



ENJOY RIGHT NOW

Het spanningsveld tussen nieuwe media en de kernwaarden van clubcultuur

Beau Louisse

7 april 2015

Master Kunst- & cultuurwetenschappen

Radboud Universiteit Nijmegen

Abstract

Enjoy Right Now. The field of tension between new media and the core values of club culture.

Recently more and more clubs started to ban smartphones and cameras from their dancefloors. The club scene is divided in two sides: one that happily uses club photography and aftermovies as marketing for their events and another that wishes to ban all wearable technology. That gave rise to the suspicion that new media clash with elements of the clubbing ideology. This study therefore examines how new media create a field of tension between the core values of club culture and the practice on the dancefloor. It analyses how core values such as freedom, escapism, collectivity, and hedonism fit within the media saturated club environment and how new media influence the functioning of club culture. Finally, there will be explored how new technologies have possibly influenced the core values of club culture. The research focuses on clubs and festivals in the Benelux and Germany (Berlin) between 2010 and 2014. The new media that are being examined are mainly smartphones, digital cameras, social media and websites.

Statements made in the media by clubbing insiders such as clubbers, organizers, dj's, and other club culture affiliates are analyzed in order to map out how new media are being used in club culture and also how they affect the dance scene. Editorials by websites on electronic music and dance culture make up another important part of the primary sources. These materials are being interpreted on the basis of media and club theory.

The study reveals that new media cause a field of tension between the core values of club culture and their practice on the dancefloor, because new media prevent or hamper manifestations of the core values. Even though they are becoming more and more difficult to come into being, clubbers keep attaching importance to values as freedom, escapism, collectivity, and hedonism.

Inhoudsopgave

Introductie.....	3
1. Clubcultuur van woonkamer tot volwassen scene.....	10
2. Afscheiding. De smartphone en de 'oceanic experience'	18
3. Vrijheid. Camera's, sociale media en de club als 'space of play'	27
4. Identiteit. 'Doing being a clubber' op sociale media.....	39
6. Conclusie	53
7. Bibliografie.....	59



Figuur 1.1

Introductie

Het bovenstaande bord hangt bij de ingang van de Berlijnse technoclub Berghain. De typografie en meertalige vermelding van het fotografieverbod verwijzen naar Checkpoint Charlie, de beroemde grenscontrolepost tussen Oost- en West-Berlijn. Daar stond een soortgelijk bord dat reizigers erop attendeerde dat ze de Amerikaanse sector van de stad verlieten. Een weloverwogen verwijzing, want Berghain doet er alles aan om zichzelf te positioneren als een alternatieve realiteit. Bezoekers moeten het idee krijgen dat ze een andere wereld binnenstappen. De tactiek is succesvol, de drempel van Berlijns bekendste technoclub wordt door bezoekers inderdaad vaak als grensovergang ervaren. Bij het betreden van Berghain is het echter niet de Amerikaanse sector die bezoekers verlaten, maar hun alledaagse leven.

Berghains verbod op fotografie is berucht. Op internet circuleren veel verontwaardigde verhalen van bezoekers die na het maken van een foto door de strenge portiers de club werden uitgezet.¹ Er doen zelfs geruchten de ronde dat mensen na het maken van een foto door andere bezoekers in elkaar zijn geslagen. Naast het verbod op fotografie is de club recentelijk begonnen met het verbieden van smartphones. Bij een bezoek aan Berghain in mei 2014 kreeg ik bij binnenkomst een stempel met de tekst 'No phones on our dancefloor!!' op mijn arm. De lenzen van

¹ Cole. (27-06-2014).

cameratelefoons worden daarnaast sinds oktober 2014 bij binnenkomst met een sticker beplakt zodat het fotografieverbod nog strikter wordt nageleefd.²

Er lijkt sprake van een heuse trend. Naast Berghain hebben veel andere Berlijnse clubs, bijvoorbeeld Sisyphos en de inmiddels gesloten Kater Holzig, ook een fotografieverbod. Officiële regelgeving zoals het rookverbod negeren deze clubs, maar hun eigen regels over fotografie worden strikt nageleefd. Wanneer een portier je betrapt op het maken van een gezellige groepsfoto word je onmiddellijk naar huis gestuurd. Ook buiten Berlijn kiezen clubs er steeds vaker voor om fotografie te verbieden. De Amsterdamse club Trouw maakte in 2013 bekend vanaf het daaropvolgende jaar (en tevens laatste jaar van de tijdelijke club) het maken van foto's te verbieden en smartphonegebruik te gaan ontmoedigen. Het Poolse festival Unsound kwam in dat jaar eveneens met een verbod op fotografie, net als de New Yorkse clubs Le Baron, No. 8, Sankeys en Output die besloten camera's niet langer te dulden in hun pand.³ De Londense club Fabric deed in oktober 2014 voor een avond een soortgelijke oproep aan zijn bezoekers: "turn phones off and the rave on".⁴ Zelfs het poppodium Doornroosje doet in Nijmegen mee aan de kruistocht tegen mediagebruik. Voorafgaand aan een 24 uur durend afscheidsfeest van de oude locatie in juli 2014 schrijft de organisatie op de website: "Om de sfeer in onze club te bevorderen, zien wij het liefst zo min mogelijk telefoons op de dansvloer. Daarom adviseren wij iedereen om de telefoon/camera weg te stoppen en vol van het moment te genieten."⁵ Niet alleen clubs volgen elkaar in rap tempo op met het instellen van regels, ook de dj's nemen het heft in eigen handen. De Amerikaanse techno-dj DVS1, die veelvuldig in Europese clubs draait, verspreidt in september 2014 via zijn sociale media en de website van zijn platenlabel Hush posters met de tekst "Enjoy right now. No pictures, no video, no phones".⁶ "Grab it, use it, spread it...", zegt hij bij het delen van de posters, hopen dat zijn bijna 65.000 Facebook-likers zich ook gaan inzetten voor een telefoon- en cameravrije dansvloer.⁷

De Volkskrant plaatst de telefoon- en fotoverboden in een bredere maatschappelijke ontwikkeling. Journalist Sjoerd Huismans noemt de club Trouw met zijn fotobeleid een exponent van een wereldwijde trend.⁸ Restaurants geven korting wanneer klanten hun smartphone weggestopt houden, Franse chef-koks winden zich op over hun culinaire kunstwerkjes die op Instagram verschijnen en artiesten als Prince, Björk, Beyoncé en Jack White vragen het publiek hun concerten niet door de lens van een telefoon of camera te ervaren.

Hoewel de trend zich ook buiten de clubmuren manifesteert, zijn camera- en telefoonverboden daar wel het meest interessant vanwege de grote contrasten tussen clubs. Bij het overgrote deel van alle clubs ontbreekt een mediabeleid en zijn er geen specifieke regels over het gebruik van telefoons en camera's. Sterker nog, op veel plekken lijkt het motto 'hoe meer media, hoe beter'. Tegenover het verbod op fotografie bij Berghain en Trouw staan duizenden clubs en dancefeesten met vaste partyfotografen die honderden foto's maken. Festivals als Tomorrowland maken aftermovies van maar liefst 33 minuten, flitsende filmpjes die de sfeer en hoogtepunten van het festival tonen. De Tomorrowland-aftermovie van 2013 is al 77 miljoen keer bekeken en deze vrolijke opnames van feestende mensen hebben er ongetwijfeld toe bijgedragen dat er maar liefst 360.000 festivalgangers aanwezig waren bij de editie van 2014.

² Zwerenz. (2014).

³ Fintoni. (30-08-2013), Gray. (31-12-2013), Willett. (03-01-2014).

⁴ Fabriclondon. (17-10-2014).

⁵ Doornroosje. (04-07-2014).

⁶ DVS1. (2014).

⁷ DVS1. (18-09-2014).

⁸ Huismans. (01-05-2014).

Ook de zomerhit '#SELFIE', een danceplaat van het Amerikaanse DJ duo The Chainsmokers, maakt duidelijk dat in de meeste gevallen camera's en telefoons echt niet meer uit de clubomgeving kunnen worden weggedacht. Tussen de pompende beats door is te horen hoe een meisje in een club tegen haar vriendinnen zegt:

Can you guys help me pick a filter?
I don't know if I should go with XX Pro or Valencia
I wanna look tan
What should my caption be?
I want it to be clever
How about "Livin' with my bitches, hash tag LIVE"
I only got 10 likes in the last 5 minutes
Do you think I should take it down?
Let me take another selfie⁹

Het nummer is typerend voor het huidige mediagebruik in clubs. Door zijn persiflerende karakter maakt het nummer duidelijk hoe sommige mensen hun uitgaansavond doorbrengen met chatten, het maken van foto's, het bedenken van gevatte onderschriften en het monitoren van het aantal likes dat ze ontvangen, maar ook dat er een groep bestaat die dit gedrag afkeurt.

Er is een opvallend sterk contrast tussen clubs met een *zero tolerance*-beleid voor camera's en feesten waarvan elk moment op foto en film wordt vastgelegd. Het is een tweedeling binnen de clubcultuur waarbij elke kant zijn eigen opvattingen lijkt te hebben over clubcultuur en wat een goed feest is. Onder clubcultuur versta ik de manier waarop clubbezoekers, maar ook feestorganisatoren en dj's, zich als groep gedragen en samen een subcultuur, gemeenschap, tribe of publiek vormen. Het draait daarbij om sociale verhoudingen, maar ook om gedrag, tradities, normen en waarden. Er is niet één clubcultuur, maar er zijn ontzettend veel aparte groepen en (sub)culturen die onderling met elkaar in verbinding staan. Deze groepen zijn *taste cultures*. Ze bestaan uit mensen die zich met elkaar identificeren op basis van een gedeelde muzieksmaak, mediaconsumptie en een genegenheid tegenover mensen met eenzelfde smaak of stijl.¹⁰ Clubculturen zijn in de woorden van socioloog Sarah Thornton "*ad hoc* communities with fluid boundaries which may come together and dissolve in a single summer or endure for a few years."¹¹

Toch zit er onder al die fluïde, trendgevoelige culturen een kern aan principes en overtuigingen. Er is een bepaalde basis van waarden die ten grondslag ligt aan al die verschillende dance-subgenres en alle dance-subculturen. Volgens Arne van Terphoven en Toon Beemsterboer zijn het:

als het ware kinderen van dezelfde moeder, met dezelfde karaktertrekken, normen en waarden: vrijheid, hedonisme, collectiviteit en een vleugje escapisme. Hoe verschillend ook, op alle feesten hangt een vriendelijke sfeer met als doel een avond dansend te ontsnappen aan de druk van de gejaagde, moderne samenleving.¹²

⁹ The Chainsmokers. (29-01-2014).

¹⁰ Thornton. (1995): 3.

¹¹ Ibid.

¹² Van Terphoven & Beemsterboer. (2004): 48.

Diezelfde begrippen: vrijheid, hedonisme, collectiviteit en escapisme, maar ook bevrijding, transgressie, eenheid, extase, respect en andere synoniemen en hyperoniemen van zulke begrippen komen in haast alle theoretische teksten over clubs en clubculturen naar voren.¹³

De scherpe tegenstellingen, meningsverschillen en debatten binnen clubcultuur naar aanleiding van nieuwe media zijn veel heftiger dan elders. Dat doet vermoeden dat nieuwe media botsen met bepaalde ideologieën binnen clubcultuur. In deze thesis wordt daarom onderzocht hoe nieuwe media een spanningsveld creëren tussen de kernwaarden van clubcultuur en de praktijk op de dansvloer. Aan de hand van die onderzoeksvraag worden de recente ontwikkelingen door nieuwe mediagebruik in en omtrent clubs in kaart gebracht en geanalyseerd. Er is aandacht voor hoe de kernwaarden aansluiten op de eigentijdse clubervaring door te toetsen in hoeverre camera's en smartphones de sfeer in de club bepalen. Daarnaast wordt er gekeken naar de manier waarop nieuwe media het functioneren van clubcultuur beïnvloeden. Media hebben altijd een centrale rol gespeeld in clubcultuur, dus wat betekent het gebruik van sociale media en websites voor de dancescene? Verder wordt onderzocht of nieuwe media misschien ook de inhoud van de kernwaarden hebben bijgesteld.

Een alom bekende uitspraak van Marshall McLuhan luidt: "the medium is the message".¹⁴ Elk nieuw medium krijgt niet alleen een andere inhoud dan zijn voorgangers, maar elk nieuw medium verandert de gehele maatschappij en de mens zelf. Dit onderzoek probeert dan ook te achterhalen hoe nieuwe media clubcultuur heeft veranderd. Het discours over nieuwe media en clubcultuur staat daarbij centraal. Er is veel aandacht voor wat er in de media wordt gezegd en geschreven. Aan de hand van primair bronmateriaal wordt geprobeerd een overzicht te schetsen van de verschillende partijen binnen deze discussie en om hun standpunt over nieuwe media te ontwaren en duiden.

Naast het gebruik van nieuwe media is er nog een andere ontwikkeling die clubcultuur momenteel een interessant onderzoeksgebied maakt: de mainstreaming van het dancegenre. In 2014 was dance vijftientig jaar in Nederland en in die tijd is house van een undergroundfenomeen uitgroeid tot het containerbegrip dance.¹⁵ "De letterlijke kroon op deze verdancing is het optreden van Armin van Buuren met het Koninklijk Concertgebouworkest tijdens de kroning van Willem-Alexander op 30 april 2013", stelt cultuurwetenschapper Victor Coral.¹⁶ Maar er zijn ook harde feiten: dance werd als creatieve sector in 2013 officieel onderdeel van het topsectorenbeleid, en is nu een van de acht belangrijkste economische pijlers waar de Nederlandse overheid zich op richt.¹⁷ Bovendien komt maar liefst veertig procent van de bezoekers van poppodia tegenwoordig voor een dance-act.¹⁸

Er is nog amper theorie rondom de verhoudingen tussen clubcultuur en nieuwe media. Clubtheoretici als Sarah Thornton schreven eerder wel over de verhoudingen tussen media en clubbers, maar daarbij is er nog veel aandacht voor enerzijds traditionele massamedia als kranten en tv en anderzijds nichemediamedia als flyers en fanzines. Smartphones, digitale camera's en sociale media hebben het medialandschap drastisch veranderd en vervagen bijvoorbeeld het onderscheid tussen massamedia en nichemediamedia. Dit onderzoek wil ook toetsen of en hoe die theorie nog toepasbaar is op het heden.

¹³ Rief. (2009), Malbon. (1999), Thornton. (1995) O'Grady. (2012), Garcia. (28-01-2014), Elliott. (2004), Olaveson. (2004), Rapp. (2009), Rill. (2006).

¹⁴ McLuhan. (1964).

¹⁵ Coral. (2013): 561.

¹⁶ Coral. (2013): 562.

¹⁷ Hoorntje. (2013): 527.

¹⁸ Hoorntje. (2013): 530.

Het onderzoek is gericht op evenementen in de Benelux en Duitsland (Berlijn). Over de daar gelegen clubs wordt in de media, maar ook door bezoekers, veel geschreven. Clubs als Berghain – voor velen de beste club ter wereld – en Trouw worden door zowel elektronische muziekmedia, als massamedia (kranten en tijdschriften) besproken. Trouw was vooral vanwege zijn sluiting op 3 januari 2015 een veelbesproken club het voorgaande jaar, waarbij ook de oprichters en werknemers vaak aan het woord kwamen. Het Belgische Tomorrowland is een van de grootste en bekendste dancefestivals van Europa en maakte faam met zijn bijzondere aftermovies. De keuze is echter ook vanwege praktische redenen gemaakt: clubs in Nederland en Berlijn kon ik voorafgaand en gedurende dit onderzoek zelf bezoeken waardoor ik niet alleen op recensies en ervaringen van anderen hoefde te vertrouwen.

De periode die wordt onderzocht is 2010 tot en met 2014. Voor die tijd waren nieuwe media nog niet zo omvangrijk en alom aanwezig. De eerste Iphone – de smartphone gericht op het grote publiek – kwam uit in 2007. Daarna duurde het enkele jaren totdat nagenoeg alle jongeren in clubs in het bezit zijn van een smartphone, zoals tegenwoordig het geval is. Cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek wijzen uit dat in 2013 maar liefst 96 procent van alle 15 tot 25 jarigen in het bezit was van een telefoon met internetverbinding. In 2006 was dat nog slechts 26 procent.¹⁹ Digitale camera's werden vanaf 2000 in gebruik genomen door professionele fotografen en in 2003 kwam de eerste digitale spiegelreflex voor consumenten op de markt, de Canon EOS 300D, de eerste camera in zijn soort die minder dan 1000 euro kostte.²⁰ De digitale camera en smartphone hebben dus pas een decennium geleden voor het eerst hun weg naar de dansvloer gevonden. Veel van de applicaties die op mobiele telefoons worden gebruikt zijn zelfs nog veel jonger. Instagram, het sociale medium voor fotografie waarover wordt gepraat in 'SELFIE', is bijvoorbeeld pas in 2010 op de markt gekomen.²¹

Methode

Om grip te krijgen op de inzet van nieuwe media binnen clubcultuur en de invloed die deze nieuwe media hebben op de kernwaarden van clubcultuur is de belangrijkste onderzoeksmethode analyse van media-uitingen door clubbers, organisatoren, dj's en andere clubcultuurinsiders. Het primaire materiaal omvat interviews, feestaankondigingen, open brieven, blogposts en dergelijke om inzicht te krijgen in de meningen en beweegredenen van de verschillende partijen binnen clubcultuur. Dit primair materiaal zal vervolgens met behulp van media- en clubtheorie worden geduid om te onderzoeken hoe clubcultuur reageert op de nieuwe media en erdoor wordt beïnvloed. Ook artikelen van websites over elektronische muziek en dancecultuur, bijvoorbeeld *Noisey*, *Thump*, *Vice* en *DJBroadcast*, komen veel aan bod. Deze websites plaatsen regelmatig artikelen over het mediagebruik van feestbezoekers of de media-uitingen van organisaties. Deze websites zijn echter niet volledig representatief voor het geheel aan media dat zich bezighoudt met berichtgeving omtrent dancecultuur. Hun doelgroep bestaat uit relatief hoogopgeleide jongeren met een voorkeur voor house en technomuziek. Bronnen die zich richten op publiek uit andere bevolkingsgroepen met een andere muziekvoorkeur zijn wel voorhanden, maar deze berichten zelden tot nooit op inhoudelijke wijze over de rol die media spelen binnen dancecultuur.

¹⁹ Centraal Bureau voor de Statistiek. (16-04-2014).

²⁰ De Castella. (12-01-2012).

²¹ Instagram. (2014).

Begrippen

Het begrip media omvat volgens mediatheoreticus Arjen Mulder de harde muziek die op een feest gedraaid wordt, de lichtshows, de rookmachine en lasers.²² Deze zullen in deze thesis echter niet als zodanig worden opgevat, maar eerder als onmisbare ingrediënten van een dancefeest en clubavond. Digitale (film)camera's en smartphones zijn de voornaamste nieuwe media die worden onderzocht, omdat het de meest voorkomende apparaten zijn die mensen op een feest bij zich hebben en gebruiken. Er wordt ook gekeken naar websites en sociale netwerksites. Veel van de foto's die in clubs worden gemaakt belanden namelijk op Facebook, Instagram of Twitter. Bovendien is de kans groot dat wanneer bezoekers op de dansvloer naar hun telefoon staren, ze Facebook op hun scherm hebben geopend. Er is verder aandacht voor een aantal nieuwe technologieën die steeds vaker hun intrede doen in de club, zoals speciale smartphone-applicaties en RFID-technologie.

Het begrip club wordt in dit onderzoek breed opgevat. Naast clubs zullen ook festivals en raves worden meegenomen als casus. Ten eerste omdat daar een soortgelijke ontwikkeling plaatsvindt als bij clubs: veel festivals hanteren ook een verbod op fotografie of zien liever geen smartphones op hun feestterrein. Daarnaast worden deze feesten vanwege praktische redenen meegenomen. Onder de theoretici die worden aangehaald heerst onenigheid over de definitie van begrippen als club en rave. Bryan Rill omschrijft een rave als "an all night dance part hosted in either clubs or remote warehouses", terwijl het onderscheid tussen clubbezoekers en ravers juist een belangrijk punt van onderzoek is in *Antenne 2013*, een jaarlijkse verkenning van het middelengebruik in Amsterdam waarbij ook veel aandacht is voor het uitgaansleven.²³ Sarah Thornton schrijft daarentegen over raves als de "eighties offshoot" van danceclubs.²⁴ Voor deze thesis zal ik de brede definitie van clubs en clubben aanhouden die sociologe Silvia Rief geeft:

Clubbing may refer to dance and music events in nightclubs of variable sizes and capacities (up to several thousand); to going out in smaller, hybrid venues that integrate eating, drinking, socializing and dancing in one place; to dances in venues previously designated as discoteques; or to open air parties and festivals in the open countryside, on beaches or in the mountains.²⁵

Clubs worden in dit onderzoek gedefinieerd als vaste dancefeestlocaties waar meestal elk weekend feesten worden georganiseerd. Festivals vinden minder frequent plaats, het zijn veelal jaarlijks terugkerende een- of meerdaagse evenementen die plaatsvinden in de buitenlucht. Op verschillende podia is muziek te horen en bezoekers overnachten bij meerdaagse evenementen op een bijbehorend campingterrein. Raves worden veel spontaner georganiseerd, bezoekers ontvangen vaak pas een uur voor aanvang van het feest de precieze locatie via een sms-bericht of moeten die informatie achterhalen door naar een voicemail te bellen. Die geheimzinnigheid is een gevolg van het illegale karakter van raves, ze vinden plaats in de natuur of leegstaande panden zonder dat daarvoor de vereiste vergunningen zijn geregeld. Tegenwoordig heeft rave zich echter tot modeterm ontwikkeld die door commerciële evenementen en festivals wordt gebruikt.

Qua muziek beperkt het onderzoek zich tot locaties en feesten waar elektronische dancemuziek wordt gedraaid. Dance is inmiddels een paraplueterm geworden waar tientallen, zo niet honderden verschillende subgenres onder kunnen worden geschaard. De meeste festivals en clubs in deze thesis komen uit het techno- en housedeel van het spectrum.

²² Mulder. (2000): 72-73.

²³ Nabben, Benschop & Korf. (2014): 648.

²⁴ Thornton. (1995): 3.

²⁵ Rief. (2009): 3.

Opbouw

Het onderzoek is opgebouwd uit vier hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk geeft een kort overzicht van het ontstaan van clubs, de dancescene en clubcultuur. De kernwaarden van clubcultuur komen al vroeg in de ontstaansgeschiedenis duidelijk naar voren. De club als vrijhaven, escapisme en eenheid op de dansvloer zijn allemaal te herleiden tot de jaren zeventig als de clubcultuur zich vanuit de zwarte LGBT-scene ontwikkelt. Daarnaast wordt kort toegelicht hoe clubcultuur zich vanuit de VS naar Engeland heeft uitgebreid en hoe uit de Amerikaanse en Britse invloeden vervolgens de Nederlandse en Duitse dancescene werd gevormd.

De verdere hoofdstukken richten zich op de specifieke kernwaarden van clubcultuur aan de hand van drie hoofdthema's: afscheiding, vrijheid en identiteit. Hoofdstuk twee onderzoekt de afscheiding tussen het feest en de buitenwereld. Deze afbakening dient als randvoorwaarde voor het tot uiting komen van de overige kernwaarden. Clubs positioneren zichzelf als een alternatieve realiteit om een gevoel van vrijheid en escapisme te bevorderen. Er wordt omschreven hoe clubs die afscheiding opwerpen om zichzelf als 'speciaal' en onalledaags te markeren en hoe smartphones dat vervolgens tenietdoen. Met behulp van het concept 'hybrid space' wordt geduid hoe draagbare technologie de relatie met de ruimte om ons heen veranderd. Aan de hand van theorie over 'absent presence' en 'alone togetherness' wordt beredeneerd waarom diezelfde technologie ook onze relatie met de mensen om ons heen verandert.

Vrijheid is het onderwerp van het derde hoofdstuk. Wat doen nieuwe media met het functioneren van de club als vrijhaven? Alice O'Grady's omschrijving van het feest als 'space of play' en Hakim Beys temporair autonome zone dienen als theoretisch uitgangspunt voor het belang van vrijheid in de club. Daarna wordt de invloed van controle middels regelgeving en RFID-technologie op de vrijheid en autonomie van de club getoetst. Met behulp van het begrip participatoir panopticon wordt vervolgens beargumenteerd hoe de alom aanwezigheid van cameratelefoons zorgt voor een indringende sociale controle.

Het laatste hoofdstuk beantwoordt de vraag hoe nieuwe media worden ingezet om een clubbing-identiteit te tonen. Sociale media zijn het ideale platform voor het weergeven van subcultureel kapitaal. Met die term, gebaseerd op het cultureel kapitaal van Pierre Bourdieu, omschrijft Sarah Thornton hipheid die alleen kan worden herkend door anderen die ook 'in the know' zijn.²⁶ Media zijn cruciaal voor de definiëring en verspreiding van subcultureel kapitaal en dat maakt het interessant om te analyseren wat er gebeurt met subcultureel kapitaal nu het medialandschap zo drastisch is veranderd.

²⁶ Thornton. (1995): 11.

1. Clubcultuur van woonkamer tot volwassen scene

“Dance is een soort Coca-Cola geworden” vertelt Ap Reinders, opsteller van het *Dance-onomics* rapport, aan *NRC.Next*.²⁷ Uit dat rapport uit 2012 blijkt dat er in Nederland alleen al ongeveer drie miljoen danceliefhebbers zijn. Dance is een belangrijk Nederlands exportproduct geworden: het economische belang is van 488 miljoen euro in 2002 gegroeid naar 587 miljoen euro in 2012. Volgens *NRC.Next* is die groei te danken aan een explosieve stijging in het aantal festivals in Nederland en het aantal optredens van dj’s in het buitenland. “De echte grootverdiener van de Nederlandse dance is Tijs Verwest alias dj Tiësto”, bericht het dagblad.²⁸ Forbes schatte zijn inkomen over 2011 op 23 miljoen dollar. Dat maakt de dj nummer 73 in de lijst met best betaalde beroemdheden, hij stond een paar plekken onder Brad Pitt (25 miljoen dollar) en vlak voor Angelina Jolie (20 miljoen dollar). De conclusie luidt dat dance in de periode van 2002 tot 2012 mainstream is geworden. Niet alleen in Nederland, maar ook in de VS waar EDM (electronic dance music) sinds 2010 een grote hype is.

Dance is echter meer dan alleen een miljoenenindustrie, het is ook een cultuur. Die cultuur wordt tegenwoordig onder druk gezet door zowel zijn groei en financiële succes, als nieuwe media. Om het spanningsveld tussen de kernwaarden van de clubcultuur en nieuwe media te duiden is het belangrijk te begrijpen hoe de clubcultuur tot stand is gekomen en hoe de bijbehorende waarden zijn ontstaan. Luis-Manuel Garcia betoogt dat de wortels van clubcultuur in de zwarte LGBT-scene van groot belang zijn. Begrippen als vrijheid, escapisme en hedonisme stonden daar al centraal voordat de eerste echte houseplaten werden geproduceerd. Sarah Thornton toont aan dat die waarden ook in Engeland – waar de clubbers heteroseksueel, blank en *working class* zijn – overeind zijn gebleven. Daarnaast benadrukt Thornton het belang van de spanning tussen de ‘underground’ clubscene en de mainstream. Ten slotte wordt beschreven hoe house ook Nederland en Duitsland veroverde, de landen waar de meeste gebruikte casussen gevestigd zijn.

