

Radboud Universiteit



De muziekindustrie in de post-COVID-19-periode

De invloed van online alternatieven tot het geven van optredens op de presentatie van de
artiest

Naam: Zoë Wickerhoff

Radboud Universiteit, Nijmegen

Masterscriptie, Master Kunstbeleid en Kunstbedrijf

Begeleider: Dr. Vincent Meelberg

Tweede lezer: Dr. Roel Smeets

ABSTRACT

Due to the coronavirus, many concerts were cancelled to prevent more infections. As a result, artists have lost their most significant source of income and have started looking for other ways to earn money. Hence the concept of digital performances for a ticket price was born. This thesis examines whether online performances have caused a shift in the music industry and whether these online alternatives will still exist after the corona crisis.

When the corona crisis started, most digital performances were offered free of charge, with usually the option to donate money for charity. However, there has been a strong transition as the coronavirus crisis progressed, with a 292% growth from free live streaming concerts to paid online performances. Even before the corona crisis, artists' ability to earn a living wage was a point of discussion. Artists have struggled to survive on their artistic merits alone. The paid live streams were a welcome supplement to the incomes of many artists and, during the crisis, compensated their total loss of income.

Using case studies, this thesis investigates what distinguishes digital concerts from physical performances and how this concept can continue to exist in the future. This analysis shows that the most important aspects of attributing authenticity to virtual concerts are its live aspect and the one-off experience. Failure in any of these points will significantly impact the concert experience and the feeling of proximity, which means that the sense of intimacy and exclusivity is damaged, hindering cultural participation – an essential motivation for visiting a concert.

INHOUDSOPGAVE

ABSTRACT	1
INTRODUCTIE	3
INLEIDING VAN DE DEELVRAGEN	7
THEORETISCH KADER	12
METHODOLOGIE	17
VERDIENMODEL VAN DE ARTIEST	23
Voor de coronacrisis.....	23
Tijdens de coronacrisis.....	24
Na de coronacrisis	26
DE MACHTSPOSITIE VAN DE POPARTIEST.....	28
DE INKOMENSPOSITIE VAN DE POPARTIEST	32
TOEKOMSTPERSPECTIEF VAN DIGITALISERING VAN LIVEOPTREDEN	36
CASESTUDY'S	42
Di-rect in het Mauritshuis, Den Haag	43
Glass Animals – <i>Live on the internet</i>	48
Billie Eilish - <i>Where Do We Go? The Livestream</i>	53
Dua Lipa - <i>Studio 2054</i>	60
CONCERTERVARING, AUTHENTICITEIT EN NABIJHEID IN DIGITALE CONCERTEN	66
Concertervaring	66
Authenticiteit	67
Nabijheid	68
DE MOGELIJKHEDEN VAN DE ONLINE INKOMENSALTERNATIEVEN VOOR ARTIESTEN	70
CONCLUSIE	80
Beperkingen en vervolgonderzoek.....	83
BIBLIOGRAFIE.....	85

INTRODUCTIE

Het coronavirus Covid-19 zorgt al sinds begin 2020 voor restricties over de hele wereld. Wereldwijd heeft het virus miljoenen mensen het leven gekost; het totaal aantal ligt op 5,5 miljoen in januari 2022 (WHO). Het virus is zeer besmettelijk, wat ervoor zorgt dat het bijeenkomen van grote groepen niet mogelijk is. Veel sectoren hebben het hierdoor moeilijk, maar voor sommige branches gelden er strengere regels dan andere. De regelgeving heeft ertoe geleid dat de muziek- en evenementenindustrie het erg moeilijk heeft. Al sinds maart 2020 zijn veel concerten afgelast, in fysieke vorm althans. Dit is een groot probleem voor veel muzikanten, aangezien concerten en liveoptredens hun grootste bron van inkomsten betreft (Holt 248). In september 2021 zijn er mogelijkheden geweest tot gedeeltelijke opening van de livesector, alleen onder strikte voorwaarden. Zo moet er een vaccinatie- of testbewijs gezien laten worden bij binnenkomst en mag de zaal maar op 75% van de capaciteit draaien (Rijksoverheid). Toch worden binnen twee maanden de regels verder aangescherpt, om vervolgens in december de deuren weer helemaal te moeten sluiten. De sluiting van de livemuzieksector heeft geleid tot verschillende initiatieven van artiesten om toch nog een deel van de inkomsten binnen te halen: zo zijn er verschillende online liveoptredens georganiseerd. Inkomsten kunnen zowel op basis van een vrijwillige bijdrage als uit de verkoop van tickets met een vast entreebedrag voortkomen. Op deze manier kan de artiest alsnog de band met de fans onderhouden en kan het ook voor een inkomstenbron zorgen nu de fysieke optredens niet mogelijk zijn.

