.internetsoa.nl
- www.mijnkindonline.nl
- www.planet.nl
- http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/VOLUME02/Bubbling_als_verborgen_p rotest.shtml San, van Marion, 1995
- <http://www.iaspm.nl/Opinie%20NRC.pdf#search=%22vrouwen%20in%20hip hopclips%22>

Online publicaties dr. Albert benschop SocioSite (2005)

- http://www.sociosite.net/index_nl.php
- www.sociosite.org/identiteit.ppt
- www.sociosite.org/vriendenvanvrienden.php
- www.sociosite.org/p2p.php
- www.sociosite.net/cw/colleges/eigenaardigheden.ppt

Bijlagen

Bijlage A1



Eva Diepenbroek
Erasmus Universiteit Rotterdam
Complex Woudestein
Burgemeester Oudlaan 50
3062 PA Rotterdam

Rotterdam, 25-05-2006
T.a.v. Dhr. Jansen

Betreffende: Onderzoek naar jongeren en hun profielsites

Geachte heer Jansen,

Na ons telefonisch onderhoud stuur ik u deze brief met opheldering aangaande het onderzoek. Ik ben een masterstudent 'Media en Journalistiek' aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam. Momenteel schrijf ik een masterthesis over jongeren en hun identiteitsvorming in een digitale cultuur. Dit onderzoek richt zich op het medium internet en inventariseert de receptie van de muziek- en beeldcultuur voor de beleving en betekenisgeving op vier Nederlandse profielsites; happygirls, happyboys, sugababes en superdudes.

De centrale vraag in dit onderzoek luidt: op welke wijze experimenteren adolescenten op het internet met hun identiteit en vormt de hiphopcultuur een inspiratiebron bij het opmaken van een profiel?

Het uitgangspunt van deze scriptie is, dat jongeren bij het maken van hun profiel worden beïnvloed door ideaaltypen, die worden getoond in videoclipps. Graag zou ik op uw school door middel van vragenlijsten en interviews gegevens verzamelen onder jongeren.

Ik heb contact gehad met mevrouw Termote en zij heeft mij uitgenodigd om donderdag 27 april een aantal vragenlijsten uit te delen bij haar in de klas. Eveneens wil ik met een aantal leerlingen dieper op de materie ingaan middels persoonlijke interviews.

Het thesisonderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van de Erasmus Universiteit te Rotterdam. De informatie die tijdens het onderzoek wordt verkregen zal vertrouwelijk blijven. Om dit te verzekeren kan er een vertrouwendocument ondertekend worden door zowel de universiteit als door onderstaande onderzoeker.

Hartelijk dank voor uw medewerking.

Mocht u vragen hebben, dan kunt u mij bereiken via onderstaande gegevens.

Met vriendelijke groet,,

Eva Diepenbroek

Student Media & Journalistiek

Tel: +316-41763643

E-mail: masterthesis@lycos.nl

Bijlage A2 Vragenlijst adolescenten



Jongeren, profielsites en muziekclips

Naam:

Klas:

Leeftijd:

Woonplaats:

Afkomst:

- ☐ Nederlands
- ☐ Antilliaans
- ☐ Marokkaans
- ☐ Kaapverdiaans
- ☐ Turks
- ☐ Surinaams
- ☐ Anders namelijk;

Wat moet je doen?

Omcirkel steeds het antwoord dat bij je past. Het gaat om jouw mening en er is dan ook geen sprake van een 'goed' of 'fout' antwoord. Dit onderzoek is strikt vertrouwelijk wat betekent dat de gegevens die door middel van deze vragenlijst worden verzameld alleen gebruikt worden

voor dit onderzoek. Het invullen van de vragenlijst neemt ongeveer tien minuten van jouw tijd in beslag

Veel succes!

TELEVISIE & MUZIEKCLIPS

2. _____ **Hoeveel tijd besteed je per dag aan televisie kijken?**

- a. Ik kijk nooit televisie
- b. Minder dan een $\frac{1}{2}$ uur per dag
- c. $\frac{1}{2}$ tot 1 uur per dag
- d. 1 tot 2 uur per dag
- e. Langer dan 2 uur per dag

3. _____ **Hoe vaak kijk je naar de muziekzenders TMF/MTV/The box?**

- a. Ik kijk nooit
- b. Minder dan een $\frac{1}{2}$ uur per dag
- c. $\frac{1}{2}$ tot 1 uur per dag
- d. 1 tot 2 uur per dag
- e. Langer dan 2 uur per dag

4. _____ **Waarom kijk je naar muziekvideo's? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- a. Ik kijk om danspasjes te leren
- b. Voor de nieuwste kleding trends
- c. Omdat vrienden ook kijken
- d. Om in de stemming te komen voordat ik uitga
- e. Als ik me verveel
- f. Als achtergrondmuziek
- g. Om mijn idool te zien. Mijn idool is.....
- h. Anders, namelijk.....