De roots van clubcultuur in de queers-of-color-scene

De ontwikkeling van de eerste clubmuziekgenres – disco, techno, house en garage – vindt plaats in de Amerikaanse steden Detroit, Chicago en New York.²⁹ De scenes in deze drie steden hebben in de jaren zeventig als grootste overeenkomst dat ze allemaal uit voornamelijk zwarte – en in New York deels hispanic – mannen bestaan. In New York en Chicago waren de grondleggers van dance bovendien overwegend homoseksueel. Er was – in het VS van de seventies – sprake van dubbele sociale uitsluiting: deze groepen hadden te maken met zowel racisme als homofobe sentimenten. Vandaar dat etnomusicoloog Luis-Manuel Garcia het ontstaan van de New Yorkse scene als volgt omschrijft:

queers of color (primarily of African-American and Latin-Caribbean ancestry) and many straight-but-not-narrow allies came together to create small pockets of space in the city's harsh urban landscape—spaces where they could be safe, be themselves, be someone else for a while, and be with others in ways not permitted in the "normal" everyday world.³⁰

Uit die cultuur van besloten feesten in huiskamers en kelders groeide het discogenre dat langzaam Amerika veroverde. Disco, wat Simon Reynolds nog niet tot de elektronische muziek rekent, wordt

²⁷ Reinders geciteerd in Hoorntje. (11-10-2013).

²⁸ Hoorntje. (11-10-2013).

²⁹ Reynolds. (1998).

³⁰ Garcia. (28-01-2014).

snel populair en wint terrein op de radio en in hitlijsten.³¹ Toch is het niet onomstreden. Er ontstaat een groot kamp dat zich onder de leus 'disco sucks' tegen het genre verzet. Hoewel disco de verbinding met zijn queer, zwarte en latino roots steeds verder verliest, vergeten disco-
tegenstanders de seksuele en raciale origine van het genre niet. De slogan 'disco sucks' die tegenstanders op t-shirts, bumperstickers en buttons dragen is niet simpelweg een metafoor: "it was a direct reference to cock-sucking, aiming a half-spoken homophobic slur at disco and its fans", zo schrijft Garcia.³² Blanke rockers vinden de muziek artificieel, maar ook een deel van de zwarte gemeenschap verwerpt het genre als "a soul-less, mechanic travesty of da funk".³³ In 1979 bereikt het verzet een hoogtepunt met de 'Disco Demolition Derby' in Chicago.³⁴ In de rust van een honkbalwedstrijd worden meer dan 100.000 platen tot explosie gebracht. Na deze explosie – die erg aan de naziboekverbrandingen doet denken – bestormen toeschouwers massaal het veld en ontstaan er rellen.

Na de Disco Demolition Night komt er snel een einde aan de populariteit van de muziek, maar disco sterft niet uit. Disco gaat weer underground als onderdeel van de queer dancescene. Nieuwe platen blijven echter uit en dus moeten dj's in Chicago het bestaande materiaal tot iets nieuws omvormen. Ze knippen, mixen, monteren en laten platen in elkaar overlopen om een nieuw geluid te vormen. Die sound wordt Chicago house. "House didn't just resurrect disco", schrijft Reynolds, "it mutated the form, intensifying the very aspects of the music that most offended white rockers and black funkateers: the rootlessness, the 'depraved' hypersexuality and 'decadent' druggy hedonism."³⁵

De naam house verwijst naar de legendarische club The Warehouse, gevestigd in een voormalige fabriek. Ongeveer tweeduizend voornamelijk zwarte en homoseksuele hedonisten kwamen daar samen om van zaterdagavond tot zondagmiddag te dansen. De sfeer was intens, net als in The Power Plant en The Music Box, twee clubs die The Warehouse in Chicago opvolgden. Chicago house ging hand in hand met stimulerende middelen en hallucinogenen. Joints, poppers, cocaïne, LSD, er werden allerlei verschillende drugs geconsumeerd om langer en intenser te kunnen feesten. "In house, there's a divide between finding yourself (through becoming a member of the house) and losing yourself (in solipsistic hallucinatory bliss)", schrijft Reynolds over de kern van de Chicago housescene.³⁶ Deze tegenstrijdigheden in house – jezelf vinden en jezelf verliezen, zelfexpressie en de controle kwijtraken – past bij de spanningen in de homocultuur stelt hij. Daar is enerzijds een discours van trots, eenheid en gemeenschappelijk verzet en anderzijds de hardcore erotische principes van onpersoonlijke seksuele contacten, 'afwijkende' gewoontes en drugs. Zo beïnvloedt de gayscene de invulling van de kernwaarden van clubcultuur.

De Chicago house scene valt in 1988 langzaam uit elkaar en dj's vertrekken naar Europa of New York. In New York wordt de sfeer gekenmerkt door "a bacchanalian fervour fuelled by acid, amphetamine and the Ecstasy-like downer Quaalude."³⁷ Hoewel de sfeer overeenkomt met die in Chicago, verschillen de steden in muziekstijl. In New York wordt garage gedraaid, een genre dat eveneens is voortgekomen uit de disco-underground van de jaren zeventig. De naam garage verwijst net als house naar de plaats waar de muziek wordt gedraaid: de Paradise Garage. Die club is gevestigd in een parkeergarage voor trucks in SoHo en opent in 1977. John Loia, een vaste bezoeker,

³¹ Reynolds. (1998).

³² Garcia. (28-01-2014).

³³ Reynolds. (1998): 19.

³⁴ Reynolds. (1998).

³⁵ Reynolds. (1998): 19.

³⁶ Reynolds. (1998): 26.

³⁷ Reynolds. (1998): 34.

beschrijft de Paradise Garage als zowel heidens als geestelijk.³⁸ Veel bezoekers beschouwen de Garage als hun kerk, zulke religieuze verwijzingen komen in die tijd ook bij andere clubs voor. Vaste gasten noemen de club The Gallery gekscherend ‘Saturday Mass’ en Salvation was zelfs vormgegeven als kathedraal. Deze verwijzingen naar religie – die ook tegenwoordig nog te vinden zijn – worden gebruikt om eenheid binnen de scene te creëren en symboliseren. De clubs functioneren tenslotte als een soort kerk: het zijn toevluchtsoorden waar mensen gelijkgestemden kunnen ontmoeten. In The Warehouse en Paradise Garage kunnen mensen het racisme en de homofobie uit hun dagelijks leven ontluchten. Clubbers kunnen even zichzelf zijn daar. Het hedonistische gedrag in deze clubs, zoals het drugsgebruik, komt voort uit de drang om te ontsnappen. In het weekend kwam iedereen samen op de dansvloer als familie. Iedereen was *member of the house*, samen tegen de rest van de wereld.

Distinctie en totaalervaringen

Ook in Europa duiken vanaf de jaren vijftig en zestig de eerste ‘voorouders’ van de club op. Sarah Thornton schetst de opkomst van clubcultuur in Groot-Brittannië aan de hand van de ontwikkeling van technologieën die het opnemen en afspelen van geluid mogelijk maken. Zonder de uitvinding van de lp had de dancecultuur niet kunnen bestaan, maar lange tijd wordt het luisteren naar een plaat beschouwd als minderwaardig aan het luisteren naar livemuziek. Dat is terug te zien in de namen van feesten. In de vijftiger en zestiger jaren zijn er *record hops*, *disc sessions* en *discotheques*: er wordt nadrukkelijk verwezen naar het gebruik van opnames (records en discs) in plaats van livemuziek.³⁹ In de jaren zeventig raakt de afkorting disco in zwang en een decennium later heten locaties en feesten plots clubs en raves. Vanaf dan moet het worden benadrukt wanneer ergens livemuziek is, in plaats van dat er platen worden gedraaid. De lp is volledig geaccepteerd.

Niet alleen de benaming verandert echter, ook de architectuur van discotheques ontwikkelt zich sterk vanaf de jaren zestig.⁴⁰ De psychedelische look van discotheken in de sixties transformeert in een inrichting met veel verchroomde details, spiegels en discobollen wanneer de klassieke disco opkomt in de jaren zeventig. De spiegels verdwijnen de vroege jaren tachtig om plaats te maken voor sobere zwarte en grijze muren. Later dat decennium komt de decoratie langzaam terug in postmoderne en tribalstijlen. Het rave-tijdperk breekt eind jaren tachtig aan en vanaf dan vinden feesten juist plaats op semi-illegale, onorthodoxe locaties op industrieterreinen en afgelegen plattelandsgebieden. Al deze vernieuwingen zijn bedoeld als verbeteringen, “an adventurous departure into a realm which seemed to have fewer rules and regulation”, in de woorden van Thornton.⁴¹

De vernieuwingen in naam en inrichting waren bedoeld om de omgeving te bevrijden van tradities zoals het Britse klassenstelsel. Toch was deze revolutie niet zonder tegenstrijdigheden: clubs moesten niet alleen democratisch zijn, maar ook avant-garde. “‘Discotheques’, ‘discos’ and ‘clubs’ were all meant to be both exclusive and egalitarian, classless but superior to the mass-market institution that preceded them”, stelt Thornton.⁴² In clubs is zowel het gevoel van gelijkheid en eenheid belangrijk, als het idee een insider te zijn die afwijkt van de massa. Die spanning tussen underground en mainstream is volgens Thornton een van de belangrijkste distincties van clubcultuur.

³⁸ Iozia geciteerd in Reynolds. (1998): 34.

³⁹ Thornton. (1995): 28-29.

⁴⁰ Thornton. (1995): 55.

⁴¹ Ibid.

⁴² Thornton. (1995): 55-56.

Het verschil tussen de hippe wereld van het dancepubliek en de eeuwige, minderwaardige ander (de mainstream) is tekenend voor de scene. Ook bij raves in de jaren tachtig is die tegenstelling tussen gelijkheid en exclusiviteit terug te vinden. Deze evenementen hebben geen deurbelid en iedereen is welkom, “people from all walks of life became one under the hypnotic beat” schrijft Thornton, maar slechts een zeer kleine, specifieke groep wordt überhaupt op de hoogte gesteld van het feest, uitnodigen gaat namelijk via informele kanalen tussen gelijkgestemden.⁴³ Het discours van utopisch egalitarisme wordt dan ook niet op de proef gesteld.

Een andere belangrijke ontwikkeling binnen discotheken in de jaren zestig en zeventig is het creëren van een totale zintuiglijke ervaring, door bezoekers al dan niet geïntensiveerd door alcohol- en drugsgebruik dat vanaf de *disc sessions* gemeengoed was bij dansfeesten van jongeren.⁴⁴ Discotheken ontwikkelen zich tot een totaalomgeving, “where dream and reality are interchangeable and indistinguishable”, volgens George Melly in 1970.⁴⁵ In de hoogstwaarschijnlijk eerste studie naar discotheken uit 1966 schrijft Lucille Hollander Blum over de “delirious sense of freedom” die de dansers ervaren en de “state of complete thoughtlessness” die op de dansvloer wordt bereikt.⁴⁶ Het discotheekbezoek biedt een ontsnapping aan de “present day reality”.⁴⁷ Deze kenmerken zullen menig hedendaags clubber nog altijd bekend in de oren klinken. Mensen bezoeken clubs nog steeds als ontsnapping aan het alledaagse leven. “Club worlds are markedly divorced from the work world outside”, schrijft Thornton. “Door restrictions sharply divide inside from outside, while long corridors, inner doors and stairways create transitional labyrinths. Raves add the pilgrimage, the quest for location, to extend the ritualistic passage.”⁴⁸ Clubs zijn net als het konijnenhol in *Alice in Wonderland* stelt ze: allebei brengen ze mensen van de normale wereld naar een andere realiteit.

Hoewel de ideeën van escapisme en afscheiding van de realiteit gelijk zijn aan de clubcultuur uit de VS, kent het publiek in Engeland een geheel andere samenstelling. Daar was de scene heteroseksueel, blank en *working class*. Dat was al zo tijdens de discorage en de samenstelling bleef gelijk toen ook house en techno in de jaren tachtig vanuit Amerika overwaaiden.⁴⁹ Het acidhouse-genre was destijds booming in Engeland. Danny Rampling had de trippy muziek in Ibiza leren kennen en besloot in Londen de legendarische club Shoom te openen. De club kreeg al snel problemen met de autoriteiten en dus besloot Rampling om undergroundevenementen te organiseren in loodsen en locaties ver buiten de stad. Die feesten vormden het begin van de ‘Second Summer Of Love’: de bloeiperiode van de Britse ravescene in 1988. Net als tijdens de eerste *Summer of Love* in de hippietijd zijn ook nu de kernwaarden liefde en vrijheid. De feesten draaien om eenheid en verbondenheid, maar toch blijven de traditionele genderrollen en seksualiteit overeind.

House veroverd Nederland en Duitsland

De Nederlandse clubscene heeft zijn wortels in zowel de Amerikaanse, als Britse clubscene. Het begint allemaal met een bezoek van dj Eddy de Clercq aan de Paradise Garage in New York. Daar leert hij de muziek van Lerry Levan kennen en is meteen zwaar onder de indruk. “De Clercq noemt de ongekende muzikale kwaliteit en de sfeer in de Paradise Garage de grootste belevenis die hij ooit heeft meegemaakt”, schrijven Arne van Terphoven en Toon Beemsterboer in *Door! Dance in*

⁴³ Thornton. (1995): 56.

⁴⁴ Thornton. (1995): 57.

⁴⁵ Melly (1970) geciteerd in Thornton. (1995): 57.

⁴⁶ Blum. (1966).

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Thornton. (1995): 57.

⁴⁹ Garcia. (28-01-2014).

Nederland.⁵⁰ Bij terugkomst in Amsterdam neemt De Clercq zich voor om daar een soortgelijke club op te richten. In 1986 wordt hij benaderd met de vraag of hij muzikaal verantwoordelijke en dj wilt zijn voor een nieuw concept. De Clercq stemt in en een jaar later opent de RoXY aan het Singel in Amsterdam. Het is de eerste plek waar house wordt gedraaid, andere dj's wisten in die tijd nog niet wat ze met de nieuwe muziek aanmoesten. "De eerste zes maanden van de RoXY zijn in twee woorden te omschrijven: totale leegte", schrijven Van Terphoven en Beemsterboer.⁵¹ Er ontstaan interne discussies over house, door het personeel gezien als de reden voor het gebrek aan publiek. Na een vergadering wordt besloten dat De Clercq nog twee maanden house mag draaien. Slaat het niet aan, dan wordt er overgestapt op mainstreammuziek. Diezelfde maand organiseert De Clercq samen met Joost van Bellen een feest buiten de RoXY, een compromisloos acidhousefeest met de naam 'The house of architecture, beauty & love: Disco Hippies on Acid'. Musicoloog en *Volkskrant*-journalist Gert van Veen is op het feest aanwezig en beseft dat hij ooggetuige is van een keerpunt in de muziekgeschiedenis. 'Acid!' kopt het paginagroot artikel waarin hij enkele dagen later de revolutie aankondigt. Ondertussen organiseert ook Soho Connection feesten buiten de RoXY onder de naam 'London comes to Amsterdam', raves in Engelse stijl die plaatsvinden in loodsen en fabrieken. Niet alleen de ravecultuur wordt vanuit Engeland geïmporteerd, ook ecstasy steekt het kanaal over. In één weekend raakt Amsterdam vervolgens overtuigd van house schrijft *Door!*. Bij de RoXY staan voortaan meer mensen in de rij dan er überhaupt in de club passen en Nederland krijgt zijn eigen *Second Summer of Love*. De sfeer in de Amsterdamse clubs is vrolijk en uitgelaten en de smiley verwordt ook hier symbool voor de acid en de housecultuur. Al snel opent een tweede discotheek in de hoofdstad: de iT. "De iT begint als een club voor homoseksuelen, die hem omschrijven als één grote familie van mooie en bijzondere mensen, waar ze zich thuis voelen", vermeldt *Door!*.⁵² De club is extravagant en bezoekers dragen exclusieve kleding op de feesten.

In Nederland zorgde een samenspel van media-aandacht, drugs én goede feesten – in stijl van de Paradise Garage en Britse raves – voor de doorbraak van house. Ook hier spelen waarden als liefde en eenheid een grote rol: al bij het eerste feest wordt er verwezen naar liefde en hippies (als aftrap van de Nederlandse *second summer of love*). De tegenstelling tussen clubscene en de mainstream blijkt overduidelijk bij de RoXY die maar niet kan wennen aan zijn eigen populariteit. Met de 'Leidsepleinjeugd' die opeens komt feesten heeft de club maar weinig op. Daarom houdt De Clercq in 1989 een feest genaamd 'Acid Graveyard', waarbij het genre symbolisch wordt begraven.⁵³ De actie is ludiek bedoeld, maar het publiek interpreteert het feest erg serieus. Het volgende weekend is de club weer leeg. "Het publiek komt vrij snel terug, maar het statement is gemaakt. De RoXY is niet voor de massa, maar volgt duidelijk zijn eigen concept", schrijven Van Terphoven en Beemsterboer.

In Duitsland begon de dancescene ook eind jaren tachtig, toen Berlijn nog verdeeld was over twee landen. In West-Berlijn waren de eerste acidhouse-clubs gevestigd in kelders gevuld met stroboscooplicht en rookmachines, terwijl in het Oost-Berlijn jongeren radioshow's uit het Westen luisterden en gesmokkelde lp's in handen probeerden de krijgen.⁵⁴ De val van de muur in 1989 was het startschot voor Berlijns transformatie in technohoofdstad van de wereld, zo stelt het boek *Der Klang der Familie*. Die gebeurtenis legde de perfecte basis voor een vrije feestcultuur: er was veel braakliggend terrein en leegstand die de mogelijkheid boden om eigen initiatieven te starten, er was

⁵⁰ Van Terphoven & Beemsterboer. (2004): 24.

⁵¹ Van Terphoven & Beemsterboer. (2004): 26.

⁵² Ibid.

⁵³ Van Terphoven & Beemsterboer. (2004): 29.

⁵⁴ Denk & Von Thülen. (2012): 45.

weinig toezicht vanwege onduidelijkheden over wie zeggenschap had over bepaalde gebieden en er heerste een enorme euforie vanwege de hereniging van de stad.⁵⁵

The Worldwide Party People Manifesto

House en techno verdwijnen in Nederland nooit van het toneel en worden bijvoorbeeld gedraaid op Technorumbafeesten. Ergens begin jaren 2000 – een precieze datering is onvindbaar – komt de organisatie achter die feesten met het *Worldwide Party People Manifesto*, zie pagina 16, waarin ze de dancescene verklaren en verdedigen. Deze geeft een mooie samenvatting van alle waarden die in dit hoofdstuk aan bod zijn gekomen en toont dat de kernwaarden van dance de eerste decennia stand hebben gehouden. Er wordt gesproken over de gelijkheid onder ravers en hoe de muziek iedereen samenbrengt: “Pushing us to turn to the person beside us to join hands and uplift them by sharing the uncontrollable joy we felt from creating this magical bubble that can, for one evening, protect us from the horrors, atrocities, and pollution of the outside world.”⁵⁶ Het feest is een veilige bubbel, afgescheiden van de buitenwereld. Net als de clubs in New York en Chicago waar homo’s even zichzelf konden zijn en zwarten even niet werden geconfronteerd met discriminatie, functioneert de club ook voor andere doelgroepen als een ontsnapping aan alledaagse zorgen.

De relatie tussen dance en mainstream is altijd tekenend geweest voor de scene, dat was al zo bij disco en die relatie tussen de massa of mainstream en dance blijkt volgens het manifest nog altijd op spanning te staan. Het betoog richt zich constant tot een ‘you’ die hen blijkbaar verwerpt, haat, niet begrijpt of niet eens op de hoogte is van hun bestaan. “In these makeshift spaces [clubs], we seek to shed ourselves of the burden of uncertainty for a future you have been unable to stabilize and secure for us”, zegt het manifest, waardoor het lijkt alsof ze de hele maatschappij als vijand beschouwen.⁵⁷ In de club ontsnappen ze echter aan die lasten en vieren ze het leven en de muziek:

Until the sun rises to burn our eyes by revealing the dystopian reality of a world you've created for us, we dance fiercely with our brothers and sisters in celebration of our life, of our culture, and of the values we believe in: Peace, Love, Freedom, Tolerance, Unity, Harmony, Expression, Responsibility and Respect.⁵⁸

Welke onderdelen van deze korte geschiedenis schets zijn belangrijk om mee te nemen naar de volgende hoofdstukken? Ten eerste het beeld van de club als toevluchtsoord. De behoefte aan vrijheid in clubs bestond niet alleen in de VS waar clubbers te maken hadden met sociale uitsluiting, ook in Engeland en Nederland – waar het publiek een heel andere samenstelling had – was er de behoefte tot ontsnappen aan het dagelijks leven, de wil tot escapisme.

Om vrijheid aan zijn bezoekers te garanderen, nemen clubs niet alleen een specifiek uiterlijk aan, ze verplaatsen zich ook naar locaties met minder regels en controle, zoals te zien was bij het ontstaan van de Britse ravescene. Ook de totale zintuiglijke ervaring van de club draagt bij aan het escapisme. In de club zijn droom en realiteit verwisselbaar. Dit vrije gevoel bevordert escapisme en komt uitgebreider in bod in hoofdstuk 3. Daar wordt gekeken hoe camera’s, telefoons en sociale media die vrijheid onder druk zetten.

Bezoekers willen in de club echter niet alleen zichzelf verliezen, maar ook zichzelf vinden, stelde Reynolds. Het gevoel van verbondenheid is erg belangrijk. Alle clubbezoekers vormen voor één

⁵⁵ Denk & Von Thülen. (2012): 61-156.

⁵⁶ Technorumba geciteerd in Van Terphoven & Beemsterboer. (2004): 249-250.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Ibid.

avond een grote familie. Waarden als liefde en respect zijn daarbij ook van groot belang; iedereen kan zichzelf zijn en dat wordt door de overige bezoekers gerespecteerd. In hoofdstuk 2 wordt gekeken hoe de afscheiding tussen de club en het dagelijks leven door draagbare technologieën als smartphones wordt tenietgedaan en hoe dat het gevoel van eenheid bemoeilijkt.

Eenheid wordt echter niet alleen op de dansvloer ervaren, maar ook erbuiten. Clubcultuur draagt bij aan de identiteit van zijn leden. Die zetten zich als collectief af tegen de mainstream. Dat gebeurde al na de Disco Demolition Derby, toen mensen juist de meest gehate aspecten van disco verder ontwikkelden. In hoofdstuk 4 wordt onderzocht hoe nieuwe media die tweedeling veranderen en hoe de clubbing-identiteit tegenwoordig wordt uitgedragen.

Worldwide Party People Manifesto

We are the Party, and this our manifesto.

Our emotional state of choice is ecstasy. Our nourishment of choice is Love. Our addiction of choice is technology. Our religion of choice is music. Our currency of choice is knowledge. Our politics of choice is none. Our society of choice is utopian though we know it will never be.

You may hate us. You may dismiss us. You may misunderstand us. You may be unaware of our existence. We can only hope you do not care to judge us, because we would never judge you. We are not criminals. We are not disillusioned.- We are not drug addicts. We are not naive children. We are one massive, global, tribal village that transcends man-made law, physical geography, and time itself.

We are The Massive. One Massive.

We were first drawn by the sound. From far away, the thunderous, muffled, echoing beat was comparable to a mother's heart soothing a child in her womb of concrete, steel, and electrical wiring.

We were drawn back into this womb, and there, in the heat, dampness, and darkness of it, we came to accept that we are all equal. Not only to the darkness, and to ourselves, but to the very music slamming into us and passing through our souls: we are all equal. And somewhere around 35Hz we could feel the hand of God at our backs, pushing us forward, pushing us to push ourselves to strengthen our minds, our bodies, and our spirits. Pushing us to turn to the person beside us to join hands and uplift them by sharing the uncontrollable joy we felt from creating this magical bubble that can, for one evening, protect us from the horrors, atrocities, and pollution of the outside world. It is in that very instant, with these initial realizations that each of us was truly born.

We continue to pack our bodies into clubs, or warehouses, or buildings you've abandoned and left for naught, and we bring life to them for one night. Strong, throbbing, vibrant life in it's purest, most intense, most hedonistic form. In these makeshift spaces, we seek to shed ourselves of the burden of uncertainty for a future you have been unable to stabilize and secure for us. We seek to relinquish our inhibitions, and free ourselves from the shackles and restraints you've put on us for your own peace of mind. We seek to re-write the programming that you have tried to indoctrinate us with since the moment we were born. Programming that tells us to hate, that tells us to judge, that tells us to stuff ourselves into the nearest and most convenient pigeon hole possible. Programming that even tells us to climb ladders for you, jump through hoops, and run through mazes and on hamster wheels.

Programming that tells us to eat from the shiny silver spoon you are trying to feed us with, instead of nourish ourselves with our own capable hands. Programming that tells us to close our minds, instead of open them.

Until the sun rises to burn our eyes by revealing the dystopian reality of a world you've created for us, we dance fiercely with our brothers and sisters in celebration of our life, of our culture, and of the values we believe in: Peace, Love, Freedom, Tolerance, Unity, Harmony, Expression, Responsibility and Respect.

Our enemy of choice is ignorance. Our weapon of choice is information. Our crime of choice is breaking and challenging whatever laws you feel you need to put in place to stop us from celebrating our existence. But know that while you may shut down any given party, on any given night, in any given city, in any given country or continent on this beautiful planet, you can never shut down the entire party. You don't have access to that switch, no matter what you may think. The music will never stop. The heartbeat will never fade. The party will never end.

We are the Party, and this our manifesto.

2. Afscheiding. De smartphone en de 'oceanic experience'

"The fluorescent lights coming on overhead not only reveal the usually (by now at any rate) less-than-beautiful bodies, they also indicate that 'time' is back, that the experience is effectively over, that this space only exists within the wider city waiting beyond the door", schrijft Ben Malbon – auteur van het boek *Clubbing* – over het einde van een goede clubavond.⁵⁹ Als de laatste plaat is afgelopen en de lampen aangaan komt het besef van tijd pas terug, het besef dat er nog een wereld is buiten de clubmuren waar het leven gedurende het feest gewoon verderging. Dit idee van het feest als alternatieve realiteit, los van het dagelijks leven, is in veel clubtheorie terug te vinden. De afscheiding tussen club en buitenwereld is essentieel voor het tot uiting komen van de clubwaarden, bijvoorbeeld voor vrijheid en escapisme. In dit hoofdstuk toont clubtheorie van socioloog Silvia Rief hoe deze afscheiding precies functioneert en worden de parallellen tussen de clubruimte en het meer politiekgeëngageerde concept temporair autonome zone van Hakim Bey verkend. Met die theoretische basis kan vervolgens worden getoetst hoe nieuwe media en in het bijzonder smartphones die afscheiding al dan niet beperken. Smartphones zijn tegenwoordig namelijk niet meer uit de club weg te denken. Steeds meer uitgaanslocaties hebben tegenwoordig zelfs gratis wifi voor hun gasten, want "[w]ie zonder smartphone gaat stappen, moet wel een hele goede reden hebben", volgens een onderzoek naar het uitgaansleven.⁶⁰ De telefoon verandert naast onze relatie met ruimte, ook onze menselijke relaties, zo stelt psycholoog Sherry Turkle. Daarom wordt haar theorie en die van Ben Malbon gebruikt om te verklaren hoe het toegenomen mediagebruik op de dansvloer leidt tot een afname in het gevoel van eenheid onder clubbers, dat als kernwaarde van clubcultuur wordt beschouwd.