Niet alleen de muziekindustrie heeft te maken met veranderingen: voor iedereen gelden er aanpassingen in het dagelijks leven. Er wordt gevraagd om alleen naar buiten te gaan wanneer dit noodzakelijk is en om zoveel mogelijk vanuit huis te werken, om zo het sociaal contact in te perken en het aantal besmettingen te laten dalen. Dit heeft als gevolg gehad dat het online verbruik omhooggaat, wat voor een stijging van consumptie van digitale

content heeft gezorgd (Sim et al. 3). Het onderzoek “Virus Shook the Streaming Star: Estimating the COVID-19 Impact on Music Consumption” van Jaeung Sim et al. gaat in op de invloed van Covid-19 op de muziekconsumptie. Zij vinden dat de muziekconsumptie wereldwijd met 12,5% is gestegen sinds de uitbraak van de pandemie (Sim et al. 5). Daarnaast stellen zij dat de omzet van Netflix en Spotify met 32,2% en 27,1% steeg van begin 2020 tot eind mei van hetzelfde jaar (3). Toch wordt betoogd dat de stijging vooral te merken is bij visuele vormen van entertainment. Sim et al. schrijven dat de pandemie de mediaconsumptie heeft veranderd: de muziekconsumptie wordt sterker geconcurrereerd door andere vormen van media. Visuele media bieden namelijk een meer dynamische ervaring aan de consument, in tegenstelling tot muziek (6). Muziek wordt vaak niet als opzichzelfstaande vorm van vermaak beschouwd, maar eerder als aanvulling op andere activiteiten in de vorm van achtergrondmuziek (3, 4).

Peter van der Ploeg stelt daarentegen wel dat er in de Nederlandse muziekindustrie in 2020 een opvallende groei van 10% te zien is. Door de vele beperkingen voor de muziekindustrie in de coronaperiode is dit een verrassende uitkomst, omdat er maar weinig mogelijkheden waren tot het verdienen van geld. Streaming heeft ook hier voor een groot gedeelte de markt in stand gehouden, het zorgde immers voor 80% van de omzet, en een groei van 25 miljoen euro in 2020 in Nederland (Van der Ploeg). Toch betekent dit niet dat artiesten meer verdiend hebben: de inkomsten die zij met streaming binnenhalen, staan namelijk niet in verhouding tot de omzet die een concert teweegbrengt. Daarnaast missen ze promotiemogelijkheden in de vorm van een tour voor de albums die uitgebracht worden, want van streaming zien ze weinig terug zeggen ze.

Toch brengt de vernieuwde focus in online alternatieven ook mogelijkheden voor enkele grote artiesten, er zit bijvoorbeeld geen limiet op het aantal bezoekers: Dua Lipa heeft met haar onlineconcert *Studio 2054* meer dan vijf miljoen kijkers getrokken (Cooper). Een

bezoekersaantal ver boven de capaciteit van een concertzaal. In een artikel van *Rolling Stone* wordt geschreven dat livestreaming van een nichemarkt in korte tijd enorm is uitgegroeid tot belangrijk onderdeel van de muziekindustrie: “In under a year, livestreaming has gone from a niche, shrugged-aside field into a juggernaut of the music business.” Volgens Bandsintown worden er inmiddels duizenden livestreams aangeboden elke maand (Wang). Het vraagstuk dat hieruit voortkomt, is of de online optredens voor een verschuiving in het muzieklandschap hebben gezorgd, en of deze online alternatieven ook na de coronacrisis nog kunnen voortbestaan. De onderzoeksvraag die in deze masterscriptie centraal staat, luidt: “Op welke manieren kunnen online inkomensactiviteiten die in de COVID-19-periode tot stand zijn gekomen, fungeren als een levensvatbaar alternatief voor artiesten om zich te presenteren aan het publiek?”