5. _____ **Wat is jouw favoriete muziekgenre?**

- a. Pop (top 40, boybands, ballads)
- b. Rock (rock, heavy metal, gothic, punk, alternatief)
- c. Urban (hip-hop, R&B, reggae)
- d. Dance (dance, trance, techno, eurohouse, hardhouse)
- e. Anders namelijk;.....

6. _____ **Naar welk programma('s) op TMF/MTV/TheBox kijk je het meest? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- a. The Lick, MTV iedere woensdag om 16:30 uur
- b. Moccah, The Box
- c. All Access, MTV
- d. The fabulous live of

- e. My own
- f. Anders, namelijk.....

7. _____ **In de videoclipen van mijn idool/idolen zitten personen die...**

- a. Rijk en beroemd zijn
- b. Stoer en gevaarlijk zijn
- c. Mooi en sexy zijn
- d. Lijken op mij en mijn vrienden
- e. Lijken op mij
- f. Niet lijken op mij
- g. Anders namelijk.....

8. _____ **Wat spreekt jou het meest aan in videoclipen?**

- a. Uitstraling van succes
- b. Rijkdom
- c. Kledingstijl van de artiest
- d. Auto's en vrouwen
- e. Anders namelijk.....

9. _____ **Als jij beroemd zou zijn, wie zou je dan willen zijn? (Op de stippellijn een naam invullen)**

- a. Een popartiest namelijk;.....
- b. Een filmster namelijk;.....
- c. Een topsporter namelijk;.....
- d. Een politici namelijk;.....

10. _____ **Kun je hem/haar in vijf woorden omschrijven?**

Omschrijving:.....

HET INTERNET EN PROFIELSITES

11. _____ **Wat doe jij het meest op het internet?**

- a. Gamen
- b. Msn'en
- c. E-mailen
- d. Chatten, in een chatroom geen MSN
- e. Mijn profiel onderhouden
- f. Zomaar surfen
- g. Informatie zoeken

12. _____ **Houd jij een eigen profiel bij, bijvoorbeeld op CU2, Sugababes, Superdudes, TMF ID? (Zoniet ga naar vraag 13)**

- a. Nee nooit gedaan
- b. Nee, niet meer
- c. Ja, soms

d. Ja, regelmatig

13. _____ **Op een gewone dag dat jij aan je profiel werkt, hoeveel tijd besteedt je daar dan aan?**

- a. Minder dan een half uur
- b. Tussen een half uur en een uur
- c. Eén a twee uur
- d. Meer dan twee uur

NU IETS PERSOONLIJKS

14. _____ **Hoe zou jij jezelf omschrijven?**

.....

.....

.....

.....

15. _____ **Op wie lijk je het meest?**

.....

.....

.....

.....

16. _____ **Op wie zou je het liefst willen lijken?**

.....

.....

.....

.....

Heel erg bedankt voor het invullen! Omdat jullie mening voor dit onderzoek erg belangrijk is zou ik graag met een aantal van jullie verder willen praten over muziekclips, profielsites en het internet. Het onderwerp van dit onderzoek is profielsites dus het zou voor mij het leukst zijn wanneer er mensen reageren die in het bezit zijn van een profielsite.

Heb jij een eigen profielsite? Vul dan hieronder je gegevens in:

Naam:

Nickname:

Adres profielsite:

Adres favoriete profielsite:

Klas:

Telefoon:

En ben je bereid om met mij verder te praten?