De club als transcendentiaal toevluchtsoord

Clubs, raves en festivals doen ontzettend veel moeite om het verschil tussen het alledaagse en het feest in stand te houden. Het feest moet dienen als een "alternate reality of dancing, release, and free expression" en als "netherworld", maar ook als een "temporary space of fun, fantasy and escape" en "[a place] where the structures of everyday life are temporarily suspended through thresholds that separate the visitors from daily routines, education, work and family commitments".⁶¹ De symbolische scheiding tussen het feest en het dagelijks leven wordt fysiek gemaakt, door een evenement te organiseren op een locatie die buiten de betreden paden ligt: buiten het stadscentrum, op het platteland, en in gebouwen die in onbruik zijn geraakt en oorspronkelijk een andere functie hadden.⁶² Trouw en Berghain zijn bijvoorbeeld gevestigd in respectievelijk de oude drukkerij van het dagblad Trouw en een voormalige energiecentrale. Daarnaast zijn tijdsbegrenzungen, tickets, polsbandjes, hekken en beveiligingspersoneel ook allemaal bedoeld om mensen af te schermen van de buitenwereld en ongewenste toeschouwers weg te houden.⁶³ Zelfs namen van clubs en evenementen benadrukken vaak die rol van alternatieve wereld: Dreamfields, Tomorrowland, Paradise Garage, Eden.

De afscheiding vindt op meerdere niveaus plaats volgens Silvia Rief, zij onderscheidt verschillende vormen van isolatie van het dagelijks leven, namelijk fysieke, economische en culturele afscheiding. In haar werk *Club Cultures* benadrukt ze het belang van deze afscherming tussen clubruimte en het dagelijks leven. Het voeren van een deurbeleid is een belangrijke methode om

⁵⁹ Malbon. (1999): 102.

⁶⁰ Nabben, Benschop & Korf. (2014): 37.

⁶¹ Rill. (2006): 648-649, O'Grady. (2012): 97, Rief. (2009): 79.

⁶² O'Grady. (2012): 94.

⁶³ O'Grady. (2012): 90.

clubgangers van de werkelijkheid af te schermen.⁶⁴ Het selectieproces en scheppen van hiërarchie aan de deur van een club – nadat bezoekers al enige tijd in een rij hebben gewacht – en de surveillance in de vorm van fouilleren en controleren van tassen bij binnenkomst zorgen voor een uitgebreide overgangsfase van het dagelijks leven naar de club. De deur vormt een fysieke afscheiding van de buitenwereld, net als het gebrek aan ramen bij de meeste clubs, en de economische scheiding vindt plaats door het heffen van entree.

De binnenkomst bij de wereldberoemde Berlijnse club Berghain wordt door muzikjournalist Tobias Rapp uitvoerig als overgangsritueel beschreven.⁶⁵ Het wachten in de rij vergelijkt hij met een initiatieritus en de drugscontrole bij binnenkomst met een rituele reiniging. Vervolgens draagt iedereen zijn steentje bij met het betalen van entreegeld, ook een soort religieuze handeling vindt Rapp. Zelfs de lichtarchitectuur ondersteunt het gevoel van een initiatie: buiten is het donker, in de kassaruimte schemerig en in de garderobe licht. Bezoekers moeten vervolgens in het donker een grote trap beklimmen om bij de dansvloer te komen. De plotselinge heftige geluidsgolven grijpen bezoekers bovenaan de trap opeens lichamelijk aan en het duurt enige seconden voor hun ogen aan de stroboscoopflitsen gewend zijn. “Der Rest der Welt verschwindet. In Berghain ist man out of area”, schrijft Rapp over de clubervaring die volgt.⁶⁶ Clubs als Berghain en de inmiddels gesloten Bar25 noemt hij parallelwerelden, plekken waar mensen kunnen ontsnappen aan het normale leven.⁶⁷ Het verbieden van camera’s en telefoons draagt daar actief aan bij. Officieel is het verbod vanwege de darkrooms in de club en de bezoekers die er naartoe komen om hun seksuele fantasieën uit te leven. “Das mag sein”, stelt Tobias Rapp, “doch vor allem wäre jedes Foto eine Brücke nach draußen, eine Erinnerung daran, dass es das Draußen überhaupt gibt. Kein Club schafft es so perfekt, sich gegen dieses Draußen abzudichten wie das Berghain.”⁶⁸ Zo wordt de “parallelgesellschaftlichen Charme des Ladens” behouden.⁶⁹

Andere vormen van culturele afscheiding ziet Rief bij de esthetische en prothetische vormen van belichaming die bij een clubbezoek centraal staan.⁷⁰ Deze creëren een overgangs atmosfeer en brengen clubbers in een staat van ‘otherness’. Het lichaam wordt in de club anders gebruikt en benaderd dan in het dagelijks leven. Expressief en mimetisch gebruik van het lichaam staat in de club voorop. Er wordt gedanst en clubbers besteden vooraf veel tijd en moeite mensen aan hun outfit en uiterlijk. Het lichaam wordt gepresenteerd als mooi en erotisch. In extreme gevallen worden er zelfs maskers en andere carnavaleske elementen gebruikt om het lichaam nog verder te veranderen ten opzichte van zijn ‘normale’ staat. Het klaarmaken voor een avondje uit is een ritueel dat bijdraagt aan het markeren van de uitgaansavond als speciaal evenement. Niet alleen de presentatie verandert het lichaam echter, ook auditieve, visuele en tactiele prikkels beïnvloeden het lichaam, vooral na consumptie van drank en drugs. Er worden ‘bodies-out-of-control’ gecreëerd door zintuiglijke opwinding en beneveling (middelengebruik).⁷¹ Deze onbeheerste lichamelijke staat is bij uitstek verbonden aan de clubruimte. De donkere ruimtes, lichtshows, rookmachines en harde muziek in de club zorgen voor lichamelijke en zintuiglijke prikkels die clubbers transformeren ten opzichte van hun normale staat. Zo draagt de totaalervaring van de club bij aan de afscheiding van de dagelijkse realiteit.

⁶⁴ Rief. (2009): 84.

⁶⁵ Rapp. (2009): 134-148.

⁶⁶ Rapp. (2009): 141.

⁶⁷ Rapp. (2009): 168.

⁶⁸ Rapp. (2009): 141.

⁶⁹ Ibid.

⁷⁰ Rief. (2009): 79-83.

⁷¹ Rief. (2009): 80.

De sociale verhoudingen op het feest zijn volgens Rief een ander belangrijk verschil met het gewone leven.⁷² Mensen gedragen zich op een geheel andere manier ten opzichte vrienden en onbekenden in de club. Op de dansvloer bevinden lichamen zich veel dichter tot elkaar en vinden er veel haptische ervaringen plaats die in het dagelijks leven zouden worden vermeden. De energie, de sfeer en de affectieve ambiance van een evenement hebben veel invloed op de ervaring van feestvierders. In de club wordt er zowel vanuit alledaagse normen, waarden en routines gehandeld, als ertegen. In de club, achteraf-gebied en speelruimte in de periferie van het dagelijks leven, wordt emotionele afstand tot de zorgen en spanningen van het dagelijks leven gecreëerd.⁷³ Een van de belangrijkste functies van clubs is dan ook het dienen als transcendentiaal toevluchtsoord volgens Rief.

Hakim Beys theoretisch concept de Temporaire Autonome Zone (TAZ) wordt door veel theoretici gebruikt om clubs te omschrijven als op zichzelf staande, afgesloten en onafhankelijke gebieden. De theorie wordt aangehaald in teksten van Rapp (2009), Elliott (2004), O'Grady (2012), Rill (2006) en Olaveson (2004).⁷⁴ Hakim Bey, pseudoniem van Peter Lamborn Wilson, is een anarchist en politiek/cultureel essayist. In zijn essaybundel *T.A.Z. The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism* uit 1991 omschrijft hij de TAZ als een verdwijningstactiek.⁷⁵ Een letterlijke definitie geeft hij niet, in plaats daarvan cirkelt Bey in zijn tekst om het concept heen, "while firing off exploratory beams".⁷⁶ De populariteit van het concept onder clubtheoretici kan worden verklaard door een aantal belangrijke overeenkomsten tussen de TAZ en het feest: beide zijn piekmomenten die in contrast staan met het normale bewustzijn en de alledaagse ervaringen, waarbij vrijheid en de intensiteit van de ervaring centraal staan. Het citaat van Ben Malbon aan het begin van dit hoofdstuk verwoordt dat mooi door te stellen dat pas aan het einde van een feest het besef van tijd en de buitenwereld terugkomen. Dat sluit aan bij de ongebondenheid van de temporair autonome zone.

De TAZ is een 'onzichtbaar' gebied, vrij van controle door de staat. De TAZ is ongedefinieerd. Voorbeelden van zulke vrije, onafhankelijke zones noemt hij "camps of black tents under the desert stars, interzones, hidden fortified oases along secret caravan routes, 'liberated' bits of jungle and bad-land, no-go areas, black markets, and underground bazaars".⁷⁷ Het tijdelijke karakter is een belangrijk aspect van de TAZ. Ondanks de vaak korte duur van de TAZ weten deze intense momenten vorm en betekenis te geven aan een volledig leven. Het festival en het feest noemt Bey dan ook als voorbeelden van temporair autonome zones. "Harlem rent parties of the twenties, nightclubs, banquets, old-time libertarian picnics—we should realize that all these are already 'liberated zones' of a sort, or at least potential TAZs."⁷⁸

De Berlijnse technoscene van kort na de val van de Muur kent veel goede illustraties van de club als temporair autonome zone. Veel feesten werden destijds slechts eenmalig georganiseerd en clubs bestonden een paar avonden tot maximaal een jaar, terwijl ze continu wisselden van (illegale) locatie. Toezicht was er niet, dus organisatoren deden waar ze zin in hadden. "In Berlin passierte zu dieser Zeit so viel, dass einiges unter den Tisch fiel. Die Kapazitäten an Ordnungskräften waren nicht da, um alles, was im Ostteil der Stadt geschah, im Blick zu behalten", zegt Dimitri Hegemann,

⁷² Rief. (2009): 81.

⁷³ Rief. (2009): 82.

⁷⁴ Nabben in Van Haaren. (22-11-2013), Rapp. (2009), Elliott. (2004), O'Grady. (2012), Rill. (2006), Olaveson. (2004).

⁷⁵ Bey (1991).

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Ibid.

oprichter van de club Tresor.⁷⁹ Tresor was destijds gevestigd in de strook niemandsland tussen Oost en West-Berlijn. Tijdens de opening in 1991 was er geen straat, geen asfalt, geen straatlantaarns en geen stroom en water. Flyers die ravers onderling verspreidden waren het enige communicatiemiddel.⁸⁰ Zo werden de autoriteiten, maar ook het grote publiek en de media vermeden. Door het tijdelijke karakter, het gebrek aan toezicht en de daaruit voortvloeiende vrijheid kan het vroege Tresor worden beschouwd als een soort TAZ.

Telefoons veranderen relaties met ruimte & anderen

De TAZ en de ideale clubruimte zijn dus onafhankelijk en niet aan de buitenwereld gebonden, maar nieuwe media als smartphones en sociale media draaien juist om het constant in verbinding staan met anderen. Socioloog Karenza Moore is de enige die zich specifiek heeft verdiept in de telefoon in clubs, maar haar onderzoek stamt nog uit het pre-smartphonetijdperk. De telefoon functioneert volgens haar als een reddingslijn: feestvierders voelen zich veilig met een mobiele telefoon op zak vanwege de verbinding met de buitenwereld. “It’s like a link to people who aren’t fucked”, zegt een door haar geïnterviewde clubber.⁸¹ Het inslaan van drugs als ecstasy wordt vaak als intens en overweldigend ervaren, daarom gebruiken veel mensen hun telefoon om die ervaring te leiden. Tijdens veldonderzoek in clubs observeert Moore mensen die bellen of sms’en met afwezige vrienden wanneer ze net drugs hebben ingenomen. Die gesprekken creëren een ‘personal safe space’ binnen de clubruimte. Een clubbezoekster stelt: “I don’t really like coming up, gets a bit much for me. But I usually just sit down, chat to my friends and text people, gets me through it”.⁸² Iemand anders zegt “I just focus on the screen and listen to the music and I’m fine” over het moment waarop hij ecstasy heeft ingenomen. De telefoon is een link naar andere mensen in een andere fysieke en symbolische ruimte, de “straight world”, “situated ‘outside’ the urban ‘wild zone’”.⁸³

Naast het creëren van een *personal safe space* onderscheidt Moore verschillende andere manieren waarop clubbers hun mobiele telefoon gebruiken. De telefoon is bijvoorbeeld het belangrijkste middel om afspraken te maken voor uitgaansavonden en clubvriendschappen te onderhouden, maar ook binnen de clubmuren is het een belangrijk communicatiemiddel. Mensen sturen berichtjes naar hun vrienden om elkaar terug te vinden in de mensenmassa en spreken af welke afterparty wordt bezocht. De telefoon fungeert bovendien als veiligheidstalisman. “I like having my phone on me just in case someting nasty happens to me or my mates”, vertelt een clubber.⁸⁴ “Just having it with me makes me feel better”, zegt een ander.⁸⁵

Moore heeft zich in haar onderzoek vooral gericht op de functies van de telefoon, maar heeft niet onderzocht hoe de apparaten de beleving van de uitgaansavond mogelijk beïnvloeden. Telefoons worden namelijk niet alleen gebruikt op cruciale momenten— wanneer een vriend kwijt is of er iets vervelends is gebeurd— maar ze staan altijd aan. Mensen buiten de ‘urban wild zone’ kunnen dus ook constant contact zoeken bij de clubbers.

Telefoons zorgen voor een *hybrid space*: een mobiele ruimte die wordt gecreëerd door de constante beweging van gebruikers met draagbare apparaten die voortdurend in verbinding zijn met het internet en met andere gebruikers, aldus communicatiewetenschapper Adriana de Souza e

⁷⁹ Hegemann. (2005): 135.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Moore. (2005): 232.

⁸² Ibid.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Moore. (2005): 231.

⁸⁵ Ibid.

Silva.⁸⁶ “The possibility of ‘always on’ connection when one moves through the city transforms our experience of space by enfolding remote contexts inside the present context”, schrijft ze.⁸⁷ Draagbare technologieën als smartphones zorgen voor een grensvervaging in onze ervaring van ruimte. Clubbers kunnen zich door het gebruik van hun telefoon zowel op de dansvloer, als op hun werk/thuis/bij afwezige vrienden wanen. De Souza e Silva beschouwt deze ontwikkelingen van mobiele technologie erg positief, maar de *hybrid space* doet wel afbreuk aan het beeld van het feest als afgescheiden van de realiteit dat clubtheoretici schetsen. De symbolische scheiding tussen club en buitenwereld – die zeer belangrijk is voor het functioneren van de club als TAZ en toevluchtsoord – komt door de telefoon te vervallen. De *hybrid space* vlecht de buitenwereld waaraan de clubbers juist proberen te ontsnappen in hun feestomgeving.

De smartphone is bovendien veel meer dan alleen een communicatiemiddel. Dat zorgt ervoor dat de telefoon vaker en langer wordt gebruikt. Onderzoek van technologie- en informatiewetenschapper Antti Oulasvirta en collega’s wijst uit dat smartphonegebruik door gewoontegedrag steeds doordringender wordt. Smartphones worden veel vaker dan bijvoorbeeld laptops uit gewoonte kort worden gebruikt.⁸⁸ Het gebruik is meer uitgespreid over de dag en de beloningsfactor van een hoop mobiele applicaties, websites en diensten zorgt er daarnaast voor dat ze meer en meer uit gewoonte worden bekeken. Bij elke blik op het beeldscherm is er wel een nieuw WhatsApp-bericht binnengekomen of een nieuwe post te lezen op Facebook, die ‘beloning’ leidt ertoe dat mensen nog vaker hun telefoon zullen bekijken. Telefoons zorgen er zo voortdurend voor dat de aandacht van het feest wordt afgeleid.

Lichamelijk zijn mensen wel aanwezig, maar ondertussen zijn ze met hun hoofd vaak op andere plekken als gevolg van prikkels die ze ontvangen op hun mobiele telefoon. *Absent presence* noemt psycholoog Kenneth J. Gergen dat.⁸⁹ Het bewustzijn is steeds minder bezig met wat er in de directe omgeving gebeurt en is in plaats daarvan betrokken bij mensen en activiteiten die zich op een andere plek, land of zelfs continent bevinden. Mensen zouden zich hierdoor steeds minder betrokken voelen bij hun eigen leefomgeving. “[W]hen we are listening to voices from afar, we are no longer building the realities and moralities of the local together”, schrijft Gergen.⁹⁰

Socioloog en psycholoog Sherry Turkle herkent eenzelfde problematiek aan als Gergen, zij stelt dat we tegenwoordig vaak ‘alone together’ zijn.⁹¹ Turkle was vlak na de komst van internet een van de theoretici die erg enthousiast was over de vrijheid die internet bood: mensen konden online een andere identiteit aannemen dan in het dagelijks leven en dat kon voor sommige gebruikers zeer positief uitpakken.⁹² Na de portable revolutie – de introductie van smartphones en tablets – stelt Turkle haar mening over het internet echter bij. Het online en offline leven worden met elkaar verweven en de gevolgen daarvan zijn volgens haar desastreus. In het boek *Alone, Together* beschrijft ze hoe mobiele technologie de omgang met de ruimte om ons heen verandert. Het concept *alone together* richt zich op de sociale implicaties van dezelfde gelijktijdige aan- en afwezigheid waar ook Gergens *absent presence* om draait. Cafés, parken en luchthavens zijn volgens Turkle niet langer gemeenschappelijke ruimtes, maar ruimtes waarin men zich gezamenlijk bevindt. Mensen komen er samen, maar communiceren niet. Hoewel alle nieuwe technologieën zijn gericht op communicatie, bevorderen ze vooral de digitale communicatie. Iedereen is vastgeklemd aan zijn telefoon, laptop

⁸⁶ De Souza e Silva. (2006): 115.

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Oulasvirta et al. (2012): 105-112.

⁸⁹ Gergen. (2001).

⁹⁰ Ibid.

⁹¹ Turkle. (2012).

⁹² Turkle. (1997).

of tablet en alleen digitaal met anderen. Mensen communiceren nog wel, maar niet meer met de mensen in hun nabije omgeving. Face to face contact wordt steeds minder. Alleen zijn is tegenwoordig haast een voorwaarde voor samenzijn, want communiceren is eenvoudiger wanneer je je ongestoord kunt richten op je scherm.⁹³

Ook het onderscheid tussen werk en vrije tijd is door de telefoon verdwenen, schrijft Turkle.⁹⁴ Zelfs wanneer we thuis zijn, hebben we nog steeds het idee oproepbaar te zijn en bepaalde verplichtingen te hebben. De werkmails blijven ook buiten werktijd binnenstromen op de smartphone, echt 'vrij' zijn we nooit. Juist voor het functioneren van de club als vrijhaven is de distantie tot het dagelijks leven erg belangrijk, zo stelde Rief eerder. Ook socioloog Ger Tillekens bevestigt dat door te schrijven:

Dance viert het leven. Het is gewoon eventjes de druk van de dag of van de week van je af gooien door te dansen. [...] Dance is een moderne vorm van hedonisme. Wat je overdag en in je eigen tijd doet, wordt strikt gescheiden. De dag na een feest kom je op je werk en zeg je 'het was een leuke avond', en je doet gewoon je klus weer.⁹⁵

De Amsterdamse club Trouw verzet zich tegen de *absent presence* en *alone-togetherness* onder zijn bezoekers. Ze bracht in november vorig jaar het nieuws naar buiten dat per 1 januari 2014 het gebruik van mobiele telefoons zou worden ontmoedigd, net als ook in Berghain gebeurt. "Het is best raar dat wanneer je fysiek bij ons bent, je ondertussen bezig bent met het checken van je mail en je dus mentaal ergens anders bevindt. Je kan volgens ons niet opgaan in muziek en sfeer als je aan het twitteren bent", is de reactie van communicatiemanager Kyara van Loenen in een interview met elektronische muziek- en lifestylemagazine *DJBroadcast*.⁹⁶ Daarmee geeft ze aan dat *hybrid space* volgens de club er toe leidt dat bezoekers zich in een staat van *absent presence* bevinden. Olaf Boswijk, directeur van Trouw, bevestigt in een radio-uitzending van *EenVandaag* dat clubbers zich anders gedragen sinds de smartphone zijn intrede op de dansvloer heeft gemaakt:

de laatste twee jaar is dat [telefoongebruik] enorm toegenomen, dan staan mensen binnen te Facebooken naar mensen die buiten in de rij staan en vice versa. Vroeger zag je dat mensen echt urenlang met hun ogen dicht op de dansvloer stonden en helemaal opgingen in de muziek. Dat zie je nog steeds wel, maar minder en vooral minder lang. Ik denk dat dat te maken heeft met social media en de mobiele telefoon.⁹⁷

In een ander interview vult hij nog aan: "Altijd bereikbaar zijn en alles willen vastleggen, is compleet tegengesteld aan het oorspronkelijke doel van uitgaan: dat is juist al die dingen een avond loslaten."⁹⁸ *EenVandaag* peilde onder Trouw-bezoekers de ontvangst van het nieuwe beleid. Op de vraag 'beleef je de avond anders?' antwoordt een jongen dat de avond leuker is.⁹⁹ Hij heeft meer contact met andere mensen en vindt de avond zonder smartphone veel gezelliger. Dat de jongen zonder zijn smartphone meer contact maakt met anderen, sluit aan op de theorie van Oulasvirta en collega's, zij stellen dat smartphonegebruikers aanleren om bij elk moment van verveling of waarop ze tijdelijk niks te doen hebben, hun telefoon tevoorschijn halen.¹⁰⁰ Dat verhindert mensen om

⁹³ Turkle. (2012): 155.

⁹⁴ Turkle. (2012): 14.

⁹⁵ Tillekens geciteerd in Van Terphoven & Beemsterboer. (2004): 61.

⁹⁶ Van Loenen geciteerd in Horowitz. (22-11-2013).

⁹⁷ Boswijk geciteerd in Jorritsma & Blok. (25-02-2014).

⁹⁸ Boswijk geciteerd in Huismans. (01-05-2014).

⁹⁹ Jorritsma & Blok. (25-02-2014).

¹⁰⁰ Oulasvirta et al. (2012): 112-113.

contact te maken met andere feestvierders. Wanneer iemand even zonder vrienden staat, zal hij uit gewoonte eerder zijn telefoon pakken om de tijd door te komen in plaats van een andere bezoeker aan te spreken. Tom van Haaren schrijft bijvoorbeeld: “[Ik] betrap mijzelf er regelmatig op dat ik uit een reflex mijn telefoon erbij pak als mijn dansvloerpartners verdwijnen voor een drankje, een snuifje of een sanitaire stop. En als ik niet gebeld ben, dan maar midden op de dansvloer mijn mail sta te checken.”¹⁰¹

Collectiviteit en de oceanic experience

Door de afleiding doet de telefoon ook afbreuk aan het gevoel collectiviteit en onderlinge verbondenheid onder de clubbezoekers die volgens Tim Olaveson inherent zijn aan de rave en ook door Alice O’Grady als kerncomponent van de feestervaring wordt beschouwd.¹⁰² De interviews met clubbers van Moore ondersteunen hun theorieën over het belang van verbondenheid. Een respondent zegt: “It’s a great feeling of togetherness, just happy people enjoying themselves as much as you [...] I love the closeness to other people around you”.¹⁰³ Anderen benadrukken het contact met andere clubbezoekers als een belangrijk aspect van de uitgaansavond. Op de vraag “what do you love most about clubbing?”, antwoordt iemand: “When the night gets going it is really good as it is easy to talk to anyone, not just friends but strangers as well.”¹⁰⁴ Een andere persoon noemt als meest geliefde aspecten: “Music, dancing, meeting people, the release of letting yourself go.”¹⁰⁵ Trouw doet daaraan mee door te stellen “we vormen met z’n allen gezamenlijk voor één nacht een tijdelijke familie in de club”.¹⁰⁶

Ben Malbon noemt de mensenmassa op de dansvloer eveneens als belangrijk onderdeel van de clubervaring.¹⁰⁷ De massa anonimiseert, bezoekers kunnen er volledig in opgaan, maar het is ook mogelijk om binnen het publiek – door middel van bijvoorbeeld dans – individualiteit te verwerven.¹⁰⁸ “Through positive identification with both the music and the other clubbers in the crowd, those within the clubbing and especially the dancing crowd can slip between consciousness of self and consciousness of being part of something much larger”, schrijft Malbon.¹⁰⁹ Daarmee is de massa essentieel voor de *oceanic experience*. Malbon legt de *oceanic experience* uit als “the experience of in-betweenness or liminality – of being somehow taken outside of or beyond oneself, especially while dancing – that is a characteristic of many crowds and particularly of the closely packed, sensorially bombarded dancing crowds of clubbing.”¹¹⁰ Wanneer die ervaring van *in-betweenness* op zijn hoogtepunt is kan er een veranderde staat van bewustzijn worden bereikt en in dat geval spreekt Malbon van een *oceanic experience*. Dat begrip leent hij van Freud, wiens definitie van de *oceanic experience* hij letterlijk overneemt: “a feeling of an indissoluble bond, of being one with the external world as a whole.”¹¹¹

Belangrijk voor de *oceanic experience* is enerzijds de lichamelijke ervaring en anderzijds het gevoel van collectiviteit. Juist de nabijheid en aanraking van anderen draagt bij aan de beleving,

¹⁰¹ Van Haaren. (10-01-2012).

¹⁰² Olaveson. (2004).

¹⁰³ Moore. (2005): 219.

¹⁰⁴ Moore. (2005): 233.

¹⁰⁵ Ibid.

¹⁰⁶ Trouw geciteerd in De Vrieze. (21-11-2013).

¹⁰⁷ Malbon. (1999).

¹⁰⁸ Malbon. (1999): 74.

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ Malbon. (1999): 107.

¹¹¹ Freud (1961) geciteerd Malbon. (1999): 107.

evenals het stimuleren van alle andere zintuigen van het dansende publiek. Wanneer een bezoeker daar helemaal in wordt meegesleept kan hij een *oceanic experience* ondergaan – dat wat Boswijk omschreef als ‘urenlang met je ogen dicht op de dansvloer staan en helemaal opgaan in de muziek’.

Door de constante prikkels van telefoons kunnen mensen zich moeilijker volledig overgeven aan de volledige, lichamelijke ervaring. Zelfs dj's worden door het smartphonegebruik uit hun *flow* gehaald. Dj DVS1 beklagt zich daarover:

I try and take myself somewhere else when I'm playing, to my own world where I attempt to completely expose myself emotionally through the music. To be pulled out of that moment by someone holding a phone with the flash shining bright at me, it's like being shaken out of a deep sleep while dreaming, only to realize that I can't quite go that deep into my dream again, because now I'm up.¹¹²

Niet alleen de gebruiker ondervindt dus de gevolgen van smartphonegebruik, ook mensen in zijn omgeving kunnen door het maken van een foto of filmpje uit hun *oceanic experience* worden getrokken.