In deze these wordt er onderzocht op welke manieren digitale concerten voor een vernieuwing in de muziekindustrie hebben gezorgd. Voor de coronacrisis begon, was er namelijk al sprake van een onzekere positie van de artiest, vooral op het gebied van zelfstandigheid en inkomsten. Door Veldman et al. worden deze kwesties als “machtsongelijkheid,” “afhankelijkheid” en “zwakke inkomenspositie van de maker” aangehaald. Zij stellen dat onzekere positie van de artiest wordt veroorzaakt omdat deze niet zijn werk kan exploiteren zonder inbreng van anderen uit de sector. Daarnaast vinden zij dat maar een klein gedeelte van de artiesten in het eigen levensonderhoud kan voorzien met de inkomsten uit hun werk. Dit onderzoek moet uitwijzen of de komst van onlineconcerten hier invloed op heeft. De deelvragen die hierbij aan bod komen, zijn:

- Hoe ziet het verdienmodel van de popartiest eruit (voor, tijdens en na corona)?
- Wat is de machtspositie van de popartiest?
- Hoe ziet de inkomenspositie van de popartiest eruit?

- Op welke manier kunnen online activiteiten aantrekkelijk genoeg blijven voor het publiek, om te zullen voortbestaan na corona (naast de fysieke optredens)?

INLEIDING VAN DE DEELVRAGEN

De eerdergenoemde deelvragen zullen bijdragen aan het beantwoorden van de onderzoeksvraag. Deze paragraaf is gericht op het verduidelijken van de deelvragen en de samenhang uiteen te zetten, verderop in de tekst is een inleiding per deelvraag te lezen. Deze deelvragen zijn allemaal van belang voor dit onderzoek: ten eerste zal het bepalen van het verdienmodel van de artiest een beeld schetsen van hoe de artiest zich verhoudt in de markt. Hier zal ingegaan worden op de situatie voor, tijdens en na corona. Vervolgens wordt de machtspositie van de popartiest in kaart gebracht. In het rapport, *Stand van zaken in de Nederlandse popsector*, wordt namelijk geschreven over machtsongelijkheid en afhankelijkheid van de artiest. Evenals de inkomenspositie van de artiest, die door het rapport wordt aangeduid als “zwak.” Door het analyseren van deze punten kan de positionering van de artiest bepaald worden. Het is van belang om na te gaan waar deze gestelde ondergeschikte rol vandaan komt, om te kunnen vaststellen of de inkomensalternatieven, voortgekomen uit de coronacrisis, invloed hierop kunnen hebben. Tot slot is de laatste deelvraag geformuleerd om uiteen te kunnen zetten of deze onlineopties ook na de coronapandemie nog bestaansrecht hebben.

- Hoe ziet het verdienmodel van de popartiest eruit (voor, tijdens en na corona)?

NOS nieuws schrijft dat uit onderzoek naar het inkomen van muzikanten als gevolg van de economische crisis en de bezuinigingen op cultuur, blijkt dat beroepsmuzikanten gemiddeld meer werken, maar minder verdienen dan in 2008. Zo blijkt dat professionele muzikanten 11% meer werken dan in 2008, wat neerkomt op zo'n 49 uur per week. Tegelijkertijd is het aantal muzikanten dat niet van hun muziek kan rondkomen gestegen. Het onderzoek van Cubiss en Saskia von der Fuhr concludeert dat popmuzikanten ongeveer 17.500 euro per jaar verdienen, toch ligt dit bedrag ver boven wat de meerderheid van de artiesten verdient. Het

gestelde gemiddelde wordt namelijk aanzienlijk omhooggetrokken door een aantal grootverdieners in de sector. De helft van de muzikmakers verdient nog geen 9000 euro per jaar (NOS nieuws). Daarnaast is zo'n vijftig procent van de muzikanten gedeeltelijk of compleet afhankelijk van de verdiensten van de partner (Raad voor Cultuur 67).