- a. ja
- b. nee

Bijlage B1 Beoordeling psychologische test

EXTRAVERSIE

Vraag: 1 Ik ben uitbundig en druk Vraag: 7 Ik ben sociaal Vraag: 13 Ik neem graag de leiding Vraag: 19 Ik heb veel energie Vraag: 25 Ik doe vaak dingen die anderen niet durven Vraag: 31 Ik heb een heel druk leven Vraag: 37 Ik heb heel veel vrienden Vraag: 43 Ik ben de gangmaker op feestjes Antwoord:	Score Dimensie Extraversie:
A. Helemaal niet	Score: 1 Punt
B. Een beetje	Score: 2 Punten
C. Nogal	Score: 3 Punten
D. Tamelijk veel	Score: 4 Punten
E. Heel erg	Score: 5 Punten

INTROVERSIE

Vraag: 2 Ik ben graag alleen Vraag: 8 Ik voel me vaak onzeker Vraag: 14 Ik durf risico's te nemen Vraag: 20 Ik heb liever een kleine kring van intieme vrienden dan een groot aantal vrienden en kennissen? Vraag: 26 Ik ben liever op de achtergrond dan op de voorgrond Vraag: 32 Ik hou niet van grote groepen mensen Vraag: 38 Ik val niet op Vraag: 44 In mijn vrije tijd lees ik graag boeken Antwoord:	Score Dimensie Introversie:
A. Helemaal niet	Score: 1 Punt
B. Een beetje	Score: 2 Punten
C. Nogal	Score: 3 Punten
D. Tamelijk veel	Score: 4 Punten
E. Heel erg	Score: 5 Punten

NEUROTICISME

Vraag: 3 Ik ben verlegen Vraag: 9 Ik ben soms verdrietig zonder dat ik weet waarom Vraag: 15 Vraag je je wel eens af of er iemand is die echt om jou geeft? Vraag: 21 Ik voel me vaak eenzaam of triest Vraag: 27 Ik voel me vaak gespannen of zenuwachtig Vraag: 33 Ik voel me vaak minder dan anderen Vraag: 39 Maakt gevoelige muziek veel indruk op jou? Vraag: 45 Denk je vaak na over doodgaan, ziekte, pijn of verdriet? Antwoord:	Score Dimensie Neuroticisme:
A. Helemaal niet	Score: 1 Punt
B. Een beetje	Score: 2 Punten
C. Nogal	Score: 3 Punten
D. Tamelijk veel	Score: 4 Punten
E. Heel erg	Score: 5 Punten

EMOTIONELE STABILITEIT

Vraag: 4 Ik kan goed omgaan met stress Vraag: 10 Ik blijf redelijk rustig als anderen van streek raken Vraag: 16 Ik ben heel tevreden met mijn leven Vraag: 22 Ik huil bijna nooit Vraag: 28 Ik voel me goed Vraag: 34 Ik kan goed met tegenslagen omgaan Vraag: 40 Ik voel me zelden eenzaam of triest Vraag: 46 Ik ben zelden verdrietig of depressief Antwoord:	Score Dimensie Emotionele stabiliteit:
A. Helemaal niet	Score: 1 Punt
B. Een beetje	Score: 2 Punten
C. Nogal	Score: 3 Punten
D. Tamelijk veel	Score: 4 Punten
E. Heel erg	Score: 5 Punten

PSYCHOTICISME

Vraag: 5 Ik ben graag alleen Vraag: 11 Anderen vinden mij arrogant Vraag: 17 Ik denk alleen maar aan mezelf Vraag: 23 Ik doe vaak dingen zonder erbij na te denken Vraag: 30 Ik irriteer me aan anderen Vraag: 35 Als je iets kwijt bent... Vraag: 42 Ik ben snel op mijn teentjes getrapt Vraag: 47 Ik hou niet zo erg van mensen Antwoord:	Score Dimensie Psychoticisme:
A. Helemaal niet	Score: 1 Punt
B. Een beetje	Score: 2 Punten
C. Nogal	Score: 3 Punten
D. Tamelijk veel	Score: 4 Punten
E. Heel erg	Score: 5 Punten

CONSCIËNTIEUSHEID

Vraag: 6 Ik ben erg netjes en opruimerig Vraag: 12 Ik werk hard om mijn doel te bereiken Vraag: 18 Ik volg graag adviezen van anderen op Vraag: 24 Ik hou van orde en structuur Vraag: 29 Ik hou niet van rommel Vraag: 36 Ik denk alleen maar aan mezelf Vraag: 41 Ben je snel afgeleid? Vraag: 48 Ik vind het moeilijk om mijn mening te geven Antwoord:	Score Dimensie Consciëntieusheid:
A. Helemaal niet	Score: 1 Punt
B. Een beetje	Score: 2 Punten
C. Nogal	Score: 3 Punten
D. Tamelijk veel	Score: 4 Punten
E. Heel erg	Score: 5 Punten

*****EINDE*****