App als sfeermaker

Sommige technologieën proberen echter heel bewust bij te dragen aan het eenheidsgevoel, de app SYNK is daar een voorbeeld van. De Canadese techno-dj Richie Hawtin liet de smartphone-applicatie speciaal voor de shows van zijn alterego Plastikman in 2010 ontwikkelen. De app is een experiment in publiek-artiest interactie en heeft als doel het vervagen van de grens tussen perceptie en participatie.¹¹³ Het is interessant dat Hawtin juist voor de smartphone kiest als middel om de menselijke interactiviteit binnen de concertervaring te definiëren en verrijken. In een statement over de app zegt hij:

It has always fascinated me how sound, lighting, visuals and human interactivity define and deepen a concert experience. By focusing on my own unique Plastikman sound I hope to find new freedom and explore the extremes of where these elements converge, challenging our senses, stimulating our memories, and creating an experience of physical and mental intensity that can be only Plastikman.¹¹⁴

Bij Trouw en Berghain proberen ze telefoons juist te weren, omdat ze afbreuk zouden doen aan de sfeer in de club. Hawtin ziet de smartphone echter niet als afleiding van de feestervaring, maar zet hem juist in om de feestervaring te verrijken.

De app heeft meerdere functies, Synkotik toont de beelden van de LED-schermen op het podium en toont deze ook op de beeldschermen van smartphones van bezoekers, waardoor de zaal en het podium samen als scherm worden gebruikt. Elke bezoeker draagt met zijn telefoonbeeldscherm bij aan de totaalervaring. Op die manier zorgt de feature voor een eenheidsgevoel onder de bezoekers. In de 1.5 versie van de SYNK-applicatie is een live chat toegevoegd, waarin alle bezoekers met elkaar kunnen communiceren. Door mensen op een dergelijke laagdrempelige manier met elkaar in contact te brengen en een enorm groepsgesprek te creëren wordt geprobeerd dat gevoel van collectiviteit te versterken. Toch blijft het de vraag of zulke chatgesprekken van eenzelfde toegevoegde waarde zijn als face-to-face praatjes, volgens Malbon

¹¹² DVS1. (15-09-2014).

¹¹³ Hexler. (2010).

¹¹⁴ Hawtin geciteerd in Hexler. (2010).

een belangrijk onderdeel van de clubavond. Ook het feit dat de meeste functies van de app alleen werken tijdens de show en voor bezoekers die zijn ingelogd op een speciaal wifinetwerk draagt bij aan de saamhorigheid onder het publiek, mensen die niet aanwezig zijn kunnen ook niet van alle extra's profiteren.

De overige functies zijn echter vooral belangrijk om de interactie tussen de artiesten en het publiek te versterken. Met Logikal worden bezoekers in staat gesteld om met twintig knoppen de volgorde van samples met gesproken/gezongen tekst in een aantal nummers aan te passen.¹¹⁵ De regie over de avond wordt daarmee deels verplaatst van het podium naar de dansvloer. Met de Kamera-functie kunnen bezoekers een live videostream bekijken van wat er op het podium gebeurt, met veel close-up beelden van een dj'ende Richie Hawtin. De laatste optie, Konsole, toont op specifieke momenten tijdens de show informatie over de drum en percussie elementen van de muziek en geeft visuele feedback over muzikale variabelen en de gebruikte effecten.

Wanneer bezoekers op hun telefoon bijvoorbeeld de live-stream van het podium bekijken, zijn ze echter voornamelijk bezig met hun telefoon en niet met het ervaren van de avond en opgaan in de massa. De app lijkt daarmee niet bij te dragen aan de *oceanic experience* en maakt bezoekers bovendien extra vatbaar voor de afleidingen van de buitenwereld, doordat ze constant met hun telefoon in de weer zijn. Toch toont dit experiment met een speciale event-applicatie aan dat er manieren zijn waarop nieuwe media kunnen worden ingezet om de feestervaring te versterken, in plaats van bezoekers ervan af te leiden. Daarvoor moet er worden afgeweken van de standaardmanieren om een smartphone te gebruiken, zoals gebeurt bij de visuals die het telefoonbeeldscherm gebruiken als onderdeel van de lichtshow. Ook locatiespecifieke functies die alleen binnen de club of het festivalterrein kunnen worden gebruikt om juist een bijdrage te leveren aan de beleving en het opgaan in het hier en nu.

Er kan worden opgemaakt dat clubs zich ontzettend inspannen om op allerlei niveaus – sociaal, cultureel, economisch, met architectuur, decor et cetera - de club van het dagelijks leven te scheiden. Idealiter is de clubruimte een temporair autonome zone: onafhankelijk, onzichtbaar en een piekervaring. Clubs functioneren dan als transcendente toevluchtsoorden, parallelwerelden waar de rest van de wereld even verdwijnt. Nieuwe media doen echter afbreuk aan zowel de onafhankelijkheid, als de piekervaring.

Telefoons onttrekken bezoekers aan het feest door hun aandacht af te leiden van de directe omgeving. Zo creëren ze *absent presence* onder bezoekers. De clubomgeving is een *hybrid space* geworden, waarbij de buitenwereld in de clubcontext wordt verweven. Dat doet afbreuk aan de afscheiding tussen de club het dagelijks leven, wat vervolgens weer resulteert in minder vrijheid en escapisme, wat in het volgende hoofdstuk verder wordt uitgewerkt. Als de clubruimte hybride is, wordt de afscheiding van de buitenwereld teniet gedaan. De onafhankelijk die bij een TAZ hoort kan niet dan niet langer worden bereikt.

Smartphones en nieuwe media veranderen naast de relatie met ruimte ook de relatie met anderen. Er wordt minder contact gelegd met andere bezoekers op een feest, de clubbers zijn *alone together*. De apparaten voorkomen het gevoel van eenheid in de club, doordat ze voorkomen dat mensen een praatje met elkaar aanknopen. De *oceanic experience* die Malbon als essentie van de uitgaanservaring noemt wordt minder snel bereikt door die constante afleiding. Vanwege hun telefoongebruik gaan bezoekers minder op in 'het nu', waardoor het feest minder snel een piekervaring wordt.

¹¹⁵ Hexler. (2010).

3. Vrijheid. Camera's, sociale media en de club als 'space of play'



Figuur 3.1

DJBroadcast maakt zich zorgen over de vele telefoons en camera's op de eigentijdse dansvloer, die zouden de positie van de club als vrijhaven aantasten. Het artikel 'Go Pro cameras – dance music's next biggest threat?' constateert dat de kleine, handzame videocamera's steeds vaker meegenomen naar clubs en festivals en betwijfelt of dat een positieve ontwikkeling is:

In our current NSA climate, almost every action we make online is tracked. Out in the streets, our every movement is recorded and monitored via CCTV. Clubs have become our only place of refuge, a holistic environment where we can be ourselves and do whatever it is we please, without being judged or monitored. Sadly, with proliferation of mobile camera technology, we can no longer hide in our electronic music hangouts. The first culprit was the iPhone. Our next biggest threat comes in the shame of the Go Pro.¹¹⁶

De club is een plek om te ontsnappen aan de alledaagse zorgen, daarom is de afscheiding uit het vorige hoofdstuk van groot belang. In het dagelijks leven worden mensen gecontroleerd door bewakingscamera's, toegezien door nationale veiligheidsdiensten en zelfs hun online gedrag wordt gevolgd, maar gedurende het feest is iedereen even vrij. Dan kunnen mensen zichzelf zijn zonder oordeel en zonder toezicht stelt muziekjournalist Dan Cole. Smartphones en (GoPro) camera's vormen een bedreiging voor de clubwaarde 'vrijheid'. Het artikel wordt begeleid door bovenstaande foto van een jongen die met zijn telefoon een foto maakt van de GoPro waarmee hij zichzelf aan het filmen is. Die bizarre metahandeling wordt door dj George Fitzgerald – die op dat moment achter de draaitafel staat – vastgelegd en op Instagram geplaatst. "Don't think they'd allow this in Berghain...", is het bijschrift. Met die actie – en het wegsturen van de jongen in kwestie – neemt Fitzgerald deel in het debat over clubwaarden en welk gedrag wel en niet thuishoort op de dansvloer, mediagebruik keurt hij net als Cole af.

In dit hoofdstuk wordt geanalyseerd hoe *judging* en *monitoring* als vormen van controle afbreuk doen aan de club als vrijhaven. Daarbij komen meerdere aspecten van controle op de club

¹¹⁶ Cole. (22-4-2014).

aan bod: toezicht door bezoekers, feestorganisaties en de staat. Iedere groep heeft zijn eigen controlemechanismen, waarvan de volgende hier worden onderzocht: draagbare technologieën en sociale media voor bezoekers, RFID-technologie die door organisaties wordt ingezet en regelgeving en wetten van de staat. Wetten zijn weliswaar geen nieuwe media, maar wel een geschikt aanknopingspunt voor onderzoek naar de relevantie van het concept TAZ nog is voor de hedendaagse clubscene. Samen met het concept 'space of play' van performancewetenschapper Alice O'Grady dient de TAZ namelijk als theoretische basis die het belang van vrijheid op de dansvloer aantoonst. Regelluwte en het ontbreken van controle zijn belangrijke voorwaarden voor het tot uiting komen van vrijheid stellen beide theorieën. Vrijheid is bovendien een vereiste voor escapisme, de volledige overgave aan de *oceanic experience*, maar ook de vrijheid om te experimenteren en 'spelen', waarbij bezoekers zich kunnen overgeven aan hedonisme.

Vlucht naar controle- en regelvrije feesten

Gezien de anarchistische herkomst van het concept temporair autonome zone, is het niet vreemd dat Hakim Bey onafhankelijkheid van de staat als belangrijke voorwaarde voor de TAZ noemt. De TAZ moet voor alle staatsorganen onzichtbaar zijn, alleen dan kan het gebied werkelijk autonoom functioneren. In een autonome zone is er geen NSA en zijn er geen wetten, regels of controlerende ambtenaren die de zelfstandigheid beperken. Zulke autonomie is lastig te bereiken tegenwoordig. Moderne technologieën, zoals de spionagesatelliet, zorgen ervoor dat autonomie niets meer is dan een romantische droom stelt Bey al in de jaren tachtig.¹¹⁷

Daarbij vindt hij dat een echte TAZ niet mag worden gemedieerd. "As soon as the TAZ is named (represented, mediated), it must vanish, it will vanish, leaving behind it an empty husk, only to spring up again somewhere else, once again invisible because indefinable in terms of the Spectacle", schrijft Bey.¹¹⁸ Daarmee beroept hij zich op Guy Debord, de temporair autonome zone moet losstaan van diens spektakelmaatschappij.¹¹⁹ Het draait niet om beelden en media maar juist om 'echte' ervaringen. Alle zintuigen moeten worden gebruikt: gehoor, reuk, tast, smaak en zicht. Het 'echte' leven, de ervaring, avontuur, gevaar en liefde kunnen niet worden vervangen. "If you make media the center of life then you will lead a mediated life - but the TAZ wants to be immediate or else nothing", schrijft Bey.¹²⁰

Het lijkt niet heel waarschijnlijk dat een dusdanige TAZ in een club kan worden waargemaakt. Het is onmogelijk voor te stellen dat een evenement tegenwoordig niet gemedieerd wordt en dat het feest niet wordt vastgelegd in filmpjes en foto's, maar ook niet in geschreven of gesproken tekst. Toch beweert Bey stellig dat zijn concept niet bedoeld is als utopische theorie, maar juist in de praktijk moet worden gebracht. Hij vindt het belangrijk dat de TAZ bestaat in "geographical odorous tactile tasty physical space (ranging in size from, say, a double bed to a large city)", anders zou de TAZ niet meer zijn dan een blauwdruk of droom.¹²¹ Mensen moeten hun eigen momenten en ruimtes waarmaken waarin vrijheid niet alleen mogelijk is, maar ook daadwerkelijk aanwezig.

Misschien dat hij daarom in een heruitgave van *TAZ: The Temporary Autonomous Zone* uit 2003 een aantal van zijn ideeën nuanceert. De relatie tussen de TAZ en tijd noemt hij daar fluïde, mogelijk bestaan er ook permanente autonome zones: PAZ's. Hij schrijft zelfs dat iets een relatieve

¹¹⁷ Bey. (1991).

¹¹⁸ Ibid.

¹¹⁹ Debord. (1994).

¹²⁰ Bey. (2003): xi.

¹²¹ Ibid.

mate van TAZheid kan bezitten; “a bit of autonomy's better than none, after all.”¹²² Tegenwoordig hebben we juist behoefte aan de piekervaring van autonomie die verbondenheid met andere mensen creëert, stelt Bey, niet alleen in onze verbeeldingskracht, maar in echte ruimte en tijd. “Now that we live in a world where (in the words of Lady Margaret Baroness Thatcher) ‘There is no such thing as ‘society’, the TAZ seems more relevant than ever”, schrijft hij.¹²³ Die nuancering betekent dat er voor de eigentijdse club nog kansen zijn om deels als TAZ te functioneren – een beetje vrijheid is ten slotte beter dan niets – maar ook dat er blijkbaar een toegenomen behoefte is aan zulke plekken. De TAZ biedt de vrijheid en verbondenheid die volgens Bey ontbreken in de moderne maatschappij. Dat wekt de suggestie dat er eveneens een groot gemis is aan clubs die kernwaarden als vrijheid en collectiviteit tot uiting brengen, de club die dient als ‘place of refuge’ in de woorden van Cole.

De relevantie van de TAZ voor de eigentijdse clubscene blijkt ook uit de Antenneonderzoeken over 2012 en 2013. Daarmee worden jaarlijks de trends in alcohol-, tabak- en drugsgebruik bij jonge Amsterdammers in kaart gebracht en in het verlengde daarvan ook het uitgaansleven. ‘Feestwildheid buiten het reguliere clubcircuit’ wordt genoemd als een belangrijke trend binnen het hedendaagse uitgaansleven door de onderzoekers Ton Nabben, Annemieke Benschop & Dirk J. Korf.¹²⁴ Nabben constateert bij de huidige generatie clubbers een herwaardering van vrije feestruimte, die hij verklaart met de kernwaarden van clubcultuur: “De kern van de housecultuur is de vrijplaats waar iedereen zichzelf kan zijn”.¹²⁵ Er is een verschuiving gaande van het vaste uitgaansterritorium naar locaties buiten de binnenstad. Daar openen tegenwoordig de meeste nieuwe clubs. Bovendien besluiten steeds meer mensen om zelf party’s en festivals te gaan organiseren, zonder officiële toestemming, vergunningen en de verplichte deurcontroles.¹²⁶ De noemer ‘illegaal’ wordt gebruikt als marketing en trekt veel bezoekers.

Het volgende sms’je uit januari 2013 wordt bestempeld als exemplarisch voor de feestwildheid buiten de betreden clubpaden: “Op de Valrave: doodmoe! (Afterparty) #deuren openen kwart voor 6 #pin op 500 meter #geen sigaretten, AH to Go op 500 meter, vanaf 8:00 #voldoende deurverkoop #locatie vanaf 7:00 online”.¹²⁷ De spanning van de onbekende locatie en het (semi)illegale karakter zorgen voor een bijzondere belevenis, de afscheiding van het dagelijks leven wordt daarmee extra kracht bijgezet. Ook het ontbreken van controle en regelgeving is van groot belang voor de populariteit van de ravecultuur. Veel panelleden van het onderzoek verklaren dat clubs tegenwoordig ongeschikt zijn voor een ‘gezellige feesttravagie’.¹²⁸ Clubprogrammeur Toby snapt de tweedeling van ‘wilde’ raves versus ‘brave’ clubavonden wel. Tijdens een clubavond ziet hij veel bezoekers dansen, kletsen en flirten. De sfeer is los zegt hij, maar niet zo uitbundig en wild als op een rave. “Het speelveld is qua regelgeving (roken, openingstijden, geluidafbakening, foullering, etc.) in de clubs nauw afgebakend. Het strenge beleid heeft een remmend effect op het druggebruik”, stelt *Antenne 2012*.

De regelgeving beperkt de autonomie van de club en dat beïnvloedt ook het vrijheidsgevoel van clubbers, die zijn dan minder geneigd tot drugsgebruik. Panellid Adje, nieuwkomer in de clubcultuur, beaamt dat. Zijn stapgroep gebruikt weleens ecstasy in clubs, maar geeft toch de

¹²² Bey. (2003): xi-xii.

¹²³ Bey. (2003): x.

¹²⁴ Nabben, Benschop & Korf. (2013).

¹²⁵ Van Haaren. (22-11-2013).

¹²⁶ Nabben, Benschop & Korf. (2013): 9.

¹²⁷ Nabben, Benschop & Korf. (2013): 25.

¹²⁸ Nabben, Benschop & Korf. (2013): 50.

voorkeur aan raves vanwege het ongedwongen gevoel daar. Ecstasy blijft na 25 jaar nog altijd een van de belangrijkste feestdrugs volgens het onderzoek. Dat wordt als volgt verklaard:

Het is een korte escape uit de alledaagse beslommingen en banaliteit. Het spontane en ongeremde gedrag naar anderen, het openen van jezelf en het sensuele liefdesgevoel dat je met anderen wilt delen [...] Je kan opgaan in de intense muziek beleving en de droomachtige visuele effecten. Daar kan volgens velen geen enkel ander middel aan tippen.¹²⁹

De drugservaring draagt bij aan het gevoel van vrijheid, doordat de trip zorgt voor een ontsnapping aan de dagelijkse zorgen. Bovendien draagt het bij aan de *oceanic experience*, aan escapisme en het gevoel van verbondenheid door de weggenomen sociale remmingen. De intense ervaring en visuele effecten zorgen er voor dat het feest nog verder als alternatieve realiteit wordt beleefd.

De regels van gemeente en overheid maken de club minder autonoom, dat maakt de sfeer braver en de bezoekers minder bereid tot drugsgebruik. De factoren waar aan kan worden gemeten hoe uitbundig er gefeest en gebruikt wordt zijn leeftijd (hoe jonger – begin-twintig – hoe wilder), sociale setting (hoe vuiler, hoe meer), toegangscontrole (hoe minder, hoe openlijker) en muziekstijl (hoe vuiger, hoe harder), bepaalt het onderzoek.¹³⁰

Antenne 2013 ziet een stroomversnelling in evenementen buiten het clubcircuit, ‘rave’ is het sleutelwoord geworden. Maar ook op die raves de autonomie betrekkelijk. Het onderzoek ziet overeenkomsten, maar ook verschillen met de beginperiode van rave in de jaren tachtig. De eigentijdse rave wijkt af vanwege onder andere “een intrigerende mix van natuurvoeding en beveiligingsmaatregelen”.¹³¹ Ze schetsen het volgende beeld van een hedendaags ravefestival:

Zaterdagmiddag, midden juli. De zon schijnt uitbundig. Een grote groep ravers in festivaloutfit heeft zich verzameld bij de bushalte. [...] De bussen rijden naar een feestweide in de buitengewesten van Amsterdam. Bij de toegang waarschuwt een bordje met rode letters: “Bij geconstateerd HARDDRUGSGEBRUIK wordt U VERWIJDERD en de POLITIE verwittigd”. Het feestterrein ziet er uit als een sprookjesdorp. Veel biologische broodjes, gezonde shakes, salades en smoothies. Maar ook de geur van wiet. [...] Een minderheid danst, maar het bruist van de energie. Een groot wit konijn banjert over de dansvloer. Gevederde meisjes met bloemenkransen schminken kwistig gezichten. Groepjes beveiligers staan verwonderd van een afstand toe te kijken.¹³²

Op het evenement hierboven is veel moeite gestoken in een sprookjesachtige aankleding, wat samen met geschminkte en verklede bezoekers het feest moet neerzetten als alternatieve realiteit. Die setting creëert een vrij gevoel bij de bezoekers, want conventies uit het dagelijks leven verdwijnen op die manier naar de achtergrond. Het is interessant hoe sommige bezoekers zich terugtrekken in een eigen plek: “In intieme hoekjes, afgebakend met gekleurde doeken en grote kussens liggen feestgangers. Sommigen met een lachgasballon, anderen trippend op de lsd.”¹³³ Dat toont aan hoe mensen zelfs op het feest zoeken naar een plekje met vrijheid en autonomie. Deze bezoekers creëren als het ware hun eigen mini-TAZ’s. In die afgeschermden, ‘onzichtbare’ plekken –al dan niet door de organisatie bewust daarvoor ingericht – voelen mensen zich vrijer en eerder geneigd om bijvoorbeeld drugs te consumeren.

¹²⁹ Nabben, Benschop & Korf. (2013): 56-57.

¹³⁰ Nabben, Benschop & Korf. (2014): 38.

¹³¹ Nabben, Benschop & Korf. (2014).

¹³² Nabben, Benschop & Korf. (2014): 1.

¹³³ Ibid.

Het bewakingspersoneel, de festivalbussen en het enorme aanbod aan eten geven echter weg dat dit evenement erg doordacht en georganiseerd is voor een rave. Dit lijkt eerder een dagfestival dan een spontane, illegale rave. Dit soort evenementen noemt het Antenneonderzoek 'quasiraves'. Daar is een vergunning voor geregeld en het evenement wordt meermalen op dezelfde locatie gehouden. Tickets kunnen gewoon online worden besteld en biertjes betaal je door te pinnen. De bezoekersaantallen op deze evenementen liggen tussen de 250 en 6.000. Tientallen organisaties in en rondom Amsterdam organiseren op het moment dit soort rave-achtige feesten in loodsen, feestzaaltjes, studio's en bunkers. In deze feestklasse zit de afgelopen vijf jaar de meeste groei.¹³⁴

De 'echte' underground is op het moment maar klein. Volgens Jack, portier en begeleider van jonge feestorganisaties, zijn de echte undergroundraves op één hand te tellen.¹³⁵ Vrijheid, intimiteit en een sterk groepsgevoel zijn volgens hem belangrijke kenmerken van een rave, net als een lage toegangs- en drankprijs. Ook panellid Olly mist een dusdanige ravescene: "Illegaal, zonder promotors en sponsors. Ergens onder een brug met een soundsysteem en pijpjes bier voor een euro."¹³⁶ Door het strenge politietoezicht is die scene krimpende, ondanks de levendige behoefte aan een pure underground.

De groei in het feestsegment van de quasiraves en het door panelleden genoemde gemis van een echte underground ravescene kan worden geïnterpreteerd als een zoektocht van clubbers naar clubwaarden als vrijheid, intimiteit en saamhorigheid. Dat toont aan dat de TAZ zijn relevantie nog niet heeft verloren voor clubcultuur. Hedendaagse clubbers blijven de onafhankelijkheid en piekmomenten van de temporair autonome zone nastreven. Dat concludeert ook dj en cultuurwetenschapper Victor van de Ven. Over de groei van het alternatief segment zegt hij: "Je wilt een bubbel creëren met een tijdelijk autonome zone. Die behoefte is weer heel sterk aanwezig".¹³⁷ Spanning, vrijheid en romantiek noemt hij de grote pullfactoren van raves.¹³⁸ De ideologie van de housecultuur zit volgens hem in de 'safe haven': "de vrijplaats waar iedereen zichzelf kan zijn, waar het niet uitmaakt wie je bent of wat je doet zolang je *chill* bent".¹³⁹ Traditionele clubs zijn blijkbaar steeds minder geschikt voor feestwildheid door de sterke regulering en andere sfeer die er hangt. Zij functioneren steeds minder als broedplaats voor de kernwaarden die ze zelf hebben ontwikkeld.

RFID-technologie en controle door organisatoren

Feestorganisaties werpen zich ook steeds vaker op als controleorgaan. Meer en meer feesten en festivals maken bijvoorbeeld gebruik van festivalbandjes met een ingebouwde RFID-chip. Deze technologie maakt het mogelijk om op afstand informatie op te slaan en af te lezen van RFID-tags in objecten als polsbandjes en pasjes. Veel grote (dance)festivals als het Amsterdam Dance Event, Lowlands, Rock Werchter en Tomorrowland maken al gebruik van deze technologie. De bandjes voorkomen vervalsing, hebben betaalmogelijkheden, bieden bezoekers de optie tot 'inchecken' bij acts en locaties en de chip kan gekoppeld worden aan de sociale mediakanalen van zijn drager.¹⁴⁰ Bezoekers kunnen dan bijvoorbeeld een act liken op Facebook, meedoen aan peilingen of automatisch tweeten bij welke show ze zijn. Jaap Hoevenberg, directeur van RFID-producent

¹³⁴ Nabben, Benschop & Korf. (2014): 9.

¹³⁵ Jack geciteerd in Nabben, Benschop & Korf. (2014): 36.

¹³⁶ Olly geciteerd in Nabben, Benschop & Korf. (2014): 36.

¹³⁷ Van de Ven geciteerd in Van Haaren. (22-11-2013).

¹³⁸ Coral. (2013): 568.

¹³⁹ Ibid.

¹⁴⁰ Ron. (20-01-2012).

Sendrato, licht toe dat de mogelijkheden echter nog veel verder gaan: “We kunnen iemands temperatuur meten, net als zijn hartslag. En met een ingebouwde accelerometer die bewegingen registreert, kun je zien of iemand is gevallen”.¹⁴¹ Dat maakt festivals volgens hem een stuk veiliger: “Als iemand al dertig minuten doodstil op het terrein ligt, kun je er een beveiliging op afsturen om te kijken of er iets aan de hand is”.¹⁴²

Sommige producenten bouwen zelfs lampjes in, zoals Sendrato die de bandjes leverden voor Tomorrowland in 2014.¹⁴³ Via de LED-lampjes kunnen bezoekers berichten ontvangen in de vorm van kleuren om hen op de hoogte stellen van calamiteiten. Daarnaast kunnen ze bijdragen aan crowdcontrol door bijvoorbeeld aan te geven dat er een kortingsactie is bij een lege stage. De lampjes worden ook opgenomen in de lichtshow van het festival en ze kunnen worden aangestuurd om dezelfde kleur licht te schijnen als op het podium. Op die manier draagt de technologie ook bij aan het gevoel van verbondenheid op het feest. Iedereen voor het podium vormt samen een enorme zee van lichtjes, dat creëert een ervaring vergelijkbaar met het moment tijdens popconcerten waarop iedereen zijn aansteker omhoog houdt. Verdere verbondenheid wordt verwezenlijkt door de sociale media-mogelijkheden uit te breiden: wanneer Tomorrowlandgangers hun bandjes een paar seconden naast elkaar hielden en op een knopje drukten, werden ze Facebookvrienden.

Deze blitse functies zijn echter niet de enige reden waarom de polsbandjes interessant zijn voor organisaties. De RFID-technologie verzamelt ook constant waardevolle data. Festivals krijgen een overzicht van waar iedereen zich op elk moment bevindt en hoe bezoekers zich over het terrein bewegen, data die bovendien is gekoppeld aan allerlei persoonlijke gegevens van de bezoekers. Bezoekers kunnen zo ontzettend goed gemonitord en geanalyseerd worden. De *big data* die de bandjes verwerven is wettelijk beschermd en niet volledig voor de organisatie inzichtelijk, maar de *DJBroadcast*-redactie heeft er toch onderbuikgevoelens bij:

Er wordt geregistreerd waar je hoe lang bent geweest, hoeveel bier je kocht, op welke prikkels (LED-lampjes) je reageert en misschien wel dat hartslag 140 slagen per minuut klokte nadat je dat pilletje pakte. Het is maar de vraag of die gegevens gebruikt worden, maar wil je wel dat iemand daar weet van heeft?¹⁴⁴

Tijdens showcasefestival SXSW wordt een toekomstscenario getoond voor de inzet van de bandjes. Pepsi organiseerde daar een speciaal event waar de RFID-technologie een centrale rol speelde. Bezoekers moesten persoonlijke gegevens als naam, leeftijd en geslacht koppelen aan hun bandje. Tijdens het feest werden de gemeten data als temperatuur en hartslag doorgegeven aan de dj, zodat deze zijn set daarop kan aanpassen, maar de gegevens werden ook op grote schermen aan de bezoekers getoond.¹⁴⁵ Wie dansen er het hardst, de mannen op de vrouwen? Welke leeftijdscategorie zweet het meest? Welke bezoekers staan er in de top 10 qua beweging? Het feest werd zo een wedstrijd en bezoekers werden aangemoedigd hun prestaties te verbeteren.