Door het beschrijven van het verdienmodel van de artiest voor en tijdens de coronacrisis, wordt er in kaart gebracht hoe de online alternatieven invloed hebben op de inkomsten van de maker. Met behulp van deze twee factoren wordt er een beeld geschetst voor de toekomst. Hierin wordt een verwachting omschreven, waarin het verdienmodel van de artiest aan bod komt en hoe deze eruit zou komen te zien als er naast liveoptredens eveneens op de online alternatieven gericht zou worden, ook nadat de muzieksector in zijn volledige hoedanigheid is hersteld. Aan de hand van deze deelvraag kan vervolgens de machtsongelijkheid en afhankelijkheid van de artiest (gesteld door rapport *Stand van zaken in de Nederlandse popsector*) worden geanalyseerd.

- Wat is de machtspositie van de popartiest?

Volgens Hans Abbing, kunstenaar, econoom en socioloog, is de kunstmarkt overvol: er heerst een overschot aan kunstenaars in de markt (283). Dit leidt tot een structurele afhankelijkheid en machtsongelijkheid van makers ten opzichte van andere spelers volgens het rapport *De stand van zaken in de Nederlandse popsector* (Veldman et al. 14, 15). Al voor de coronacrisis begon, werd er gesproken over een zwakke inkomenspositie van de makers: artiesten zouden maar moeilijk rondkomen van hun artistieke werk. Veldman et al. geven "kennisasymmetrie" als reden voor het probleem dat speelt, makers zouden namelijk niet genoeg kennis hebben van de zakelijke kant (14). De machtsongelijkheid en afhankelijkheidsrelatie kunnen geanalyseerd worden aan de hand van de theorie van Nico Laan en Howard Becker. Laan pleit voor het belang van de samenwerking tussen de artiest en andere spelers in de sector,

deze andere spelers noemt hij ook wel “poortwachters.” Zoals Abbing stelde, is het aanbod enorm groot, dit maakt het lastig om als maker op te vallen bij de juiste doelgroep. Laan beweert dat technische en commerciële kennis belangrijk zijn, toch wordt de poortwachter enkel als een ondersteunende functie gezien (198). In tegenstelling tot Becker, wiens uitgangspunten opgesomd kunnen worden als: de bijdrage van “ondersteunend personeel” is even bepalend als de bijdrage van de kunstenaar (16, 17), samenwerking is wat de kunstwereld draaiende houdt (7) en waar samenwerking is, is afhankelijkheid (25). Nico Laan positioneert de artiest als belangrijkste functie binnen een proces, terwijl Becker de creatieve maker en degene die over technische en commerciële kennis beschikt als gelijk ziet.

Met het onderzoek naar de machtsongelijkheid en de onafhankelijkheid van de maker wordt er gekeken naar hoe deze knelpunten tot stand komen. Met deze kennis kan er worden bepaald of deze elementen evengoed een rol spelen als het belang van online alternatieven groter wordt. Daarnaast wordt de invloed van deze factoren op het verdienmodel en de relatie met de “zwakke inkomenspositie” van de artiest geanalyseerd, om zo te kunnen bepalen of online optredens mogelijk een uitkomst kunnen bieden aan deze kwesties.

- Hoe ziet de inkomenspositie van de popartiest eruit?

Veldman et al. schrijven dat het inkomen van maar een klein gedeelte van de muzikanten in verhouding staat tot het aantal uur dat ze ermee bezig zijn geweest. Bovendien groeit de kloof tussen de topmuzikanten en de rest in de afgelopen jaren (113). Daarnaast wordt de komst van streaming als een oorzaak aangewezen van de zwakke inkomenspositie van de artiest: Spotify zou 90% van de inkomsten doorbetalen aan maar een klein gedeelte van alle artiesten. Het gaat hier om ongeveer 43.000 artiesten, in verhouding tot de miljoenen makers die gebruik maken van dit platform (Veldman et al. 115). Deze relatief kleine groep mensen, zijn de artiesten met het grootste aantal luisteraars. Toch wordt er gesteld dat YouTube de makers

nog minder uitkeert voor hun muziek, omdat zij zich beroepen op de *safe harbor* voorwaarden, opgenomen in de *Digital Millennium Copyright Act (DMCA)* (Veldman et al. 115). Hierin worden bepaalde grote platforms niet verplicht voor het doorbetalen van de auteursrechten. Dit is dan ook de reden dat YouTube nagenoeg niks doorbetaalt aan de artiesten (Veldman et al. 115).