De monitoring wordt hier ingezet om de feestervaring te optimaliseren, het idee was om te kunnen anticiperen op bijvoorbeeld ongemakken als een te hoge lichaamstemperatuur. Toch lijken dit soort feesten niet veel met de kernwaarden van clubcultuur op te hebben. De vrijheid van bezoekers wordt weggenomen doordat ze zich moeten conformeren aan het doel dat de organisator voor ogen heeft, namelijk het halen van bepaalde prestaties en niet opgaan

¹⁴¹ Hoevenberg geciteerd in Hermans. (26-07-2014).

¹⁴² Ibid.

¹⁴³ Hermans. (26-07-2014).

¹⁴⁴ Ibid.

¹⁴⁵ Pepsi. (21-05-2014).

in de muziek en de *oceanic experience*. Het feest dient op deze manier niet als *space of play* waar bezoekers naar hartenlust kunnen experimenteren.

De club als space of play

Alice O'Grady theoretiseert de club als 'space of play'. Ze onderzocht de samenhang tussen de concepten ruimte, spel en performativiteit in de underground clubscene van het Verenigd Koninkrijk en concludeerde dat speelsheid een kenmerkend onderdeel is van een goed dancefeest.¹⁴⁶ Het underground feest is "a spatial construct that offers a context for moments of individual and collective transformation that are expressed and experienced performatively."¹⁴⁷ De clubruimte functioneert als speeltuin voor volwassenen waar mensen kunnen deelnemen aan vrije en vrijwillige spelactiviteiten.

Spel of 'play' definieert O'Grady als een stemming, activiteit of uitbarsting van vrijheid.¹⁴⁸ In de clubruimte kan 'spelen' de vorm aannemen van verkleden, spelen met je identiteit en experimenteren met verschillende (sociale) rollen, drank en drugs. De functie van spel is volgens O'Grady ambivalent: "Play can be frivolous and useful, trivial and meaningful, progressive and regressive simultaneously."¹⁴⁹ Underground clubcultuur kent deze ambivalentie ook. Spelen en raven kunnen zowel een ontsnapping aan het dagelijks leven zijn, als een confrontatie met de realiteit. Op een feest kan spel zowel licht, theateraal, spectaculair, speels en sociaal zijn, als donker, subversief, verontrustend, desoriënterend en potentieel fataal, in het geval van experimenteren met drugs.

De symbolische scheiding tussen de club en het dagelijks leven die in het vorige hoofdstuk uitvoerig is uiteengezet, is essentieel voor het functioneren van de club als speelse arena. Het feest moet zijn afgebakend als 'speciaal'. Doordat de clubruimte is gescheiden van het dagelijks leven zijn de gedragsvormen meer ontspannen en vervallen tweedelingen als dag/nacht, spectator/spektakel en realiteit/illusie. Dat zorgt voor een veilige omgeving waar feestgangers kunnen experimenteren met ideeën, identiteiten en (re)constructies van het zelf. Vaak neemt dit de vorm aan van verkleden en vermommen. Een speciale outfit stelt mensen in staat tijdens een feest of festival een andere identiteit aannemen of een andere versie van zichzelf worden. Door een dusdanige *party persona* aan te nemen ontstaat er een afstand tot het zelf, wat vrijheid tot spel en experiment mogelijk maakt.

Het beleid van Trouw is een mooie illustratie bij de theorie van O'Grady. De Amsterdamse club is zich bewust van hoe de mooie foto's en sfeerbeelden in de media hebben bijgedragen aan de populariteit van de club en zelfs aan de mystiek die om de club hangt, zo bericht *DJBroadcast*.¹⁵⁰ Toch heeft Trouw een 'fotoverbod' doorgevoerd voor pers en bezoekers. Een poster met de tekst 'no photos, no videos please, be in the moment and dance' bij de entree moet het publiek attenderen op hun ontmoedigingsbeleid en personeelsleden gaan bezoekers aanspreken op hun camera- en smartphonegebruik. Via zijn website maakt Trouw kenbaar door middel van het fotoverbod de vrijheid die de club biedt te willen beschermen en de spanning en spontaniteit behouden: "Als er geen camera's meer zijn, ontstaat er hopelijk een gevoel waarbij iedereen kan doen, laten, en dragen wat hij/zij wilt. What happens in Trouw, stays in Trouw."¹⁵¹ Er wordt geïnsinueerd dat de

¹⁴⁶ Hoewel O'Grady vooral de psytrance scene onderzoekt, stelt ze dat haar theorie ook buiten dat genre kan worden toegepast.

¹⁴⁷ O'Grady. (2012): 86.

¹⁴⁸ O'Grady. (2012): 89.

¹⁴⁹ O'Grady. (2012): 90.

¹⁵⁰ Horowitz. (22-11-2013).

¹⁵¹ Trouw. (2013).

aanwezigheid van mobiele telefoons en camera's de vrijheid van de bezoekers inperken, de sfeer zou dan minder ongedwongen en los zijn.

Bij de speciale Ontrouw-feesten krijgen alle bezoekers stickers waarmee de camera's op hun mobiele telefoons moeten worden afgeplakt. Die avonden wil Trouw dat hun bezoekers echt ultieme vrijheid hebben en dus wordt het camerabeleid extra strikt nageleefd. De Ontrouw-website vermeldt: "Unravel and reveal your identity. Use your body to narrate your intimate thoughts and dark wishes. Change your perspective and rethink what you hold as true. Let go of your surroundings and find your essence without context."¹⁵²

Op deze feesten kunnen mensen hun ware identiteit onthullen en hun diepste fantasieën uitleven. Uit de aankondiging blijkt dat Trouw uit is op een wild feest waarbij mensen helemaal losgaan. Trouw schrijft dat de "club [zal] transformeren tot een plek waar alle bezoekers zich vrij en geïnspireerd voelen om zichzelf ook te transformeren."¹⁵³ Uit zulke teksten blijkt dat ze bezig zijn met het creëren van de optimale omstandigheden voor een *space of play*: er wordt gezorgd voor afscheiding en vrijheid voor bezoekers. Ook de darkroom die Trouw voor de gelegenheid inrichtte sluit perfect – en vrij letterlijk – aan op haar gedachtegoed over de club als speelruimte. De afscheiding en markering van het feest als 'speciaal' gebeurt ook op de Facebook-eventpagina: "entree is alleen voor hen die het aandurven hun normale leven, outfits, gedachtes en angsten te laten gaan, dus stap uit die comfortabele sleur en in nieuwe en spannende sferen", schrijft Trouw daar.¹⁵⁴ Door de kreten 'let go of your surroundings' en 'what happens in Trouw, stays in Trouw' te gebruiken, verbeeldt de club zichzelf als een veilige en beschermde omgeving waarbinnen 'gespeeld' en geëxperimenteerd kan worden. Kostumering en decoratie zijn verdere tactieken die worden ingezet om de afscherming extra kracht bij te zetten. Zulke kleding maakt het voor bezoekers makkelijker een *party persona* aan te nemen. Een bijzondere outfit creëert een afstand tot het werkelijke zelf en biedt feestgangers zo extra ruimte tot experiment en vrijheid. Vandaar dat Trouw een speciale Tumblr-blog heeft met outfitinspiratie en de volgende dresscode-suggesties doet:

tribes - voodoo - tech heads - war paint - shaman - desire - volume - armor - enchanter - skulls - deformed - feathers - gasmasks - totem pole - latex - amazone - garden of eden - skin - laboratory - ancient accessories - leather - forests - underground - sex - deserted - fire - post apocalyptic¹⁵⁵

Sociale controle en zelfbewustzijn

Camera's en smartphones zijn media die in tegenstelling tot RFID-technologie tegenwoordig op alle feesten aanwezig zijn. Volgens Trouw een kwalijke ontwikkeling, hun fotobeleid is gebaseerd op de aanname dat camera's de vrijheid in de club aantasten. Die maatregel is behoorlijk tegenstrijdig: verboden opleggen om vrijheid te scheppen. Toch kiezen steeds meer clubs voor de maatregel, omdat ze vinden dat camera's een negatieve invloed hebben op de sfeer. Camera's creëren zelfbewustzijn, stelt Victor van de Ven. Mediatheoreticus Arjen Mulder verklaart dat door te schrijven: "iedereen gedraagt zich als fotomodel op het moment van gefotografeerd-worden".¹⁵⁶ Zodra er een camera in de buurt is, zijn mensen bezig met hoe ze in beeld worden gebracht. Wanneer iemand gefotografeerd wordt, verwerft hij technische controle over de blik van de ander,

¹⁵² TrouwAmsterdam. (2014).

¹⁵³ Trouw. (2012) 'Ontrouw - a new tribe'.

¹⁵⁴ Ibid, Trouw. (2012) 'Ontrouw bedankt bezoekers'.

¹⁵⁵ Trouw. (2012) 'Ontrouw - a new tribe'.

¹⁵⁶ Arjen Mulder (2000): 115.

stelt Mulder. “Omdat de blik van de kijker samenvalt met het camerastandpunt, kun jij bepalen hoe andere mensen jou zullen zien”.¹⁵⁷

Om het zelfbewustzijn van zijn bezoekers niet te triggeren, gaat Berghain nog een stap verder dan Trouw. De club heeft niet alleen een fotoverbod, maar ook nergens in het gebouw spiegels hangen. Zelfs de onbewuste gewoonte om bij elk toiletbezoek een blik in spiegel te werpen om even haar, make-up en outfit te bekijken, wordt hiermee voorkomen. De club wil daarmee benadrukken dat het draait om de ervaring en niet om looks.¹⁵⁸ Ook dj DVS1 bewondert het fotobeleid van de Berlijnse club, omdat het voorkomt dat bezoekers zich onbewust druk maken over foto's die mogelijk worden gemaakt. Hij schrijft:

Not to be cliché, but look at one of the most successful and respected house/techno destinations in the world, Berghain/Panorama Bar, and what is the number-one rule? NO PHOTOS! It's not because the club is hiding something, and it's not because its managers don't want you to see something; it's because they firmly believe in and see the power of allowing people to be themselves without subconsciously worrying about being captured on camera. They believe that hedonism and the general feeling of living in the here-and-now is absolutely essential to creating a real energy and vibe.¹⁵⁹

Zelfbewustzijn ontstaat echter niet alleen door spiegels of de camera op zich. Mensen die worden gefotografeerd staan niet alleen stil bij hun pose, maar ook bij het potentiële publiek van de foto. Feestfoto's verschijnen vaak op sociale media of de website van de club. Met een smartphone kunnen snapshots al vanaf het feest worden gedeeld. Zelfs normale fotocamera's als de Samsung Galaxy Camera hebben tegenwoordig vaak de optie om foto's direct op sociale media te plaatsen.

Clubbers worden – vaak zonder het door te hebben – op de foto gezet zonder dat ze weten wat er daarna met die afbeelding gebeurt. Een fotograaf verwerft daarmee macht over de mensen die hij fotografeert, zo stelt Arjen Mulder. “[H]et standpunt van de fotograaf [maakt] duidelijk dat fotograferen een vorm van agressie is, van toeëigening, exploitatie, van diefstal van andersmans gezicht of leven. En dat voor een doel dat alleen de fotograaf kent, ongeacht wat de afgebeelden ervan dachten toen ze zo vriendelijk waren zich te laten vastleggen.”¹⁶⁰ Toe-eigening, exploitatie en diefstal zijn fikse begrippen, maar de gevolgen van een foto die op verkeerde website belanden of het verkeerde publiek onder ogen komen zijn vaak ook niet mals. Wanneer mensen willen experimenteren en spelen met hun identiteit is het belangrijk dat ze dat in een veilige omgeving kunnen doen, vandaar dat de afscheiding tussen buitenwereld en club zo belangrijk is. Mensen moeten zich vrij voelen om dingen te proberen en de ruimte hebben om ook te ‘falen’. Als iemands nieuwe *party persona* op maandagochtend opeens door vrienden, familie of collega's kan worden bekeken, zul diegene zich de volgende keer toch wel een paar keer bedenken voordat hij weer een transformatie ondergaat voor een clubbezoek.

De interviews van Sherry Turkle geven blijk van hoe camera's en sociale media bijdragen aan zelfbewustzijn en verhinderen dat mensen zich vrij voelen. Als ze met de achttienjarige Gloria praat over de dingen die zij op Facebook plaatst, zegt deze dat ze erg voorzichtig is: “[i]t's like the Internet could blackmail me.”¹⁶¹ Ze is terughoudend en kan zich niet voorstellen om publiekelijk dingen te

¹⁵⁷ Arjen Mulder (2000): 115.

¹⁵⁸ Ook die maatregel is niet geheel ondubbelzinnig, want Berghain staat ook bekend vanwege zijn strenge deurbeleid. Zonder de juiste uitstraling is het onmogelijk om de club überhaupt binnen te komen.

¹⁵⁹ DVS1. (15-09-2014).

¹⁶⁰ Mulder. (2000): 115.

¹⁶¹ Turkle. (2012): 256.

doen die niet op Facebook belanden. “Any time she goes out to a dance or a party or a coffee shop, friends are taking pictures and posting them. She does not want to misbehave in a way that would cause Facebook to want her off the system”, schrijft Turkle. Een andere geïnterviewde beaamt dat en zegt zich te laten beïnvloeden door de hoeveelheid camera’s die overal aanwezig zijn. “It [the Internet] definitely makes you think about going to a protest or something. There would be so many cameras. You can’t tell where the pictures could show up.”¹⁶²

Het zelfbewustzijn op de dansvloer – maar ook daarbuiten – kan worden verklaard met het participatoir panopticon. Met dat model, afkomstig van de futurist Jamais Cascio, kan de terughoudendheid worden verklaard als een gevolg van draagbare technologieën als cameratelefoons en tablets. Die creëren een nieuwe vorm van controle en discipline. Cascio grijpt terug op de machtsstructuur die Michel Foucault toelicht met behulp van het panopticon, het belangrijkste concept binnen surveillance studies de afgelopen decennia. Dat concept heeft hij geactualiseerd voor de huidige situatie. Het panopticon is een gevangenisontwerp door Jeremy Bentham uit de 18^e eeuw, een rond gebouw met in het midden één centrale uitkijktoren van waaruit bewakers alle gevangenen te allen tijde in de gaten kunnen houden.¹⁶³ Voor de gevangenen is het niet mogelijk om te zien of de controlekamer is bemand of niet. De mogelijkheid dat er op elk moment iemand aanwezig kan zijn, disciplineert de gevangenen. De blik van de bewakers wordt geïnternaliseerd en ook zonder hun aanwezigheid gedragen de gevangenen zich volgens de regels. Met het beeld van de panopticon beschrijft Foucault dus hoe een constante (mogelijkheid tot) surveillance mensen kan disciplineren en dwingen tot bepaald ‘gewenst’ gedrag.¹⁶⁴

Cascio stelt dat die controle tegenwoordig niet door een centraal orgaan (de overheid) wordt uitgevoerd, maar door iedereen. Big Brother is vervangen door een heleboel little sisters. Het participatoir panopticon is een model dat sociale controle uitbeelddt. De sociale transformatie teweeggebracht door de cameratelefoon zal even ingrijpend zijn dan de transformaties na de komst van tv en de computer, stelt Cascio.¹⁶⁵ Telefoons zijn ‘always on’ media, altijd beschikbaar voor connecties en interacties zonder dat de gebruiker er aandacht aan hoeft te besteden. De potentie van de smartphonecontrole ziet Cascio in zijn tekst uit 2005 nog vooral op het gebied van politiek en activisme. De ontwikkeling van burgerjournalistiek toont aan dat iedereen met een cameratelefoon politici en agenten kan controleren en terechtwijzen door hun handelingen vast te leggen. ‘Sousveillance’ heet die *bottom up*-controle, in tegenstelling tot surveillance, wat letterlijk kijken van bovenaf betekent. De nieuwe technologieën zouden bijdragen aan een transparantere wereld: “a world where official misbehavior will be ever more difficult to hide.”¹⁶⁶

Andere theoretici zien echter meer sociale implicaties bij een participatoir panopticon. Niet alleen voor machthebbers is het moeilijk om fouten en misdragingen te verbergen, maar ook voor normale burgers. Kingley Dennis schrijft in 2008 over de zelfsurveillance en het ‘virtual vigilantism’ die ontstaan door de nieuwe digitale technologieën. Volgens hem laat Cascio verschillende kanten van sousveillance onbelicht. Burgers houden namelijk niet alleen de machthebbers in de gaten, maar ook elkaar. Dennis haalt ‘dog-shit-girl’ daarbij aan als voorbeeld, een Koreaans meisje dat weigerde de uitwerpselen van haar hond op te ruimen nadat deze in de metro had gepoept. Een medepassagier maakte een foto en plaatste deze op een bekende Koreaanse website. De foto ging al snel de wereld over. Haar naam en andere persoonlijke gegevens werden achterhaald en overal op

¹⁶² Turkle. (2012): 262.

¹⁶³ Foucault. (1979).

¹⁶⁴ Ibid.

¹⁶⁵ Cascio. (04-05-2005).

¹⁶⁶ Ibid.

internet werd het meisje hard veroordeeld voor haar actie. Naar verluidt stopte 'dog-shit girl' met haar opleiding en overwoog ze zelfmoord als gevolg van alle commotie over de foto.¹⁶⁷

Sousveillance zorgt niet alleen voor bottom-up controle van de top, maar ook voor zelf-controle en zelfbeheersing. "It is the discipline of being inwardly secure; firstly vigilant towards the self; secondly towards other people/selves. This form of discipline seems to suggest that there is little room for negligence when watchfulness is the order of the day", schrijft Dennis.¹⁶⁸ Vanwege de constante dreiging gesnapt te worden door een (smartphone)camera passen mensen hun gedrag aan. Iedereen is waakzaam. Een moment van achteloosheid, waarin je ongedwongen doet wat je wilt, kan ernstige gevolgen hebben wanneer je publiekelijk aan de (online) schandpaal wordt genageld. In de handen van verantwoordelijke gebruikers is de controle overwegend aardig, correctief en beschermend, maar bij onervaren of manipulatieve mensen kan de waakzaamheid echter omslaan in pesterijen, stalken, voyeurisme en indringing.¹⁶⁹ Het participatoir panopticon kan op die manier relaties met de omgeving, andere mensen en "the very sense of one's own self" hervormen.¹⁷⁰ Vooral in de clubomgeving waar veiligheid en vrijheid van groot belang zijn, is het dus niet gek dat mensen hun gedrag aanpassen bij aanwezigheid van camera's en smartphones. Juist daar waar mensen zichzelf transformeren en experimenteren zijn ze het meest kwetsbaar. Het is lastig om een *space of play* te scheppen, wanneer bezoekers rekening moeten houden met familie, collega's en bekenden die potentieel meekijken.

Volgens de New Yorkse clubeigenaar Amy Sacco bestaat er tegenwoordig "een negatieve sociale mediacultuur waarin iedereen op zoek is naar de slechtste foto".¹⁷¹ Dat bewijzen ook Facebookpagina's als 'Embarrassing party photos and Fails' en 'Embarrassing nightclub photos'.¹⁷² Zulke pagina's maken het heel begrijpelijk dat mensen neigen naar zelfcensuur of terughoudendheid door de sociale controle, want die sites, waarvan tientallen varianten bestaan, plaatsen constant foto's van gênante scènes uit het nachtleven. Er staan afbeeldingen op van dronken mensen, filmpjes van feestvierders die vreemd gedrag vertonen door drugsgebruik, maar ook zoenende clubbers of personen die 'foute' uitgaanskleding dragen. Het aantal likes dat de pagina's hebben – de grootte van hun publiek – varieert van 110.000 tot 1.800.000.

Er zijn talloze andere voorbeelden van zulke filmpjes en foto's die worden rondgestuurd. Een Noorse vriendin stuurde mij onlangs een video, vergezeld met de tekst "I hope no one has a video of us dancing and done this to it".¹⁷³ Het filmpje bleek uit Nederland te komen en was via een Amerikaanse website bij de vriendin in Noorwegen beland. In de video zijn drie jongens uitbundig aan het dansen op Awakenings-festival. De technomuziek is echter vervangen door een jolig country deuntje van Benny Hill en zorgt ervoor dat het drietal er lachwekkend uitziet.¹⁷⁴ Het filmpje is inmiddels meer dan 5,1 miljoen keer bekeken en toont hoe kwetsbaar clubbers zijn in het bijzijn van een smartphone. Dit ene dansje heeft ervoor gezorgd dat ze wereldwijd door miljoenen mensen zijn uitgelachen.

Dan Cole had gelijk toen hij stelde dat *judging* en *monitoring* afbreuk doen aan de club als vrijhaven. Voor vrijheid op de dansvloer is het belangrijk dat er niet teveel regels zijn. Controle beperkt de

¹⁶⁷ Dennis. (2008): 349.

¹⁶⁸ Ibid.

¹⁶⁹ Dennis. (2008): 350.

¹⁷⁰ Ibid.

¹⁷¹ Huismans. (01-05-2014).

¹⁷² Embarrassing party photos and Fails. S.a., Embarrassing Nightclub Photos. S.a.

¹⁷³ Andersen. (03-04-2014).

¹⁷⁴ Nieuwenhuijzen. (2014).

autonomie van het feest en heeft zo een remmend effect op het vrije gevoel. Dat verklaart de grote populariteit van raves op het moment, daar hangt de ongedwongen sfeer die clubbers elders missen. In veel gevallen zijn dit eerder quasiraves dan daadwerkelijke underground party's, maar blijkbaar zorgt zelfs een vleugje autonomie al voor een vrijer gevoel. Een beetje TAZheid is tenslotte beter dan niets, zoals Bey stelt. Zijn temporair autonome zone blijft nog altijd een belangrijk ideaal binnen de clubscene. Misschien wordt de TAZ zelfs steeds invloedrijker, omdat de maatschappij een steeds grotere behoefte aan autonome zones creëert.

Clubs functioneren minder snel als TAZ of *space of play* door het gebrek aan afscheiding van de buitenwereld, maar ook door de toegenomen controle. RFID-technologie zorgt op festivals als Tomorrowland voor steeds verregaandere controle. Er is niet langer alleen toe'zicht', maar het publiek wordt ook gemeten en geanalyseerd. Hun beweging, temperatuur, aankopen et cetera kunnen allemaal worden gevolgd.

De grootste dreiging komt echter van draagbare technologieën als smartphones en camera's in combinatie met sociale media. Er heeft zich een horizontaal systeem van controle ontwikkeld, het participatoir panopticon. Mensen houden elkaar in de gaten, maar vooral zichzelf en hun eigen gedrag. Camera's en in het bijzonder de smartphonecamera zorgen ervoor dat niemand ooit echt buiten beeld is en dus is iedereen constant alert. De sfeer op de dansvloer heeft daaronder te lijden. Mensen zijn terughoudender en de club dient in afnemende mate als *space of play*. Het veilige toevluchtsoord waar mensen durven te experimenteren en zichzelf te transformeren is ook een voorwaarde voor escapisme – het overgeven aan de ervaring en alle zorgen te vergeten – en hedonisme – het experimenteren met bijvoorbeeld dans, drugs en seksualiteit.

Relatief weinig clubs kiezen er echter voor om net als Berghain en Trouw fotografie te verbieden en ook bezoekers zullen niet snel bewust hun telefoon thuis laten liggen. Waarom kiezen feestorganisaties en clubbers er voor om actief bij te dragen aan deze controle die afbreuk doet aan de kernwaarden van clubcultuur? Die vraag wordt in het volgende hoofdstuk beantwoord.

4. Identiteit. 'Doing being a clubber' op sociale media

Ben jij een jong en aantrekkelijk persoon die het goed naar z'n zin heeft? Deze gast zou heel graag jouw jonge aantrekkelijke moment waarin je het naar je zin hebt willen verkopen aan een bedrijf dat jou in je #jeugd #branding #marketing promo-project wil stoppen. Maar laat het dreigende gevoel van de op winst beluste bedrijven jou niet zelfbewust maken over het naar je zin hebben met je mede-zorgeloze millennials, uhm, vrienden. Smile!¹⁷⁵

In bovenstaand citaat geeft *Thump* de partyfotograaf een flinke veeg uit de pan. Hun artikel '11 type festivalgangers die je deze zomer geheid gaat tegenkomen' verwijst vaak naar het gebruik van sociale media, telefoons en camera's om de verschillende bezoekers te classificeren, maar liefst vier types worden gekarakteriseerd door hun mediagewoontes. De Fashionblogger is een "Tumblr-geobsedeerde fashionista" wiens voornaamste festivaltaak het halen van het "vereiste aantal Instagram-likes" is.¹⁷⁶ De Steriele Hipster staat "om 14:00 in de vet obscure tent om zo de beste Instagramfoto van die band met gekke naam te maken" en de Twitter Reporter blokkeert ieders zicht "door die domme telefoon die telkens in de lucht hangt, op zoek naar wifi." Het is niet zo vreemd dat mediagebruik zo bepalend is, want Victor van de Ven stelt dat onder het publiek tegenwoordig een 'picture or it didn't happen'-gevoel leeft. Alles moet worden vastgelegd en gedeeld. "Die alomtegenwoordigheid van camera's maakt mensen toch meer bewust van zichzelf. Dit komt de sfeer op de dansvloer niet altijd ten goede", zegt hij tegen *DJBroadcast*.¹⁷⁷ Mensen willen alles wat ze meemaken fotograferen, maar doen daarmee wel afbreuk aan de kwaliteit van het feest. Een vreemd contrast: door aan de buitenwereld te tonen hoe leuk je avondje uit wel niet is, wordt het feest eigenlijk minder aangenaam. Uit het vorige hoofdstuk bleek hoe nieuwe media als smartphones en sociale netwerksites hebben bijgedragen aan een model van sociale controle, het participatoir panopticon, wat ervoor zorgt dat iedereen terughoudender is. Die controle is schadelijk voor kernwaarden van clubcultuur als vrijheid, escapisme en hedonisme, maar toch blijven nieuwe media aanwezig op feesten. Hoe kan die tegenstrijdigheid worden verklaard? In dit hoofdstuk worden de motieven achter het maken van feestfoto's en aftermovies door zowel bezoekers als feestorganisaties onderzocht. Theorie van Sarah Thornton wordt aangehaald om de rol van media binnen clubcultuur te beschrijven als een platform voor het definiëren van clubcultuur en het tentoonstellen van het clubber-zijn. Daarbij wordt ook onderzocht hoe die functie van media is veranderd door de komst van nieuwe media. Verder is er aandacht voor de debatten die momenteel worden gevoerd in de media en wordt er gekeken welke visies op de eigentijdse clubscene er daarbinnen worden uitgedragen.

Officiële aftermovies en feestfotografie als simulacra

Popmuziekplatform *3voor12* plaatste in 2013 een artikel over de groeiende trend onder festivals om hun eigen mediacontent te creëren. De aftermovie, een videosfeerverslag van een evenement, is tegenwoordig gemeengoed stellen ze.¹⁷⁸ Op dancefestival Awakenings liepen afgelopen jaar maar liefst tien fotografen en zes cameramannen rond om verslag te doen van acht podia. "Een paar keer per uur worden er nieuwe foto's geplaatst", zegt Awakenings-boeker Maarten van Beusekom.¹⁷⁹ "Dat

¹⁷⁵ Noisy Redactie. (13-06-2014).

¹⁷⁶ Ibid.

¹⁷⁷ Van Haaren. (2013).

¹⁷⁸ De Vrieze. (07-11-2013).

¹⁷⁹ Van Beusekom geciteerd in De Vrieze. (07-11-2013).

is leuk voor de mensen die geen kaartje hebben kunnen kopen en toch het festival willen volgen.” Hij voorspelt dat het maken van eigen mediacontent alleen nog maar zal toenemen. “Met wifi op het terrein kunnen mensen hun eigen foto's en filmpjes uploaden, die we al tijdens het festival kunnen vertonen op de torens op het terrein waarop ook programma-informatie te zien is. Dat soort dingen is niet ver weg, nu de techniek steeds beter wordt”, vertelt hij. Ook hardstyle-evenement Defqon.1 heeft een aftermovie. Het filmpje duurt maar liefst 25 minuten en heeft bijna vier miljoen views op *YouTube*.¹⁸⁰ “We proberen die na afloop zo snel mogelijk online te zetten”, zegt Rogier Werver van organisator Q-Dance. “De beleving van een evenement begint vanaf het moment dat wij er iets over publiceren, soms een half jaar van tevoren. Vergelijk het maar met de posters die vroeger in de stad hingen als het circus eraan kwam. En het stopt pas als wij stoppen met communiceren.”¹⁸¹ De feestervaring beslaat volgens hem niet langer alleen het feest zelf, maar komt meer en meer gelijk te staan aan de mediabeleving.

Feestfoto's en aftermovies worden niet alleen gemaakt als herinnering aan het feest voor de bezoekers, maar zijn juist gericht op de mensen die niet aanwezig zijn. Die kunnen vanachter hun computer meegenieten door een constante stroom van foto's en filmpjes of zelfs livestreams. Dit beeldmateriaal wordt bekeken door een publiek dat vele malen groter is dan het aantal bezoekers van een evenement. Ze zijn een visitekaartje voor de organisatie en functioneren als reclame. Thuisblijvers worden door de vrolijke beelden aangemoedigd de volgende keer zelf ook een kaartje te kopen. De Amsterdamse partyfotograaf Walter Vroegop bevestigt dat:

Fotografie is niet meer voor de bezoekers, het is voor die thuisblijvers die een idee van de avond willen krijgen. Op jouw evenement komen misschien vijfhonderd bezoekers, maar de mensen die dat zien zijn soms wel het tienvoudige dankzij het taggen. Bij sommige feesten krijg ik bijvoorbeeld een heel kleurrijk en vrolijk gevoel. Dat komt voor een groot deel door de foto's.¹⁸²

Hij stelt net als Rogier Werver dat de beleving van feesten voor een groot deel wordt gevormd door de online beeldvorming. Vandaar ook dat organisaties er zoveel moeite en geld in investeren.

De aftermovie van het Belgische festival Tomorrowland – de langste, duurste en uitgebreidste in zijn soort – wordt veel geprezen. Blogs en fans noemen hem “as epic as you expected it would be” en “30 minutes of pure bliss reliving the incredible moments felt and experienced at a truly magical and wonderful place”.¹⁸³ De artikelen van serieuze elektronische muziekmedia als *Vice*, *Thump* en *DJBroadcast* zijn kritischer. Het is opvallend hoe dit soort berichten de waarheidsgetrouwheid van aftermovies vaak in twijfel trekken. Op *Thump* klaagt iemand zich: “Je begint toch bij elke aftermovie weer te twijfelen of je nou zo naar de klote was, dat je dit helemaal gemist hebt toen je rondliep, of dat de maker van de video net die drie zonnestralen heeft weten vast te leggen en de rest met een filtertje heeft bewerkt.”¹⁸⁴ Een artikel op *Upcoming* kopt: ‘UITGELEKT: Het recept voor de perfecte aftermovie. 12 Stappen om je partijtje tof te laten lijken op beeld - zelfs als 'ie stiekem ruk was’.¹⁸⁵ De twijfelachtige waarheidsgetrouwheid wijten ze deels aan het vaste stramien dat aftermovies volgen. Elk filmpje ziet er geweldig uit door trucjes als lensflares en kleuraanpassingen en

¹⁸⁰ Q-dance. (24-06-2013).

¹⁸¹ Werver geciteerd in De Vrieze. (07-11-2013).

¹⁸² Vroegop geciteerd in Van Haaren. (2013).

¹⁸³ Sachs. (11-09-2013), Gambillon. (12-09-2013).

¹⁸⁴ De Recht. (03-06-2014).

¹⁸⁵ Steven. S.a.

aftermovies bevatten vaak standaard ingrediënten als een stel handen dat een hartje vormt, opblaasdieren, bellenblaas en handkussende meisjes. Over de aftermovie van Tomorrowland schrijft *Vice*: “Beter dan dit kun je een plat feest niet weergeven. De montage, het sound design; deze video is een utopie. En het werkt ook nog eens. Ik MOET hier volgend jaar naartoe”.¹⁸⁶

De geïdealiseerde aftermovies beginnen volgens cultuurwetenschapper en DJ Victor van de Ven trekjes te krijgen van de concepten hyperrealiteit en simulacra zoals filosoof Jean Baudrillard die formuleert. Die stelt dat onze werkelijkheid steeds meer wordt vormgegeven door kopieën van een niet bestaande, geïdealiseerde ‘werkelijkheid’.¹⁸⁷ “Men creëert een plaatje met mooie vrouwen, prachtig licht, haren die rondzweven. Een half lege dansvloer wordt vanuit een gunstige hoek gefilmd”, zegt Van de Ven.¹⁸⁸ Op die manier wordt de avond voor het online-publiek opgeleukt, de beelden zijn beter dan het daadwerkelijke feest. Het ‘online evenement’ wordt volgens Van de Ven steeds belangrijker en goede feestfoto’s en aftermovies zijn onmisbaar. Facebook is voor veel organisatoren het ‘mainleading’ medium en de grote aantrekkingskracht van partyfoto’s op het sociale medium is mooie reclame voor clubs stelt ook *Antenne 2013*.¹⁸⁹

Doordat feestfoto’s en aftermovies een belangrijk onderdeel zijn van club- en festivalmarketing houden organisaties de touwtjes graag in handen bij de beeldvorming van hun evenementen. Awakenings kiest er daarom voor om alle fotografen te weigeren, behalve een door henzelf ingehuurd team. Dat geeft hen een grote controle over hoe het festival in de media te zien is. Op *3voor12* beweert Awakenings’ Maarten van Beusekom dat die macht er niet toe leidt dat ze “net doen of de zon schijnt als het regent”.¹⁹⁰ “Maar”, zegt hij, “we hebben wel een idee over wat we willen. Niet van die standaard partypics van vriendengroepen met de armen om elkaars schouders, niet alleen maar mannen of alleen maar meisjes.”¹⁹¹ Van Beusekom vindt bovendien dat het publiek niet al te lang moet worden gefotografeerd: “Op een gegeven moment zitten mensen op een ander level, en dat is voor niemand leuk. Op Awakenings Festival stoppen we om vier uur met het fotograferen van publiek.” ‘Op een ander level’ is natuurlijk een eufemisme voor onder invloed en niet fotografeerbaar, maar die verwoording vermijdt hij heel bewust.

Ook *Antenne 2013* schrijft dat de beelden op sociale media secuur worden geselecteerd, “[d]e ‘geragde’ (stoned en naar de kloten) types worden er wel uitgefilterd.”¹⁹² Het is niet onbegrijpelijk is dat organisaties geen foto’s van overduidelijke drugsgebruikers op hun site willen plaatsen, dat is geen reclame en wellicht dat ze middels de censuur hun bezoekers ook in bescherming willen nemen. Desondanks dragen dat soort selectieprocedures wel bij aan het creëren van een hyperrealiteit: er wordt een opgeschoond beeld geschetst van de realiteit. *3voor12* betreurt die censuur door feestorganisaties. “Want dat is toch ook waar het nachtleven om gaat: je verliezen, los gaan, met zijn allen toelevan naar die piek ergens aan het einde. Vrijwillig de camera uitzetten na de eerste uren, dat is net als na drie nummers bij een concert uit de fotopit gestuurd worden, zoals gangbaar is bij rockbands”, schrijft Atze de Vrieze.¹⁹³ Fotoseries missen door de tijdsrestricties en het

¹⁸⁶ Van den Brink. (28-09-2012).

¹⁸⁷ Baudrillard. (1994).

¹⁸⁸ Van de Ven geciteerd in Van Haaren. (2013).

¹⁸⁹ Nabben, Benschop & Korf. (2014): 37.

¹⁹⁰ Van Beusekom geciteerd in De Vrieze. (16-02-2015).

¹⁹¹ Ibid.

¹⁹² Nabben, Benschop & Korf. (2014): 37.

¹⁹³ De Vrieze. (16-02-2015).

filteren dus een aantal kernwaarden van de clubcultuur: het escapisme en het gevoel van collectiviteit dat groeit richting het einde van het feest.

Clubbers gaze

De beleving van feesten wordt steeds vaker gelijkgesteld aan de mediëring ervan. Dat draagt niet alleen bij aan de hyperrealiteit van dancefeesten, maar beïnvloedt ook de uitgaanservaring doordat er een soort *tourist gaze* wordt gevormd.¹⁹⁴ De feestfoto's en aftermovies zijn gericht op thuisblijvers en toekomstige bezoekers, die op basis van de geziene beelden verleid worden de volgende keer ook te komen. Zulke beelden creëren bepaalde verwachtingen bij hun toeschouwers. Wanneer die mensen de volgende keer wel het evenement bezoeken, zullen ze onbewust op zoek gaan naar de voorstelling van het feest die de feestfoto's hebben gevormd. Willem Laurey, programmeur bij de Rotterdamse club Las Palmas, vindt dat het daarom opwindender is om naar een club te gaan zonder beelden te hebben gezien¹⁹⁵. Hij bezocht zelf voor het eerst feesten in de jaren tachtig en negentig en stelt dat je destijds een apart gevoel bij feesten had, omdat je er niets over kon lezen of op tv zag. Daardoor kregen de evenementen iets ondeugends. "Nu is dance op radio en tv en zijn er zelfs al dvd's van feesten. Dan is de verrassing er natuurlijk wel af", zegt Laurey.¹⁹⁶ Dj DVS1 is het met hem eens en stelt dat de spaarzame clubfoto's of video's die er in de jaren negentig werden gemaakt iets speciaals en exotisch hadden: "At that time, images that provided a glimpse into the night before had real weight and substance in terms of their impact, as they provided a window into an experience, community, and scene that was largely secret and out of the mainstream eye."¹⁹⁷ Nu worden we echter zo overspoeld met feestfoto's dat deze hun magie hebben verloren.

Tegenwoordig kan een fotoverbod daarom bijdragen aan de mythe rondom een club. Tobias Rapp stelt dat het fotoverbod mede heeft gezorgd voor de mythische status van Berghain. Doordat alleen mondelinge overlevering van de wilde uitgaansverhalen mogelijk is, moeten mensen hun vrienden telkens bijpraten over hun bizarre avonturen in het weekend. "Das Besondere an den Geschichten ist, dass sie kontinuierlich in das große Berghain-Gespräch verwoben werden. [...] So entsteht der Mythos, und er setzt sich endlich fort."¹⁹⁸ Nieuwe bezoekers kennen wel de wilde verhalen over seks op de dansvloer en drugsgebruik op de toiletten, maar weten verder niet precies wat ze van de club moeten verwachten. Mensen staan urenlang in de rij om de club te bezoeken, omdat ze alles met hun eigen ogen willen zien.

Mediatheoreticus Marshal McLuhans opvatting van warme en koude media kan dat verklaren. Fotografie is een warm medium stelt hij: een foto laat weinig aan de verbeelding over. De afbeelding geeft het bijbehorende zintuig zicht heel veel informatie en ons brein hoeft er maar weinig details bij te verzinnen.¹⁹⁹ Koude media, zoals verhalen of tekeningen, bevatten veel minder informatie en sporen de verbeelding daarom in veel grotere mate aan. Gebaseerd op McLuhan beweert mediawetenschapper Arjen Mulder dat hete media verlangens oproepen en koude media verleiden.²⁰⁰ "Hete media prikkelen één zintuig zo sterk dat de verhitting alleen is te dempen door alle overige zintuigen te late afkoelen; dat wil zeggen: gevoelloos maken. Koude media doen het tegendeel: zij dempen één zintuig zozeer dat de overige zintuigen aanslaan en emotie produceren",

¹⁹⁴ Urry. (2002).

¹⁹⁵ Laurey geciteerd in Van Terphoven & Beemsterboer. (2004): 84.

¹⁹⁶ Ibid.

¹⁹⁷ DVS1. (15-09-2014).

¹⁹⁸ Rapp. (2009): 143.

¹⁹⁹ McLuhan. (1964).

²⁰⁰ Mulder. (2004): 47.

schrijft Mulder.²⁰¹ Daarom werkt de mondelinge overlevering van Berghain ook goed als marketingmiddel, net als de mooie feestfoto's en filmpjes. Doordat de fantasie naar aanleiding van alle verhalen wordt aangewakkerd, willen mensen de club bezoeken. Ze hebben wel bepaalde verwachtingen, maar er is veel minder sprake van een *tourist gaze* dan wanneer ze tientallen foto's en filmpjes van de club hadden gezien.

De buitenmediale ervaring en het feest als spektakel

Trouw beseftte dat de mooie foto's die online verschenen hebben bijgedragen aan de populariteit en mystiek die om de club hangt, maar besloot toch om evenals Berghain een fotoverbod door te voeren. Als het nieuwe beleid wordt bekendgemaakt zegt hun communicatiemanager Kyara van Loenen:

Natuurlijk is het goed geweest voor de communicatie naar buiten toe en het neerzetten van bepaalde sfeer, maar het voelde soms dubbel. De echte magic is nooit te vatten in een beeld, dat is een gevoel. Ik hoop dat onze bezoekers dat meer gaan voelen in plaats van dat ze het moeten vinden op facebook.²⁰²

De echte magie van een clubavond, dus de lichamelijke ervaring of *oceanic experience*, kan volgens Van Loenen niet in een foto of filmpje worden gevangen. Ook Hakim Bey stelt dat een nadruk op beelden ten koste gaan van de 'echte' ervaring. De TAZ is volgens hem "invisible because undefinable in terms of the Spectacle".²⁰³ Hij verzet zich tegen de spektakelmaatschappij die situationist Guy Debord heeft geformuleerd en voorspeld. Debord stelt dat lichamelijke ervaringen (feesten, drinkpartijen en zwerftochten) langzaam naar de achtergrond worden verdrongen door visuele ervaringen als het bekijken van etalages, reclame, foto's, televisie en film.²⁰⁴ Bey vindt juist – net als Debord – de echtheid van de ervaring heel belangrijk. Ook in clubcultuur is die zintuiglijke ervaring ontzettend belangrijk. Niet voor niets hebben clubs muziek, lampen, lasers en rookmachines. Bezoekers luisteren, dansen, voelen, ruiken en zien en intensiveren die lichamelijke en zintuiglijke ervaringen vaak door alcohol en drugs te consumeren.

Mulder bedacht het concept buitenmedialiteit om zulke bijzondere lichamelijke ervaringen te omschrijven die niet in media – een foto of filmpje – kunnen worden gevangen. Net als de situationisten wil hij meer 'situaties': momenten van authentieke, volledig lichamelijke ervaringen die niet in beeld kunnen worden gevangen.²⁰⁵ De Parijse studentenprotesten in mei 1968 noemt hij als voorbeeld van een situatie, net als het festival Woodstock en de krakersrellen van Amsterdam. Hoewel die evenementen allemaal in de media zichtbaar waren, kon niet precies worden overgebracht wat er met de deelnemers gebeurde. Die ervaring is niet in media te vangen, bijvoorbeeld het gevoel van verbondenheid dat ontstond met volslagen vreemden. De buitenmediale ervaring vindt volgens Mulder plaats in temporair autonome zones. Juist dancefeesten zijn zeer geschikt voor buitenmediale ervaringen, omdat ze heel lichamenlijk worden beleefd, alle zintuigen komen eraan te pas. Dat is de 'echte magic' die Kyara van Loenen omschreef, of de *oceanic experience* van Ben Malbon.

²⁰¹ Mulder. (2004): 53.

²⁰² Van Loenen geciteerd in Horowitz. (22-11-2013).

²⁰³ Bey. (1991).

²⁰⁴ Debord. (1994).

²⁰⁵ Mulder. (2004): 169.

Door de sociale controle en de sterke nadruk op het visuele aspect van de ervaring lijkt het echter steeds moeilijker om die buitenmediale ervaring te bereiken. Onder bezoekers ligt de nadruk merkbaar steeds meer op het visuele vlak. De dj Olly klaagt in het panelgesprek uit het Antenne onderzoek uit 2012 dat dansen en de passie voor muziek van tegenwoordig van onderschikt belang lijken te zijn tijdens het uitgaan, “[e]en beetje hangen en naar elkaar kijken; meer is het soms niet.”²⁰⁶ Trendwatcher Bram merkt eveneens een dergelijke ontwikkeling op: “Uitgaan wordt een concept, waarbij de dansvloer het verlengde van de werkvloer is.” Mensen zijn steeds meer bezig met hun voorkomen dan met de feestervaring. “Genot is meer exhibitionistisch geworden”, schrijft ook *De Groene Amsterdammer* in een artikel over de eigentijdse dancescene.²⁰⁷ De zelfgeobsedeerde, opgedofte selfietechneut uithangen staat tegenwoordig bovenaan in de ranglijst van populaire activiteiten tijdens een uitgaansavond stelt de satirische elektronische muziek-blog *Wunderground* in het artikel ‘Vanity Replaces Ecstasy As Most Popular Thing In Clubland. Door een explosie van schaamteloze ijdelheid is drugsgebruik voorbij gestreefd als het populairste ding in clubland.’²⁰⁸ “Yeah no-one does pills anymore because they make you look like a sweaty John Merrick eating toffee”, reageert de 22-jarige fictieve dancefan Baz Marckham. Dat betekent volgens hem echter niet dat clubbers niet meer high worden, “we totally are, it’s just that now instead of putting drugs into our bodies we treat the onanistic sculpture and display of our bodies as if it was as pleasurable as taking a fat dose of MDMA.” Clubexpert Billy Bryant vult hem nog aan door te zeggen: “In times past the music, drugs and atmosphere were enough for people to experience happiness and escape their mundane lives – but now all that’s needed is for people to be drenched in a combination of biceps, fake tan and their own smug self regard.”²⁰⁹

‘Doing being a clubber’ en subcultureel kapitaal

Voor bezoekers zijn foto’s gemaakt op een dancefeest eigenlijk ook marketingmiddelen. Selfies, foto’s en statusupdates vanaf een feest zijn doodnormaal en worden gebruikt om een bepaald zelfbeeld te promoten. Met behulp van smartphones en sociale media kunnen clubbers heel eenvoudig hun subcultureel kapitaal tonen. Die term van Sarah Thornton drukt subculturele ‘hipheid’ uit. In haar boek *Club cultures* baseert ze zich op Pierre Bourdieus theorie over cultureel kapitaal om het functioneren van clubcultuur te omschrijven. Clubculturen zijn ‘taste cultures’ stelt ze. Het subcultureel kapitaal van clubbers verschilt van Bourdieus cultureel kapitaal doordat bij de eerste media als primaire kracht zorgen voor de verspreiding van het kapitaal.²¹⁰ Media zijn niet simpelweg een teken van distinctie als bij cultureel kapitaal, maar vormen een netwerk dat cruciaal is voor de definitie en distributie van culturele kennis. Hipheid en subcultureel kapitaal worden gecreëerd en toegekend door en via de media. Door feestfoto’s op sociale media te plaatsen kunnen clubbers hun subcultureel kapitaal tonen, ze laten zien dat ze op feest X waren in locatie Y met een set van dj Z. Zo kan de undergroundkennis en de hipheid worden getoond en daarmee duidelijk gemaakt dat ze tot een bepaalde clubcultuur behoren.

Underground is volgens Thornton de maatstaf waarlangs al het subculturele wordt gemeten. “More than fashionable or trendy, ‘underground’ sounds and styles are ‘authentic’ and pitted against

²⁰⁶ Nabben, Benschop & Korf. (2013): 32.

²⁰⁷ De Vries. (13-11-2014): 111.

²⁰⁸ Stu. (21-01-2015).

²⁰⁹ Ibid.

²¹⁰ Thornton. (1995): 13-14.

the mass-produced and mass-consumed”, licht ze toe.²¹¹ In de woorden van raveorganisator Nini: “Underground is hip en minder voorspelbaar dan clubs waar iedereen passief is en te veel om uiterlijke schijn en schoonheid draait.²¹² Ook een feestorganisator en dj bevestigt die tegenstelling tussen underground en mainstream:

In de underground komen mensen nog echt voor de kracht van de muziek. Na een feest denken ze nog lang na over wat er die nacht is gebeurd. In de mainstream komen veel mensen veel meer voor zichzelf. Ze tutten zich op en willen gezien worden. Ze willen de lampen op hun kop. Ze zijn zich ervan bewust dat ze bekeken worden en staren stijf voor zich uit als ze dansen.²¹³

Door partyfoto's te maken en delen met vrienden wordt een 'underground' clubbing identiteit uitgedragen, een imago dat wordt gemedieerd door het gebruik van bekende en alledaagse digitale technologieën. Karenza Moore stelt dat door het gebruik van digitale media door clubbers wordt getornd aan het heersende idee dat clubben hoofdzakelijk draait om een groep mensen die danst op muziek in een vaste tijd en ruimte. “Rather ‘doing being’ a clubber involves interacting with a variety of technologies (across various clubbing and ‘real life’ times and spaces) that enable (feelings of) involvement with ‘club culture’”, zegt Moore.²¹⁴

Media kunnen volgens sociologe Sarah Thornton clubculturen maken en breken, ze zijn namelijk ook de grootste bedreiging voor de underground status. “This club scene sees itself as an outlaw culture, but its main antagonist is not the police (who arrest and imprison) but the media who continually threaten to release its cultural knowledge to other social groups”, schrijft ze.²¹⁵ Toen Thorntons werk verscheen in 1995 doelde ze met media op massamedia als kranten en televisieprogramma's of nichemediamedia als zines. Toen gold grofweg dat (positieve) berichtgeving door massamedia een bedreiging vormde en de nichemediamedia zorgden voor de definiëring en distributie van subcultureel kapitaal. Tegenwoordig is het medialandschap echter ingrijpend veranderd en is die hiërarchie in media grotendeels verdwenen. Er bestaan nog wel nichemediamedia in de vorm van specifieke websites die zich richten op clubcultuur en elektronische muziek, zoals *FACT*, *Mixmag*, *Electronic Beats*, *Thump*, *DJBroadcast* en *De:Bug*, maar die zijn minder exclusief dan zines of mailinglijsten. Oud-hoofdredacteur Marcel Wijnstekers van voormalig Nederlands clubcultuurmagazine *Bassic Grooves* stelt dat de rol van partywebsite plus forum is overgenomen door Facebook.²¹⁶

Door de komst van internet is het voor iedereen veel gemakkelijker geworden om mediacontent te verspreiden. Ook niet-journalisten kunnen via sociale media als Facebook, Instagram, Twitter en Tumblr eenvoudig hun eigen tekst en beeld aan een – in potentie – wereldwijd publiek tonen. Die grote zichtbaarheid maakt sociale media perfect voor het tentoonstellen van subcultureel kapitaal en tevens voor het vinden ervan. “Door het overstelpende aanbod van sites, apps en andere media gadgets zijn uitgaanders op de hoogte van de laatste ontwikkelingen op het uitgaansfront. In een mum van tijd krijg je informatie over feesten, dj's, ticketprijzen en favoriete hangouts van vrienden”, vermeldt *Antenne 2013*.²¹⁷

²¹¹ Thornton. (1995): 117.

²¹² Nini geciteerd in Nabben, Benschop & Korf. (2013): 35-36.

²¹³ Kauli geciteerd in Van Terphoven & Beemsterboer (2004): 112.

²¹⁴ Moore. (2005): 222.

²¹⁵ Thornton. (1995): 90.

²¹⁶ Wijnstekers geciteerd in Van Terphoven, Möller, Van Veen & Slagter. (2013): 404.

²¹⁷ Nabben, Benschop & Korf. (2014): 37.

Deze ontwikkeling is gelijktijdig echter schadelijk voor de exclusiviteit en ‘waarde’ van datzelfde kapitaal. Iedereen die een clubber in zijn sociale netwerk heeft, kan via tags, likes en reacties toch op de hoogte blijven van trends als welke organisaties hip zijn, welke dj’s en welke clubs. Dat betekent dat zelfs mensen die niet specifiek op zoek gaan naar informatie over de clubcultuur underground er vaak mee geconfronteerd worden. Een paar klikken of een zoekopdracht is genoeg om insiderkennis over clubs en dj’s te vinden. Nieuwkomers in de scene kunnen dankzij Facebook al in hun entreeweek de underground ontdekken.²¹⁸

Voor een cultuur die volgens Thornton wordt gevormd door de tegenstellingen hip versus mainstream en underground versus media is het problematisch wanneer iedereen zo gemakkelijk toegang heeft tot de informatie die de distincties bepaalt.²¹⁹ Het delen van informatie met outsiders vormt voor een *taste culture* een grote bedreiging. Die gedeelde smaakvoorkeuren zijn namelijk hetgeen dat de cultuur vormt. Waar vroeger vooral positieve berichtgeving in massamedia de dood voor een sub- of clubcultuur betekende, kunnen nu ook de eigen media door overbekendheid de clubcultuur tenietdoen.

Daadwerkelijk underground zijn, is door de grote exposure praktisch onmogelijk, maar toch blijven clubbers het nastreven. Een tegenstrijdige ontwikkeling: iedereen zoekt de underground op, maar degradeert diezelfde onbekende, hippe feesten vervolgens meteen door er foto’s te maken en op sociale media over te berichten. Het *bubble up*-proces waarbij een trend vanuit de underground wordt opgenomen in de mainstream is natuurlijk van alle tijden, maar door nieuwe media verloopt die ontwikkeling wel alsmar sneller.

De tweedeling tussen de underground en mainstream blijft echter belangrijk voor clubcultuur, al zijn die scheidslijnen vaak artificieel. “Club cultures do tend to imagine themselves as discrete ‘social worlds’ through the distinction they invariably draw between themselves and the ‘mainstream’ – a distinction which is crucial to their valorization as a subculture, although it may also be more imagined than real in its effects”, stelt Ken Gelder, auteur van het boek *Subcultures*.²²⁰

Clubbers zetten zich tegenwoordig af tegen de mainstream van de nieuwkomers in de scene, door hun gedrag af te keuren tonen ze hun eigen subculturele kapitaal. De Anti Konijnendans-hetze toont hoe dat werkt. In het vorige hoofdstuk kwam een video aan bod waarin drie jongens uitbundig aan het dansen waren op Awakenings. Die dans of *shuffle* – de konijnendans – wordt tegenwoordig aangegrepen als marker van nieuwkomers. Er is een speciale Facebookpagina genaamd ‘Anti Konijnendans’ opgericht om tegen de dans te ageren en in het verlengde daarvan de nieuwe dancefans.²²¹ Er worden constant foto’s en filmpjes gedeeld van hupsende technodansers met afkeurende bijschriften en de site heeft zelfs stickers geprint met een dansend konijn op een verbodsbord. De lifestyleblog *Bogue* bericht ook over het konijnendansfenomeen en daar wordt duidelijk hoe de konijnendans wordt aangegrepen om een insider-outsidergrens te trekken. De auteur probeert het argument van konijnendansers - raven is voor iedereen en het maakt niet uit hoe je danst – te weerleggen en schrijft:

De konijnendans is juist geen kenmerk van uniciteit. Het feit dat er ineens een stroming is aan new kids die deze dans uitoefenen bewijst dat. Naar mijn mening is het puur meeloopgedrag dat voortkomt uit het erbij-willen-horen en het “kijk-mij-eens-techno-zo-cool-vinden”. De essentie van het feit dat je op technofeesten jezelf kunt zijn, wordt hiermee volledig van tafel geveegd. Het is namelijk totaal niet geloofwaardig wanneer er een groepje konijnendansers [...] zich op de

²¹⁸ Nabben, Benschop & Korf. (2014): 39.