Door het inventariseren van de redenen van de verzwakte inkomenspositie, kan er worden nagegaan op welke manier deze kunnen bijdragen aan een sterkere positie binnen de sector als het verdienmodel verandert. In deze deelvraag wordt er onderzocht of de inkomenspositie van de artiest kan veranderen als deze ook geld van een andere bron ontvangt. De analyse van de opbrengsten die onlineactiviteiten zouden opleveren, draagt bij aan het beantwoorden van de volgende deelvraag, namelijk of het een initiatief is dat kan blijven voortbestaan (naast fysieke optredens).

- Op welke manier kunnen online activiteiten aantrekkelijk genoeg blijven voor het publiek, om te zullen voortbestaan na corona (naast de fysieke optredens)?

Het onderzoek “Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry e Lessons from the US experiences” door Kashif Naveed et al. gaat over het verband van de toenemende mate van streaming en het belang van liveoptredens. Hoewel beweerd wordt dat de ervaring van een liveoptreden niet hetzelfde is als deze online te zien is, geeft het toch weer dat de combinatie van livemuziek en de groeiende populariteit van streamingdiensten een redding kan zijn voor de muziekindustrie (11, 14). Ook schrijft Amy X. Wang in een artikel voor de *Rolling Stone* over de meerwaarde van een livestream concert: “You’re not paying to see a live concert substitute; you’re paying to see a technological feat, to connect to music in a new way” (Wang). Dit zouden redenen

kunnen zijn dat livestreamconcerten misschien wel een bestaanskans kunnen hebben om in de toekomst zich te kunnen manifesteren naast fysieke concerten.

Deze deelvraag kan een antwoord bieden aan de voorgaande twee deelvragen, het kan mogelijk een oplossing geven aan de problemen die hierin worden besproken. Met het aantrekkelijk maken van onlineactiviteiten, kan de artiest meer inkomsten vergaren uit het doen van optredens, wat de inkomenspositie kan versterken. Waardoor de machtsongelijkheid en afhankelijkheid van de artiest ook kunnen verkleinen.

THEORETISCH KADER

De coronacrisis heeft grote invloed op de economie: de totale vraag en aanbod zijn sterk gedaald. De sluiting van bedrijven om besmettingen te voorkomen en zo de pandemie onder controle te houden, heeft geleid tot een afname van het totale aanbod. Terwijl vermindering van consumptie en investeringen heeft geleid tot een afname van de vraag, betoogt Priya Seetharaman (1). Priya Seetharaman is *Associate Professor of Management Information Systems* op het Indian Institute of Management, Calcutta, India. In het essay “Business models shifts: Impact of Covid-19” analyseert en onderzoekt ze de strategische verschuiving van bedrijven in specifieke industrieën. Zij concludeert dat bedrijven wendbaar moeten zijn en over dynamische capaciteiten moeten beschikken die hen kunnen helpen aan te passen in deze veranderende tijden. Er zullen nieuwe regels van concurrentie ontstaan. De crisis verplicht organisaties om te kijken naar digitale vervangingen of naar manieren te zoeken om hun product of service met minimaal fysiek contact toch veilig af te kunnen leveren (4). Dennis Doeland, onderzoeker en data-expert, gaat hier nog een stapje verder in. Hij is van mening dat als je in deze coronaperiode niet aanpakt om te veranderen, er na de coronacrisis geen plek meer voor je is in de industrie (Doeland). Dit is dan ook de reden dat veel artiesten gaan uitproberen met het geven van digitale live concerten.