²¹⁹ Thornton. (1995): 4-6.

²²⁰ Gelder. (2007): 63.

²²¹ Anti Konijnendans. S.a.

dansvloer bevinden en elkaar nadoen. Het kenmerkt je niet als jezelf zijn en zeker niet als technoliefhebber.²²²

In dit citaat blijkt heel duidelijk hoe hij zijn eigen subcultureel kapitaal tentoonstelt over de rug van de konijnendansers. Zelf positioneert de anonieme auteur zich als technoliefhebber met een rijke kennis van technofeesten. Op basis van die 'kennis' stelt hij dat de 'new kids' niet authentiek zijn, maar mainstreamfiguren die pas net komen kijken.

²²² Bogue. S.a.

ENJOY RIGHT NOW



NO PICTURES • NO VIDEO • NO PHONES

Figuur 4.1

Debat over eigentijdse clubcultuur

Door de groei in populariteit van het dancegenre zijn spannende tijden aangebroken binnen clubcultuur. Er wordt flink gestreden over wat underground is en wat niet. Subcultureel kapitaal wordt opnieuw gedefinieerd en veelvoorkomende twistpunten zijn het gebruik van nieuwe media binnen de club en EDM, het nieuwe populaire dancegenre dat zelfs Amerika voor zich wist te winnen. Door de verandering van het medialandschap is ook het toneel voor dit debat gegroeid. Het dancepubliek ventileert zijn mening op sociale media, middels bijvoorbeeld de Anti Konijnendans-pagina, en op grotere websites doen dj's en organisatoren mee. Op muziek- en cultuurwebsite *XLR8R* verscheen bijvoorbeeld een essay van dj DVS1. Hij heeft in de VS altijd moeten 'vechten' voor zijn muziekgenre techno, "now, as it's coming out of the underground and becoming popular, it's slowly being formulated and sold back to audiences that might not give it the respect it deserves or even understand that this music has a real history", schrijft hij.²²³ De dj geeft – net als de *Bogue*-auteur – aan dat hij bang is dat nieuwkomers de essentie van clubcultuur niet meer begrijpen en waarderen.

"The popularity and over-hype of this music has inevitably pushed things into extremes of ART vs. ENTERTAINMENT", stelt DVS1.²²⁴ Hiermee haakt hij in op het argument dat de nadruk in clubs steeds meer ligt op het uiterlijke en spektakel. Dat stelt ook collega-dj Seth Troxler die de pen ter hand nam voor een open brief aan de elektronische muziekgemeenschap gepubliceerd op *Thump*. Hij ageert tegen de EDM-hype in Amerika. De EDM-festivals kunnen de echte club of rave-ervaring niet evenaren vindt Troxler. EDM is volgens hem geen echte cultuur. Vroeger hadden bezoekers geduld: "you'd vibe on the dance floor for hours, with space for your body and everyone else's. Now people consider a 'good event' something that's really packed with bodies and 'energy': energy-packed-extreme! That's not clubbing, man."²²⁵ EDM-festivals omschrijft hij als "Lasers! LED screens! Pyrotechnics! DROPS! Boom! Bang! CAKE IN YOUR FUCKING FACE!".²²⁶

Zo klinkt het festival als een groot spektakel, maar de dansvloer die afgeladen vol is met lichamen en energie zou juist heel geschikt kunnen zijn voor de *oceanic experience* van Malbon. Dat is ook de argumentatie van de Nederlandse EDM-dj Laidback Luke, die met een eigen open brief reageert op Troxler. Wanneer de beide brieven naast elkaar worden gelegd wordt duidelijk dat de distincties tussen clubculturen vaak meer *imagined* zijn dan werkelijke verschillen. Laidback Luke gebruikt namelijk veel clubwaarden om de beweringen van Troxler te weerleggen. EDM is wel degelijk een cultuur stelt hij, voortgekomen uit de underground ravescene van de VS.²²⁷ Meer dan een decennium geleden deden clubbers al hun *raver shuffle* (konijnendans) en droegen ze baggy kleding, rugzakken en neonkleuren. Het EDM publiek is jong, maar "they fully believe and try and live the whole PLUR thing" vindt Laidback Luke.²²⁸ De 'energy-packed-extreme' noemt hij juist een van de sterke punten van rave. Springen, zweten en jezelf verliezen horen bij de essentie van een feest. "What happened to actually partying at a party and just having fun?", vraagt de dj zich af. Troxler omschreef Electric Daisy Carnival, het bekendste EDM festival van Amerika, als "a stage in a parking lot, full of loads of kids with fucking suckers in their mouths and gas masks on, listening to horrible music."²²⁹ Daarmee doet hij echter de "amazing stage performers", de "carnival setup" en "incredible stages" tekort volgens Laidback Luke. Elementen die ook kunnen worden gezien als bevorderend

²²³ DVS1. (15-09-2014).

²²⁴ Ibid.

²²⁵ Troxler. (20-05-2014).

²²⁶ Ibid.

²²⁷ Laidback Luke. (22-05-2014).

²²⁸ Ibid.

²²⁹ Troxler. (20-05-2014).

voor de *space of play*, in plaats van als afleiding van de feestervaring. Laidback Lukes antwoord eindigt met de stelling: “So apart from a slower BPM and some throw-your-hands-up vocals, we might have more in common than we'd like to admit.”

De beide dj's lijken inderdaad meer overeenkomsten dan verschillen te hebben. Ze beroepen zich allebei op dezelfde kernwaarden van clubcultuur om hun punt te ondersteunen, ze verwijten alleen elkaar de kernwaarden niet te snappen. Het enige onderscheid is hun ietwat andere interpretatie van kernwaarden: Laidback Luke ziet escapisme in helemaal losgaan en springen, terwijl Troxler dat eerder interpreteert als urenlang met gesloten ogen opgaan in de muziek. Waar voor Laidback Luke confettikanonnen, dansers en decors bijdragen aan de *space of play*, zijn ze voor Troxler juist een afleiding van de *oceanic experience*.

Hier blijkt heel duidelijk dat er niet één clubcultuur is, maar meerdere clubculturen die zich op dezelfde basis berusten. Troxler en DVS1 zetten zich af tegen EDM om hun eigen undergroundimago te behouden, maar inhoudelijk is het waardenpakket van die clubcultuur niet zo heel anders. Het is vanuit dat oogpunt opmerkelijk dat Troxler schrijft: “What we need is PLUR - no, really”.²³⁰ PLUR (Peace, Love, Unity, Respect) gaat terug op de oorspronkelijke clubwaarden die volgens hem tegenwoordig te weinig in ere worden gehouden. Zijn visie op die waarden licht hij toe met de volgende anekdote:

the major difference with dance music now and back then, is real diversity. You had social, class, race, sexual diversity - and that's cool. That's what dance music culture is about. Everyone under one roof, exploring their own and each others identities. A celebration of something more, something outside of received norms. Not having a giant glow stick and getting on it.²³¹

Die opvatting over oorspronkelijke clubcultuur staat volgens Troxler op de tocht tegenwoordig, vooral binnen de EDM-scene. Door EDM hiervoor te veroordelen, sluit hij echter zelf ook mensen uit. Zijn artikel getuigt niet van veel vrede, liefde, eenheid of respect tegenover de EDM-ravers, maar is vooral bezig met het uiten van liefde voor de eigen clubcultuur en het creëren van eenheid daarbinnen. Daarmee voorkomt hij eigenlijk ‘echte’ diversiteit, want door andere clubculturen zo te veroordelen draagt hij bij aan de versplintering van clubcultuur in de ruimste zin van het woord.

Het ‘wij vs zij’-denken hoort bij clubculturen die zich afzetten tegen de mainstream, maar die tweedeling is steeds moeilijker houdbaar nu clubcultuur zelf meer en meer in de mainstream overvloeit. Daarom zetten clubbers zich af tegen andere clubculturen, zoals EDM. Die behoefte aan een mainstream tegenhanger om de eigen identiteit tegen af te zetten zorgt dat clubcultuur versplintert, meer en meer groepen creëren hun eigen genre en cultuur om hun ‘underground’ verschijning te behouden. Ook DVS1 pleit voor het stellen van regels en grenzen om de clubcultuur veilig te stellen: “Dance music as a whole will shift and change with the times, but we as a community have the power to keep parts of it sacred”, schrijft hij.²³² “We have the ability to continue traditions and maintain authenticity in our way of being. If you nurture something with true intent, then it will survive all the hype, all the tourists, and all the users.”

Als voorbeeld van hoe het wel moet noemt Troxler een straatfeest voor de Paradise Garage en dj Larry Levan, daar was het publiek gemengd in huidskleur, leeftijd en afkomst. “Nobody looked wasted, and hardly anyone was on their damn phones. They were just dancing and singing together to beautiful music, for hours and hours. That is club culture”, legt hij uit.²³³ Het is interessant hoe hij

²³⁰ Ibid.

²³¹ Ibid.

²³² DVS1. (15-09-2014).

²³³ Troxler. (20-05-2014).

in zijn tekst een aantal keer verwijst naar clubs als Paradise Garage, plekken die hij zelf misschien niet eens heeft kunnen bezoeken, maar die hij wel presenteert als blauwdruk voor de perfecte club. Dat doet Luis-Manuel Garcia ook in het artikel 'An alternate history of sexuality in club culture' dat werd aangehaald in hoofdstuk 1. Hij pleit dat de hedendaagse clubscene zijn roots in de LGBT-scene niet moet vergeten. De beginperiode van clubcultuur wordt door hem neergezet als een ideaal en richtlijn voor de hedendaagse situatie. Het lijkt alsof er een soort retrobeweging gaande is, waarbij de geschiedenis van clubcultuur steeds vaker dient als referentiekader aan de hand waarvan hedendaagse feesten worden beoordeeld.

Een belangrijke reden waarom feesten vroeger zo goed waren, is het geringe telefoongebruik zegt zowel DVS1 als Troxler. De eerste ontwierp zelfs een speciale poster voor zijn anti-camera en telefooncampagne, zie figuur 4.1. Hij klaagt dat die mediëring afbreuk doet aan clubcultuur, want het zorgt dat bezoekers zich minder vrij voelen en zich minder snel zullen overgeven aan het moment en hun hedonistische neigingen.

Beide dj's zijn dan ook fan van de clubs Berghain en Trouw, vanwege hun aanpak van fotografie. Troxler maakt daarbij een interessante vergelijking tussen Berghain en het EDM-festival Ultra. Hij stelt dat er dunne lijn zit tussen vrijheid en idioterie: "Like, that photo Eric Prdyz tweeted from Ultra? Of a girl doing lines of coke off another girls naked vagina? At a festival, that's gross. In a dark club, it would be kind of hot. In Berghain, that shit stands for freedom. At Ultra, it stands for excess and trash."²³⁴ Een soortgelijke gebeurtenis in Berghain omschrijft Troxler dan ook als rebelse uiting van vrijheid:

The first time I ever played at Berghain, there was this big bear of a dude in assless leather chaps and a leather harness on the dance floor. I was playing 'Yellow' and when he bent over, this other guy came over and starts eating his ass. Everyone around them was just dancing and being all cool. I was like ".....that's interesting". But that's a revolt against the world. That's the freedom of the club. Falling in mud and getting cake thrown at you? That's not freedom. You're an idiot listening to shitty music."²³⁵

Vanwaar is dezelfde handeling op de ene plaats walgelijk en een uiting van vrijheid op de andere? Wellicht omdat het voorval op Ultra door een dj werd gefotografeerd en op Twitter geplaatst. Dat maakt de motieven – en daarmee authenticiteit – van de meisjes onduidelijk, doen ze het om aandacht te krijgen en om zichzelf te profileren als excessieve EDM-clubbers of is het hedonisme als onderdeel van hun identiteitsverkenning? Misschien gingen wel beide motieven eraan vooraf, maar zodra zo een voorval wordt vastgelegd krijgt de gebeurtenis iets inauthentiek wat afdoet aan het subculturele kapitaal.

Nieuwe media hebben een complexe rol binnen clubcultuur. Enerzijds zijn feestfoto's, aftermovies en sociale media een perfect middel om een feest mee in de markt te zetten en om subcultureel kapitaal te tonen, anderzijds vormen ze een bedreiging voor het undergroundkarakter van clubcultuur. Organisaties zetten feestfoto's en aftermovies in als marketingmiddel. Het publiceren van zulke beelden is een succesvolle manier om tickets te verkopen, maar hun invloed op het feest reikt verder dan alleen het vergroten van bezoekersaantallen. De foto's dienen als reclamebeelden en zetten een ideaalbeeld neer van het evenement. De beelden krijgen steeds meer weg van simulacra en worden flink gecensureerd. Daardoor missen de fotoreportages vaak kernwaarden als collectiviteit en escapisme.

²³⁴ Ibid.

²³⁵ Ibid.

Er komt bovendien steeds meer nadruk te liggen op het spektakel en het visuele aspect van de ervaring, en dat terwijl juist dancefeesten heel lichamelijk moeten worden beleefd. De buitenmediale ervaring, een belevenis die niet kan worden gevangen in beeld, komt daardoor steeds minder vaak voor.

Bezoekers zijn meer gericht op hun uiterlijk en worden ijdel, er heerst een 'picture or it didn't happen'-mentaliteit. Zij zijn veel bezig met profilering en het tentoonstellen van hun subcultureel kapitaal en dat tornt aan het idee dat clubben en clubcultuur vooral draait om het feesten zelf. Sociale media bieden clubbers een perfect platform om de clubbing-identiteit te uiten, maar maken het gelijktijdig steeds lastiger om underground te zijn. Nieuwe media hebben nichemedia een deel van hun exclusiviteit ontnomen. Nieuwkomers kunnen tegenwoordig via Facebook en Google ontzettend eenvoudig en snel ontdekken wat underground is. Clubcultuur moet daardoor steeds harder vechten voor zijn distinctie als hip en exclusief. Dat blijkt verder uit de felle debatten die in de media worden gevoerd om de scheidslijnen te definiëren tussen clubcultuur en mainstream.

6. Conclusie

Dit onderzoek begon in New Yorkse kelders en woonkamers van de jaren zeventig. Daar ligt de bakermat van clubcultuur. De scene ontstond toen Afro-Amerikaanse en hispanic queers samenkwamen om binnen de harde en onvriendelijke stad plekken te creëren waar ze veilig waren, waar zichzelf konden zijn of juist iemand anders en waar ze met anderen samen konden zijn op een manier die in de 'normale', alledaagse wereld niet mogelijk was. Gefeest wordt er nog altijd, maar de dancescene is sindsdien compleet getransformeerd.

Tegenwoordig heeft clubcultuur te maken met een mainstreaming van zijn muziek, steeds meer mensen luisteren naar genres die onder de paraplu term dance vallen. De scene wordt opeens beschouwd als serieuze industrie en is van significant belang voor de Nederlandse economie. Dat zet de clubcultuur, waar een underground status het hoogste goed is, op spanning.

Nieuwe media zorgen voor verdere commotie. Draagbare technologieën, smartphones, websites en sociale media stellen clubcultuur op de proef. Er is een scherpe tweedeling ontstaan, met aan de ene kant clubs die camera's en smartphones verbieden en aan de andere kant festivals die zelfs via een livestream vanachter de computer te volgen zijn. Die grote contrasten vormden de aanleiding om te onderzoeken hoe nieuwe media functioneren binnen clubcultuur.

In deze thesis is geanalyseerd hoe nieuwe media een spanningsveld scheppen tussen de kernwaarden van clubcultuur en de praktijk op de dansvloer. Zijn de kernwaarden die teruggaan tot de jaren zeventig nog wel mogelijk in de eigentijdse club? Streeft het clubpubliek van tegenwoordig nog wel datzelfde geheel aan waarden na? En hoe reageert men binnen clubcultuur eigenlijk op die nieuwe media? Om die vragen te kunnen beantwoorden werd geanalyseerd hoe clubs en festivals nieuwe media inzetten of juist vermijden en hoe clubbezoekers omgaan met smartphones, camera's en sociale media. Ook was er aandacht voor de discussies onder clubbers, dj's, organisatoren waarbij de kernwaarden en gesteldheid van de hedendaagse clubcultuur centraal staan.

Hoe sluiten kernwaarden aan op de eigentijdse club?

Hoe de kernwaarden tegenwoordig nog tot uiting komen is onderzocht aan de hand van drie thema's: afscheiding, vrijheid en identiteit. Overige waarden als escapisme, hedonisme, collectiviteit en diversiteit zijn bij die hoofdthema's ondergebracht en duiken op verschillende plekken in het onderzoek op. Hier worden de resultaten aan de hand van die drie peilers gepresenteerd.

Afscheiding

Clubs zetten allerlei middelen in om een afstand te creëren tot het dagelijks leven. Decor, lasers, dresscodes en performers, maar ook entreeheffing, tijdsbegrenzing, hekwerken en een deurbeleid zijn allemaal bedoeld om het feest te isoleren van het alledaagse. De feestlocatie wordt zo vormgegeven dat bezoekers het idee hebben zich in een alternatieve realiteit te bevinden. Die setting is beslissend voor de totstandkoming van gevoelens van vrijheid en collectiviteit op de dansvloer.

Telefoons ondermijnen die zorgvuldig opgeworpen barrières, doordat draagbare media de relatie tot ruimte drastisch hebben veranderd. Mensen ervaren hun omgeving steeds meer als hybride, omdat ze door smartphones ook constant in verbinding staan met andere locaties. We bevinden ons niet meer uitsluitend in de fysieke ruimte die ons omringt, maar zijn gelijktijdig op tientallen andere plekken. Daardoor kan de club moeilijker als speciaal worden ervaren, bezoekers wanen zich in de club namelijk afwisselend ook op hun werk of bij afwezige vrienden.

Bovendien maken smartphones het moeilijker om volledig om te gaan in het hier en nu. De apparaten zijn 'always on' en ontvangen een continue stroom meldingen, updates en berichten. Zo worden bezoekers steeds verleid om zich aan de fysieke ruimte te onttrekken. En wanneer er geen getril of gepiep uit hun broekzak komt, dan voelen de bezoekers zelf vaak de haast dwangmatige behoefte om te kijken of ze iets hebben gemist.

Draagbare technologie verandert tevens de relatie met mensen in de nabije omgeving, met hen wordt steeds minder contact gelegd. Dat maakt smartphones ook een struikelblok voor kernwaarden als eenheid en collectiviteit. Als hun vrienden even weg zijn, halen clubbers hun telefoon tevoorschijn in plaats van andere bezoekers aan te spreken. De collectieve ervaring of *oceanic experience* wordt zo ingeruild voor een *alone together* beleving van de avond, waarbij mensen 'gezamenlijk alleen' zijn in de openbare ruimte. Mensen komen nog wel bij elkaar voor een feest, maar voelen zich in mindere mate onderdeel van het collectief aan clubbers.

Vrijheid

De ideale club is een toevluchtsoord, waar afscheiding dient om clubbers te beschermen. Die kunnen het feest vervolgens gebruiken als *space of play*: een plek om te transformeren en experimenteren. Alice O'Grady ziet de club als speelruimte waar bezoekers zich kunnen overgeven aan escapisme en hedonisme door te spelen met het zelf en omgangsvormen met anderen, maar ook met dans, drugs en seksualiteit. Daarvoor is het belangrijk dat de club veiligheid en vrijheid biedt. Clubtheorie beroept zich daarvoor veelvuldig op de temporair autonome zone van Hakim Bey. Een club of feest dat kan worden beschouwd als TAZ, functioneert pas echt als vrijhaven. Bey omschrijft de TAZ als een gebied dat onzichtbaar is voor de buitenwereld, onafhankelijk en toezicht, dat niet wordt gemedieerd en waar mensen een piekervaring kunnen ondergaan.

De autonomie wordt tegenwoordig alleen niet meer hoofdzakelijk door de staat aangetast, zoals Bey stelt, de vrijheid wordt ook beperkt door bezoekers zelf en door feestorganisaties. Draagbare technologieën hebben een horizontaal systeem van sociale controle mogelijk gemaakt, dat Jamais Cascio verklaart met het participatoir panopticon. Smartphones zorgen ervoor dat mensen te allen tijde – zonder het zelf door te hebben – kunnen worden gefotografeerd. Die foto kan vervolgens met enkele klikken over de wereld worden verstuurd via berichten, websites of sociale media. Dat maakt elke misstap die iemand begaat potentieel verwoestend voor diens reputatie, carrière of sociale leven. Mensen zijn tegenwoordig zo gewend geraakt aan het constante toezicht dat ze zijn gedisciplineerd, ze hebben het toezicht oog van de buitenwereld geïnternaliseerd. Als gevolg daarvan zijn clubbers terughoudender en zelfbewust geworden.

De feestervaring is bedoeld als ontsnapping aan sociale verwachtingen en andere stress uit het dagelijks leven, mensen nemen een *party persona* aan en kunnen zo voor een avond een verbeterde versie van zichzelf zijn of experimenteren met een compleet andere identiteit. De vrijheid om te experimenteren wordt echter steeds geringer, omdat de speelruimte door de sociale controle wordt verkleind. Er is geen mogelijkheid meer om te falen. De club dient daardoor steeds minder als *space of play* of TAZ en het is het steeds lastiger om de feestervaring als escapisme te ervaren.

Andere nieuwe technologieën als RFID-tags worden door feestorganisaties ingezet om bezoekers kunnen controleren. Deze technologie zit in veel nieuwe festivalbandjes – hoewel niet overal even uitgebreid – en kan de beweging, hartslag, temperatuur en uitgaven van de drager controleren en daarnaast acties op hun sociale media regelen. De bandjes vergroten de veiligheid zeggen organisatoren, maar ze geven hen ook de mogelijkheid om praktisch alle acties van bezoekers te volgen, analyseren en beïnvloeden middels crowdcontrol.

Identiteit

Clubcultuur stopt niet wanneer het evenement is afgelopen, daarom is er ook gekeken naar hoe partyorganisaties en clubbers nieuwe media gebruiken buiten het feest. Feestfoto's en aftermovies worden gretig gebruikt door feestorganisaties als reclame om nieuwe bezoekers te trekken en clubbers delen hun feestervaringen via sociale media graag met hun netwerk. Zo tonen ze hun subcultureel kapitaal, hun insiderkennis over alles dat underground en hip is. Ook buiten de clubmuren ontlenen mensen hun identiteit aan hun voorliefde voor dance. 'Doing being a clubber', het uitdragen van het clubberimage, wordt door het gebruik van nieuwe media steeds belangrijker. Die proliferatie van het uiten van subcultureel kapitaal gaat samen met een 'picture or it didn't happen'-instelling onder clubbers en feestorganisaties, alles moet worden vastgelegd en gedeeld.

Voor bezoekers heeft dat als gevolg dat ze steeds ijdel worden, terwijl de aftermovies van organisaties steeds meer weg hebben van simulacra. De nadruk komt steeds meer op het visuele aspect van de ervaring – het spektakel – te liggen. Die beelden creëren bovendien een *tourist gaze* onder bezoekers, hun ervaring wordt gestuurd richting het visuele en afgeleid van de lichamelijke ervaring van het feest die juist centraal staat bij de *oceanic experience*.

Nieuwe media maken het dus steeds lastiger voor kernwaarden als vrijheid, collectiviteit, escapisme en hedonisme om tot uiting te komen. Smartphones zorgen ervoor dat feestvierders constant worden afgeleid van het feest en minder opgaan in de piekervaring. Bovendien zorgt de hybridisering van ruimte door draagbare technologie ervoor dat de club minder wordt ervaren als afgescheiden van het dagelijks leven. Draagbare technologie en sociale media hebben bovendien bijgedragen aan het systeem van sociale controle dat mensen ervan weerhoudt zich volledig over te geven aan de beleving en volop te experimenteren.

Het is niet zo dat kernwaarden en nieuwe media op geen enkele manier samengaan, dit onderzoek heeft slechts uitgewezen dat nieuwe media in de huidige situatie vooral afbreuk doen aan de mate waarin kernwaarden in de praktijk worden beleefd. Er zijn echter al voorbeelden aan bod gekomen van nieuwe technologieën die het gevoel van collectiviteit en de *oceanic experience* juist kunnen versterken, zoals de SYNK-app of de festivalbandjes met RFID-tags op Tomorrowland. Zulke technologieën zijn tegenwoordig nog uitzonderingen, maar worden in de toekomst waarschijnlijk steeds meer ingezet.

Hoe verschillen de waarden van eigentijdse clubbers?

Nieuwe media worden door clubbers en organisaties gretig gebruikt voor het tonen van subcultureel kapitaal, het maken van reclame en 'doing being a clubber', dat is zojuist al toegelicht. Toch zijn er ook veel clubs die er juist bewust voor kiezen om smartphones en camera's te weren, zoals Trouw en Berghain. Nieuwe media vormen de aanleiding voor een tweedeling binnen clubcultuur, met een kamp dat volop probeert te profiteren van nieuwe media en een kleinere tegenpartij die zich fel daartegen verzet. Uit statements van Trouw blijkt dat de club zich tegen mediëring verzette, omdat de organisatie ervoer dat de sfeer er op achteruit ging: bezoekers voelden zich minder vrij en gingen minder los. Het camera- en telefoonbeleid van Berghain wordt veelal geïnterpreteerd als een manier om de club af te schermen van de buitenwereld om zo de vrijheid van zijn bezoekers te garanderen.

Gezien de splitsing binnen clubcultuur is het aannemelijk om te vermoeden dat er verschillende opvattingen over de kernwaarden van clubcultuur ten grondslag liggen aan die discussie, maar dat bleek niet zo te zijn. Hoewel Berghain, Trouw en dj's als DVS1 en Seth Troxler gegronde redenen hebben om te stellen dat het voor de kernwaarden beter is om camera's te

weren, blijven ook de mediarijke feesten vasthouden aan dezelfde basisbegrippen: collectiviteit, PLUR, vrijheid, escapisme en hedonisme.

Uit media-uitingen en discussies blijkt niet dat de diverse culturen op verschillende kernwaardenpakketten berusten, maar vooral dat er veel overeenkomsten zijn tussen beide zijden. Ze interpreteren hoogstens dezelfde kernwaarden iets anders. Binnen EDM is het bijvoorbeeld belangrijk om helemaal los te gaan, terwijl houseliefhebbers de voorkeur geven aan met gesloten ogen opgaan in de muziek. Bij beide clubculturen zijn die handelingen echter een vorm van escapisme en een middel om de *oceanic experience* te bereiken. Toch verwijten ze elkaar op basis van die andere invulling de essentie van clubcultuur – de kernwaarden – niet te snappen. Hieruit blijkt niet alleen dat de verschillen tussen clubculturen vaak *imagined* zijn, maar ook de onveranderde relevantie van de kernwaarden binnen de eigentijdse clubcultuur.

Dat de eigentijdse clubber nog steeds veel waarde hecht aan die basis, blijkt ook uit de populariteit van quasiraves. Vanwege de steeds striktere regelgeving wordt de sfeer in clubs tegenwoordig steeds minder geschikt voor een wilde feesttravage. Daarom kiezen steeds meer clubbers voor feesten buiten het reguliere clubcircuit en festivals die flirten met illegaliteit en de klassieke rave. Dat bewijst dat zelfs de TAZ nog steeds een zeer bruikbaar concept is, ondanks dat die in zijn meest pure vorm haast onmogelijk is geworden.