In deze these worden livestreamconcerten gekoppeld aan de concepten “concertervaring,” “authenticiteit” en “nabijheid.” Of de concertervaring van een livestreamconcert kan voldoen aan die van een fysiek optreden, zijn de meningen over verdeeld. Sommigen zeggen namelijk dat technologie zich steeds verder heeft ontwikkeld waardoor de concertervaring vergelijkbaar kan zijn (L. Bennett 555). Bovendien kan door het gebruik van verschillende camera’s de beleving van het publiek worden verbeterd (Trainer 81; Van Gijssel 21 juni 2020). Anderen stellen dat het gevoel van bij een groep te horen, en het gevoel van intimiteit en exclusiviteit enkel bij een fysiek optreden een rol spelen. Het

optreden is namelijk begrensd door de capaciteit van de zaal en alleen beschikbaar voor diegenen die een kaartje hebben voor het optreden (R. Bennett 10). Bij een livestreamconcert is er vaak geen sprake van een begrenzing van capaciteit, waardoor deze exclusiviteit wegvalt. Ook is het groepsgevoel kleiner, omdat de bezoekers elkaar meestal niet zien; ze kunnen alleen via een chat met elkaar communiceren. Popjournalist, Hester Carvalho, omschrijft in NRC drie verschillende soorten livestreamoptredens. Ten eerste een zogenaamd “thuisconcert,” waarbij de artiest vanuit zijn eigen huis een optreden verzorgd en deze aan de wereld openbaar maakt. Ten tweede een gefilmd liveconcert dat in een lege zaal plaatsvindt, en vanaf daar direct naar het internet wordt gelivestreamd. Tot slot zijn er livenesshows, die zo zijn geproduceerd dat ze op geen manier in de werkelijkheid zouden kunnen hebben plaatsgevonden. Door een samenspel van gefilmd beeld en animatie is het mogelijk om makkelijk te wisselen tussen schijnbare andere locaties binnen enkele seconden (Carvalho).

Rebecca Jane Bennett, academisch onderzoekster op de Murdoch University in West Australië, stelt, in het hoofdstuk “Live concerts and fan identity,” dat een offlineconcert het gemeenschapsgevoel kan versterken: “An offlineconcert can evoke a sense of community that is reminiscent of romanticized community entanglements of a long-lost past” (R. Bennett 9). Daarnaast wordt gesteld dat er een verschil is tussen de beleving van een optreden en het beluisteren van een muziekopname: een liveconcert kan een consument namelijk transformeren van een luisteraar van de muziek naar een onderdeel van het publiek (R. Bennett xii). Dit gevoel van ergens bij te horen is dus erg belangrijk bij het bezoeken van een concert. Het gaat niet enkel om de ervaring, maar ook over een culturele participatie: “Live music is not just about the multisensual communal experience, it is also a form of cultural engagement” (R. Bennett xii). Rebecca Jane Bennett schrijft dat de algehele ervaring van een luisteraar is veranderd door de komst van sociale media, omdat de betrokkenheid van de fan is verhoogd door deze kanalen (4). Deze sociale mediakanalen maken het namelijk mogelijk om

een schijnbare directe band te ontwikkelen met een artiest; het internet lijkt de nabijheid te vergroten. Bovendien lijkt ook het gebruik van verschillende camera's bij een concert de afstand tot de artiest te verkleinen. Of de kijker van de beelden nou achter in de zaal of thuis zit, deze kan toch genieten van ogenschijnlijke nabijheid door het gebruik van close-ups. Deze nabijheid wordt door Black et al. als zeer waardevol gesteld. Zij schrijven dat het meemaken van een concert (en daarbij in de buurt zijn van de artiest) fans een ander soort voldoening geeft dan enkel het beluisteren van een opname van dezelfde artiest. Een optreden creëert een band tussen een fan en de artiest (155). Ari Evans, directeur van Maestro, is van mening dat juist livestreaming een goede manier is om zo'n verbinding aan te gaan, in tegenstelling tot een fysiek optreden. Hij beschrijft *livestreaming* als een "quintessential communication format of today's age," oftewel een manier van communicatie die deze tijd typeert, het biedt de mogelijkheid om diepere relaties aan te gaan die direct tussen publiek en artiest lopen (Amplify Music 6:52-7:26). Ondanks de technologische ontwikkelingen en massaconsumptie van digitale muziek, blijft het bijwonen van een liveconcert een ander soort ervaring die niet makkelijk na te bootsen is volgens Fabian Holt, docent communicatie en kunst aan de Universiteit van Roskilde. De atmosfeer, het optreden en de sociale interactie met en tussen het publiek maken concerten een unieke ervaring (256). Evenals Holt bepleiten ook Anne Danielsen en Yngvar Kjus, professor musicologie en PhD onderzoeker op het gebied van media en communicatie aan de Universiteit van Oslo, dat livemuziek een unieke en zeldzame muzikale ervaring is (716). Daarnaast beschrijft Simon Frith, hoogleraar muziek aan de University of Edinburgh, dat livemuziek bijdraagt aan het begrip van onszelf door middel van muziek (14). Verder lijkt de manier waarop een liveoptreden een ruimte creëert die zich onderscheidt van het dagelijks leven, een andere belangrijke reden te zijn van het publiek om een concert bij te wonen: (Danielsen en Kjus 717).