De kernwaarden zijn dus niet van inhoud veranderd. Binnen clubcultuur in de ruimste zin van het woord blijft iedereen vasthouden aan de kernwaarden van clubcultuur, ook al zijn die steeds lastiger te bereiken. Er kan hoogstens worden geconcludeerd dat er in de praktijk een accentverschuiving heeft plaatsgevonden. De nadruk ligt meer en meer op 'doing being a clubber' en het uiten van subcultureel kapitaal in plaats van op daadwerkelijk de feestervaring ondergaan.

Hoe hebben nieuwe media het functioneren van clubcultuur veranderd?

Er is weinig tot geen onderzoek gedaan naar de rol van nieuwe media in clubcultuur en deze thesis heeft de bedoeling om dat gat te dichten. Het overgrote deel van de bestaande clubtheorie is geschreven in de tijd voor Facebook en smartphones, en veel nieuwe theorie blijft teruggrijpen op die basiswerken. Media zijn de spin in het web van clubcultuur. Een ingrijpende verandering van het medialandschap zou dus ook grote invloed moeten hebben op het functioneren van de clubscene. Dat blijkt inderdaad zo te zijn.

Hoewel sociale media het ideale platform bieden voor het tentoonstellen van het eigen subcultureel kapitaal, vormen ze paradoxaal genoeg ook een bedreiging voor de insiderkennis. Samen met websites en blogs vormen sociale media tegenwoordig de infrastructuur die de undergroundkennis verspreidt. Dat systeem vervangt het oude gepolariseerde medialandschap dat Sarah Thornton omschrijft in haar werk *Club Cultures* met aan de ene kant massamedia en aan de andere kant nichemedias. Nichemedias als zines en mailinglijsten zorgden voor de definiëring en distributie van het subcultureel kapitaal, terwijl massamedia die clubcultuur juist bedreigden (althans, in het geval van positieve berichtgeving). Die opdeling geldt in de huidige situatie niet meer. Doordat kennis over wat underground en hip is tegenwoordig wordt verspreid via kanalen die veel minder exclusief zijn – want voor iedereen toegankelijk – is het moeilijker de distinctie tussen de clubcultuur en mainstream in stand te houden.

Subcultureel kapitaal is veel minder exclusief door de grotere toegankelijkheid van deze nieuwe nichemedias. Iedere nieuwe clubber kan in zijn entreeweek al de underground ontdekken met wat hulp van Google. Zelfs mensen die niet bewust op zoek gaan naar informatie kunnen via Facebooklikes, -reacties en -evenementen van vrienden toch op de hoogte zijn van de welke dj's en

clubs er momenteel hip zijn. Dat is een groot probleem voor een scene waarbinnen het beslissend is om underground te zijn. De tweedeling underground-mainstream is lastig in stand te houden en de verschillende clubculturen moeten veel harder werken om hun subcultureel kapitaal te behouden. Dat gebeurt vaak door een ander genre te bestempelen als minderwaardig of door een onderscheid te creëren tussen nieuwkomers en de oude garde.

Met deze kennis kunnen de fotoverboden bij Berghain en Trouw vanuit een heel ander licht worden bekeken: die zijn niet alleen handig om de vrije clubervaring te beschermen, maar ook om het subcultureel kapitaal van de club underground te houden. Mensen die Berghain nooit hebben bezocht, weten ook niet hoe het er vanbinnen uitziet. Daardoor behoudt de club een zekere mate van mysterie, die bovendien misschien wel net zo goed als marketing werkt als prachtige foto's en filmpjes.

Samenvattend kan worden gesteld dat nieuwe media een spanningsveld scheppen tussen de kernwaarden van clubcultuur en de praktijk op de dansvloer, omdat nieuwe media op allerlei manieren bemoeilijken of verhinderen dat de kernwaarden tot uiting komen. Clubbers blijven waarde hechten aan begrippen als vrijheid, escapisme, collectiviteit en hedonisme, maar ervaren ze minder snel. Media hebben altijd een spilfunctie gehad binnen clubcultuur, maar nieuwe media hebben deze centrale positie nog verder uitgebreid doordat de nadruk binnen clubcultuur steeds meer is verschoven van de feestervaring naar 'doing being a clubber'. Dat zorgt voor een vreemde paradox waarbij mensen nog steeds behoefte hebben aan de klassieke kernwaarden van clubcultuur, maar er wel actief aan bijdragen dat deze tot uiting komen.

Beperkingen en aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek was gericht op de Benelux en Duitsland, de uitkomst is dus niet representatief voor de gehele dancescene. Daarnaast was ook het primaire materiaal afkomstig van elektronische muziekmedia geen perfecte afspiegeling van de samenstelling clubcultuur met al zijn subclubculturen. *DJBroadcast*, *Thump*, *Vice* en *3voor12* richten zich allemaal op een redelijk hoogopgeleid publiek dat vooral luistert naar house en techno. Media gericht op andere doelgroepen en dancegenres zijn echter meer bezig met luchtige interviews of het doorplaatsen van persberichten in plaats van achtergrondartikelen en inhoudelijke journalistiek, vandaar dat zij minder bruikbaar waren voor dit onderzoek.

Het grote belang van primair materiaal van afkomstig van clubcultuur-insiders als organisatoren, promotors en dj's brengt nog een andere lastigheid met zich mee. In hun media-uitingen zijn zij – bewust of onbewust – wellicht ook bezig met het optekenen van hun subcultureel kapitaal. Het zou interessant zijn om aan de hand van enquêtes en interviews clubbers te ondervragen over hoe zij de kernwaarden van clubcultuur nog ervaren op hedendaagse dance-evenementen. Daarbij zou eveneens een vergelijking kunnen worden getrokken tussen clubs met en zonder verbod op fotografie en telefoons om te meten in welke mate bezoekers zich daadwerkelijk vrijer voelen op een cameravrije dansvloer, meer verbonden met anderen clubbers en neigen naar escapisme, hedonisme en transformativiteit.

Een andere interessante stap voor vervolgonderzoek zou zijn om te analyseren of er tegenwoordig wellicht sprake is van een 'retrotrend' binnen clubcultuur waarmee het huidige verzet tegen onwetende nieuwkomers kan verklaren. In de analyse van elektronische muziekblogs, interviews en achtergrondartikelen viel het op dat er ontzettend vaak een vergelijking wordt getrokken met de begintijd van dance. Amerikaanse dj's en organisatoren kijken terug naar The Warehouse en Paradise Garage, Britten halen de acidhouse geschiedenis en ravecultuur aan en in

Nederland wordt er liefdevol gesproken over de RoXY en iT in de jaren tachtig en negentig. Daarnaast is er de afgelopen tijd een groot aantal boeken verschenen over clubgeschiedenis, zowel in Nederland (*Mary Go Wild. 25 jaar dance in Nederland* uit 2013), Duitsland (o.a. *Nachtleben Berlin. 1974 bis heute* uit 2015 en *Der Klang der Familie. Berlin, Techno and the Fall of the Wall* uit 2014) als in Engeland, waar in 2013 *Energy Flash* van Simon Reynolds opnieuw werd uitgegeven. Brengt deze herwaardering van clubgeschiedenis misschien ook een herwaardering van clubwaarden voort?

7. Bibliografie

Andersen, Ida. (03-04-2014) Persoonlijke communicatie.

Anti Konijnendans. [Facebookpagina] <https://www.facebook.com/antikonijnendans?fref=ts> (25-05-2014).

Apple Inc. (09-01-2007) 'Apple Reinvents the Phone with iPhone', in: *Apple*.
<https://www.apple.com/pr/library/2007/01/09Apple-Reinvents-the-Phone-with-iPhone.html>
(17-11-2014).

Baudrillard, Jean. (1994[1981]) *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Bey, Hakim. (1991) *T. A. Z. The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism*.
Brooklyn: Autonomedia. Opgehaald van: http://hermetic.com/bey/taz_cont.html (04-10-2014).

Bey, Hakim. (2003) 'Preface to the Second Edition', in: *TAZ: The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism, Second Edition*. New York: Autonomedia: ix-xii.

Blum, Lucille Hollander. (1966) 'The discotheque and the phenomenon of alone-togetherness: A study of the young person's respons to the Frug and comparable current dances', in: *Adolescence*, 1(1).

Bogue. S.a. 'Waarom de konijnendans zo kut is', in: *Bogue*. <http://bogue.nl/waarom-de-konijnendans-zo-kut/> (28-02-2015).

Cascio, Jamais. (04-05-2005) 'The Rise of the Participatory Panopticon', in: *WorldChanging Archive*.
http://www.openthefuture.com/wcarchive/2005/05/the_rise_of_the_participatory.html (11-02-2015).

Centraal Bureau voor de Statistiek. (16-04-2014) 'ICT gebruik van personen naar persoonskenmerken', in: *Centraal Bureau voor de Statistiek*.
<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71098NED&D1=0-14,33-34,41-47,55-59,65-84,114-133&D2=7-8&D3=a&HD=090817-1415&HDR=G1,G2&STB=T> (04-12-2014).

Cole, Dan. (22-4-2014) 'DJB Weekly: Go Pro cameras - dance music's next biggest threat?', in: *DJBroadcast.net*.
http://www.djbroadcast.net/news/newsitem_id=380/DJB_Weekly_Go_Pro_Cameras_Dance_musics_next_biggest_threat.html (23-04-2014).

Cole, Dan. (27-06-2014) '10 comments you woudn't believe people made about Berlin nightlife', in: *DJBroadcast.net*.
http://www.djbroadcast.net/features/featureitem_id=328/10_Shocking_Comments_These_Clubbers_Made_About_Berlin_Nightclubs.html (28-08-2014).

Coral, Victor. (2013) 'House of God', in: Arne van Terphoven, Britta Möller, Gert van Veen & Alex Slagter (2013) *Mary Go Wild. 25 jaar dance in Nederland*. Amsterdam: Uitgeverij Maslow: 561-575.

- De Castella, Tom. (12-01-2012) 'Five ways the digital camera changed us', in: *BBC News Magazine*. <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-16483509> (17-11-2014).
- De Recht, Charlene-Clair. (03-06-2014) 'De vijf irritantste manieren om je Facebook event te promoten', in: *Thump*. <http://m.thump.vice.com/nl/words/de-vijf-irritantste-manieren-om-je-facebook-event-te-promoten> (06-06-2014).
- De Souza e Silva, Adriana. (2006) 'Re-Conceptualizing the Mobile Phone – From Telephone to Collective Interfaces', in: *Australian Journal of Emerging technologies and Society*, 4(2): 108-127.
- De Vries, Joost. (13-11-2014) 'Wij zijn het feest' & 'Weg met de Spa-blauw', in: *De Groene Amsterdammer*, 138(46-47): 36-39 & 110-111.
- De Vrieze, Atze. (07-11-2013) 'Aftermovie: Waarom festivals massaal hun eigen mediacontent maken', in: *3voor12*. <http://3voor12.vpro.nl/nieuws/2013/november/Waarom-festivals-massaal-hun-eigen-mediacontent-maken.html> (23-04-2014).
- De Vrieze, Atze. (16-02-2015) 'Maand van de popfotografie: In de dance kan de fotograaf zelf uitgroeien tot superster', in: *3voor12*. <http://3voor12.vpro.nl/nieuws/2015/Maand-van-de-popfotografie/Maand-van-de-popfotografie--In-de-dance-kan-de-fotograaf-zelf-uitgroeien-tot-superster.html> (18-02-2015).
- De Vrieze, Atze. (21-11-2013) 'TrouwAmsterdam: geen camera's meer in de club. Club stopt bovendien met online voorverkoop', in: *3voor12*. <http://3voor12.vpro.nl/nieuws/2013/november/TrouwAmsterdam--geen-camera-s-meer-in-de-club.html> (23-04-2014).
- Debord, Guy. (1994) *The Society of the Spectacle*. New York: Zone Books.
- Denk, Felix & Sven von Thülen. (2012) *Der Klang der Familie. Berlin, Techno und die Wende*. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Dennis, Kingsley. (2008) 'Keeping a close watch. The rise of self-surveillance and the threat of digital exposure', in: *The Sociological Review*, 56(3): 347-357.
- Doornroosje. (04-07-2014) 'Planet Rose closing party: alle info op een rij!', in: *Doornroosje*. <http://www.doornroosje.nl/nieuws#208> (28-08-2014).
- DVS1. (15-09-2014) 'Real Talk: DVS1 on Respect, Photography on the Dancefloor, and the Battle Between Art and Entertainment', in: *XLR8R*. <http://www.xlr8r.com/features/2014/09/real-talk-dvs1-on-respect-photography-on-the-dancefloor-and-the-battle-between-art-and-entertainment/> (24-02-2015).
- DVS1. (18-09-2014) For anyone that wants HIGH RES of the poster from the article. ENJOY RIGHT NOW. EU and US size.. CLICK THE LINK...Grab it, use it, spread it... [Facebook update] <https://www.facebook.com/dvs1.hush/photos/a.317280292687.146483.108268682687/10152360636382688/?type=1&theater> (18-11-2014).
- Elliott, Luther. (2004) 'Goa Trance and the Practice of Community in the Age of Internet', in: *Television & New Media*, 5(3): 272-288.

Embarrassing Nightclub Photos. [Facebookpagina] <https://www.facebook.com/pages/Embarrassing-Nightclub-Photos/277653115668691?sk=timeline> (25-05-2014).

Embarrassing party photos and Fails. [Facebookpagina] <https://www.facebook.com/EmbarrassingPartyFail?fref=ts> (25-05-2014).

Fabriclondon. (17-10-2014) With a special weekend ahead, we want to go back to the vibe of opening weekend and turn phones off and the rave on... [...] So if you're here and you find yourself on the dancefloor with your face buried deep in a snapchat, remember this simple mantra [Facebook update] <https://www.facebook.com/fabriclondon/photos/a.370381973470.148745.6486268470/10152463427423471/?type=1> (08-01-2014).

Felix, Carmen. (21-07-2011) 'Is dit het lelijkste ooit?', in: *Vice*. <http://www.vice.com/nl/read/is-dit-het-lelijkste-ooit> (23-04-2014).

Fintoni, Laurent. (30-08-2013) 'in praise of slowness: why Unsound festival was right to ban photography, and why it might be time for us all to slow down', in: *FACT*. <http://www.factmag.com/2013/08/30/in-praise-of-slowness-why-unsound-festival-was-right-to-ban-photography-and-why-it-might-be-time-for-us-all-to-slow-down/> (28-08-2014).

Foucault, Michel. (1979) *Discipline and punish. The birth of the prison*. New York: Vintage Books.

Gambillon, Zach. (12-09-2013) 'The Official Tomorrowland 2013 Aftermovie Is Here', in: *Sound is Style*. <http://soundisstyle.com/2013/09/the-official-tomorrowland-2013-aftermovie-is-here.html#ixzz36JmPYMY6> (06-06-2014).

Garcia, Luis-Manuel. (28-01-2014) 'An alternate history of sexuality in club culture', in: *Resident Advisor*. <http://www.residentadvisor.net/feature.aspx?1927> (17-11-2014).

Gelder, Ken. (2007) *Subcultures: cultural histories and social practice*. London: Routledge.

Gergen, Kenneth. (2001) 'The challenge of absent presence', in: Mark Aakhus (2001) *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. New York: Cambridge University Press.

Gray, Billy. (31-12-2013) 'Clubs Ban Photos, Putting Off Some Instagram and Selfie Fans', in: *The New York Times*. http://www.nytimes.com/2014/01/02/fashion/Instagram-photos-clubs-selfie.html?_r=0 (28-08-2014).

Hegemann, Dimitri. (2005) 'Techno nach dem Mauerfall. Die Geschichte des Tresors', in: Albert Scharenberg & Ingo Bader (2005) *Der Sound der Stadt. Musikindustrie und Subkultur in Berlin*. Münster: Westfälisches Dampfboot.

Hermans, Rik. (09-10-2013) 'Achter de schermen bij Boiler Room: "we klooiën maar wat aan"', in: *DJBroadcast*. http://www.djbroadcast.nl/features/featureitem_id=1930/page=3/Achter_de_schermen_bij_Boiler_Room_We_klooiën_maar_wat_aan.html (17-11-2014).

- Hermans, Rik. (26-07-2014) 'Sendrato, het alles-in-een-festivalbandje', in: *DJBroadcast*.
http://www.djbroadcast.nl/news/newsitem_id=7931/Sendrato_het_allesineenfestivalbandje.html (17-02-2015).
- Hoorntje, Rolinde. (11-10-2013) 'Dancen in het geld', in: *NRC.Next*.
- Hoorntje, Rolinde. (2013) '587 miljoen', in: Arne van Terphoven, Britta Möller, Gert van Veen & Alex Slagter (2013) *Mary Go Wild. 25 jaar dance in Nederland*. Amsterdam: Uitgeverij Maslow: 527-532.
- Horowitz, Denise. (22-11-2013) 'Trouw introduceert uniek deurbeleid', in: *DJBroadcast*.
http://www.djbroadcast.nl/news/newsitem_id=7582/Trouw_introduceert_uniek_deurbeleid.html (10-04-2014).
- Huismans, Sjoerd. (01-05-2014) 'Connecting people', in: *de Volkskrant*.
- Instagram. (2014) 'Our Story', in: *Instagram*. <http://instagram.com/press/> (17-11-2014).
- Jorritsma, David & Mischa Blok. (25-02-2014) 'Hoe houden we de mobiel in de zak?', in: *EenVandaag*.
http://www.eenvandaag.nl/binnenland/49429/hoe_houden_we_de_mobiel_in_de_zak (10-04-2014).
- Laidback Luke. (22-05-2014) 'Laidback Luke Responds to Seth Troxler', in: *Thump*.
https://thump.vice.com/en_us/article/laidback-luke-responds-to-seth-troxler (28-02-2014).
- Malbon, Ben. (1999) *Clubbing. Dancing, ecstasy and vitality*. Londen: Routledge.
- McCarthy, Zel. (06-08-2014) 'DJing Disruption: Rana June is Changing the Future of Dance Music', in: *Thump*. <http://thump.vice.com/words/djing-disruption-rana-june-is-changing-the-future-of-dance-music> (17-02-2015).
- McLuhan, Marshall. (1964) *Understanding media. The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- Moore, Karenza. (2005) 'Sort drugs, make mates': the use and meaning of mobiles in club culture', in: Kenton O'Hara & Barry Brown (2006) *Consuming Music Together. Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies*. Dordrecht: Springer: 211-239.
- Mulder, Arjen. (2000) *Het fotografisch genoegen. Beeldcultuur in een digitale wereld*. Amsterdam: Van Gennep.
- Nabben, Ton, Annemieke Benschop & Dirk J. Korf. (2013) *Antenne 2012. Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.
- Nabben, Ton, Annemieke Benschop & Dirk J. Korf. (2014) *Antenne 2013. Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.
- Nieuwenhuijzen, Jesse Reinier. (21-02-2014) 'Dansje doen @ Awakefest 2013 (Benny Hill) ORIGINAL', in: *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=8pQAWOCofXo> (22-02-2015).
- Noisey Redactie. (13-06-2014) '11 soorten festivalgangers die je deze zomer geheid tegen gaat komen', in: *Noisey*. <http://noisey.vice.com/nl/blog/11-type-festivalgangers-die-je-deze-zomer-geheid-tegen-gaat-komen> (26-02-2015).

- O'Grady, Alice. (2012) 'Spaces of Play. The Spatial Dimensions of Underground Club Culture and Locating the Subjunctive', in: *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture*, 4(1): 86-106. Opgehaald van: <https://dj.dancecult.net/index.php/dancecult/article/view/331> (17-11-2014).
- Olaveson, Tim. (2004) 'Connectedness' and the rave experience. Rave as new religious movement?', in: Graham St John (2004) *Rave Culture and Religion*. Abingdon: Routledge: 85-106.
- Oulasvirta, Antti, Tye Rattenbury, Lingyi Ma & Eeva Raita. (2012) 'Habits Make Smartphone Use More Pervasive', in: *Personal and Ubiquitous Computing*, 16: 105-114. Opgehaald van: http://www.hiit.fi/u/oulasvir/scipubs/Oulasvirta_2011_PUC_HabitsMakeSmartphoneUseMorePervasive.pdf (09-12-2014).
- Pepsi. (21-05-2014) 'Bioreactive Concert @ SXSW 2014 | Pepsi', in: *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=qhFgzCPMMsY> (17-02-2015).
- Q-dance. (24-06-2013) 'Defqon.1 Festival 2013 | Endshow Saturday | Official Q-dance Video', in: *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=fN1Gw8PHkAI> (17-11-2014).
- Rapp, Tobias. (2009) *Lost and Sound. Berlin, Techno und der Easyjetset*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Reynolds, Simon. (2013[1998]) *Energy Flash. A Journey through Rave Music and Dance Culture*. Londen: Faber and Faber Ltd.
- Rief, Silvia. (2009) *Club Cultures. Boundaries, Identities, and Otherness*. New York: Routledge.
- Rill, Bryan. (2006) 'Rave, Communitas, and Embodied Idealism', in: *Music Therapy Today*, 7(3): 648-661.
- Ron. (20-01-2012) 'Het festivalbandje van de toekomst; betalen en liken met je bandje', in: *Festileaks*. <http://festileaks.com/2012/01/het-festivalbandje-van-de-toekomst-betalen-en-liken-met-je-bandje/> (17-02-2015).
- Sachs, Elliot. (11-09-2013) 'Tomorrowland 2013 After Movie Released!', in: *YourEDM*. <http://www.youredm.com/2013/09/11/tomorrowland-2013-movie-released/> (06-06-2014).
- Steven. S.a. 'UITGELEKT: Het recept voor de perfecte aftermovie', in: *Upcoming*. <http://www.upcoming.nl/ditistedeven/6593/uitgelekt-het-recept-voor-de-perfecte-aftermovie> (23-04-2014).
- Stu. (21-01-2015) 'Vanity Replaces Ecstasy As Most Popular Thing In Clubland', in: *Wunderground*. <http://wundergroundmusic.com/vanity-replaces-ecstasy-as-most-popular-thing-in-clubland/> (11-02-2015).
- The Chainsmokers. (29-01-2014) '#SELFIE (Official Music Video) - The Chainsmokers', in: *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=kdemFfbS5H0> (17-11-2014).
- Thornton, Sarah. (1995) *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press.

- Tomorrowland. (11-09-2013) 'Tomorrowland 2013 | official aftermovie', in: *Youtube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=cUhpA5qlxDQ> (28-08-2014).
- Trouw. (03-2012) 'Ontrouw - a new tribe', in: *Trouw*.
<http://www.trouwamsterdam.nl/nl/programma/2012/03/ontrouw-a-new-tribe/212/> (17-11-2014).
- Trouw. (21-03-2012). 'Ontrouw bedankt bezoekers', in: *Trouw*.
<http://www.trouwamsterdam.nl/nl/blog/2012/03/ontrouw-bedankt-bezoekers/270/> (17-11-2014).
- Trouw. (21-11-2013) 'Nog 1 jaar Trouw te gaan! Geen voorverkoop voor reguliere clubavonden en clubfotografie vanaf 1 januari', in: *Trouw*.
<http://www.trouwamsterdam.nl/nl/blog/2013/11/nog-1-jaar-trouw-te-gaan/910/> (17-11-2014).
- TrouwAmsterdam. (22-03-2014) Ontrouw. [Facebookevent]
<https://www.facebook.com/events/249567978555855/> (17-11-2014).
- Troxler, Seth. (20-05-2014) 'Seth Troxler: "Dance Festivals are The Best and Worst Places in The World"', in: *Thump*. http://thump.vice.com/en_uk/words/seth-troxlers-guide-to-dance-music-festivals-clubbing-and-not-being-a-terrible-human (21-05-2014).
- Turkle, Sherry. (1997) *Life on the screen, Identity in the age of the Internet*. Londen: Phoenix.
- Turkle, Sherry. (2012) *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Urry, John. (2002) *The Tourist Gaze*. Londen: Sage.
- Van den Brink, Perre. (28-09-2012) 'Hoe ik het niet droog hield bij een 20 minuten durend cinematografisch meesterwerk over een housefeest', in: *Vice*.
<http://www.vice.com/nl/read/hoe-ik-het-niet-droog-hield-bij-een-20-minuten-durend-cinematografisch-meesterwerk-over-een-housefeest> (23-04-2014).
- Van Haaren, Tom. (10-01-2012) 'Verban de smartphone van de dansvloer', in: *DJBroadcast*.
http://www.djbroadcast.nl/features/featureitem_id=1753/Verban_de_smartphone_van_de_dansvloer.html (01-03-2015).
- Van Haaren, Tom. (22-11-2013) 'DJB Analyseert: Mono-cultureel neo-raven in de upperground', in: *DJBroadcast*.
http://www.djbroadcast.nl/features/featureitem_id=1950/page=3/DJB_analyseert_monocultureel_quasi_neoraven_in_de_upperground.html (02-10-2014).
- Van Terphoven, Arne & Toon Beemsterboer. (2004) *Door! Dance in Nederland*. Amsterdam: Uitgeverij Contact.
- Van Terphoven, Arne, Britta Möller, Gert van Veen & Alex Slagter. (2013) *Mary Go Wild. 25 jaar dance in Nederland*. Amsterdam: Uitgeverij Maslow.

Willett, Megan. (03-01-2014) 'Some New York City Nightclubs Have Made The Terrible Decision To Ban Photos', in: *Business Insider*. <http://www.businessinsider.com/new-york-city-clubs-banning-photos-2014-1> (28-08-2014).

Zwerenz, Milena. (2014) 'So sieht es im Berghain aus. Fast.', in: *MitVergnügen*. <http://mitvergnuegen.com/2014/so-sieht-es-im-berghain-aus-fast/> (17-11-2014).

Afbeeldingen

Titelpagina: Awakenings. (03-01-2015) 2014-12-31 Awakenings New Year Eve Special. [Facebookfoto]
<https://www.facebook.com/awakenings/photos/pb.96583704152.-2207520000.1427992300./10152967386844153/?type=3&theater> (02-04-2015).

Awakenings. (03-01-2015) 2014-12-31 Awakenings New Year Eve Special. [Facebookfoto]
<https://www.facebook.com/awakenings/photos/pb.96583704152.-2207520000.1427992300./10152967386844153/?type=3&theater> (02-04-2015).

Awakenings. (03-01-2015) 2014-12-31 Awakenings New Year Eve Special. [Facebookfoto]
<https://www.facebook.com/awakenings/photos/pb.96583704152.-2207520000.1427992300./10152967386409153/?type=3&theater> (02-04-2015).

Figuur 1.1: S.n. S.a. [uitsnede boekcover Tobias Rapp], in: Rapp, Tobias. (21-10-2009) 'Saturday at Berghain', in: *Resident Advisor*. <http://www.residentadvisor.net/feature.aspx?1117> (21-7-2014).

Figuur 3.1: Georgefitzgeraldmusic. (2014) [printscreen Instagramupdate], in: Cole, Dan. (22-4-2014) 'Djb Weekly: Go Pro cameras - dance music's next biggest threat?', in: *DJBroadcast.net*.
http://www.djbroadcast.net/news/newsitem_id=380/DJB_Weekly_Go_Pro_Cameras_Dance_musics_next_biggest_threat.html (23-04-2014).

Figuur 4.1: DVS1. (2014) Enjoy Right Now. [online afbeelding]
http://www.hushsound.com/ENJOYRIGHTNOW/EnjoyRightNow_EU_SIZE.jpg (18-11-2014).