Emma McGann, singer-songwriter, doet al zes jaar aan livestreamconcerten. In het begin had dit het doel om de muziek meer reikwijdte te geven: de onlinewereld geeft de mogelijkheid om een groter publiek te kunnen bereiken. Nu stelt zij *community building* en de interactie met fans als belangrijkste redenen van het livestreamen. McGann is van mening dat een livestreamoptreden niet slechts een video is waarnaar gekeken kan worden, maar dat de kijkers ook inspraak moeten hebben in wat er op het scherm gebeurt. De communicatiebelemmeringen die liveoptredens met zich meebrengen, vallen bij een livestreamoptreden weg (Amplify Music 12:37–14:44). Inclusie is een aspect wat in livestreamoptredens centraal staat, zegt McGann, mensen van over de hele wereld kunnen tegelijkertijd het optreden volgen. Het is dan van belang om iedereen welkom te laten voelen in de livestream. Op deze manier kan het gemeenschapsgevoel tijdens een livestreamoptreden worden vergoot. Dit sociale aspect wordt tevens door Danielsen en Kjus aangestipt als belangrijkste motivatie voor het bijwonen van een optreden (717).

De authenticiteitskwestie die livestreamconcerten oproept, is een lastig onderwerp, omdat hierbij meerdere factoren een rol spelen. Volgens Simon Frith is een liveconcert de “truest” vorm van muzikale expressie (8). En authenticiteit wordt gerefereerd aan “real,” “genuine” en “true” (Lehman 1). Dus volgens de theorie van Frith is een liveoptreden het meest authentieke onderdeel van de muziekindustrie. Maar betekent dit dat uitsluitend een liveshow authentiek kan zijn? Allan Moore, professor van popmuziek aan de Universiteit van Surrey, is van mening dat authenticiteit iets is wat wij aan een stuk toekennen, en dus niet wat het stuk in zichzelf al bezit (210). Ook is het mogelijk dat er authentieke onderdelen te herkennen zijn in een stuk, die door anderen als niet authentiek worden gezien (Beverland 840). Het is dus van belang om rekening te houden met het perspectief dat deze persoon heeft, iedereen kan authenticiteit namelijk anders beoordelen. Volgens Moore is het tegenovergestelde van authenticiteit, amusement (211). Het optreden moet dus wel “echt”

overkomen, en niet alleen ter vermaak dienen. De echtheid van een optreden draagt bij aan de waarde ervan. Bob Eijck bevestigt dit, hij stelt dat het erom draait dat de werkelijkheid in beeld wordt gebracht. Hester Carvalho van de NRC is het hier ook mee eens en beweert dat er bij een livestream niet voorbij moet worden gegaan aan het risico wat een “echt” optreden ook met zich meebrengt. Dit risico zou namelijk de essentie zijn van een liveconcert (Carvalho). Bovendien zou dit de authenticiteit in de weg zitten.

Een livestreamoptreden heeft een extra gradatie in het vraagstuk van authenticiteit, niet alleen moet een optreden geloofwaardig zijn in de vorm van overeenkomst met de opname en de echtheid van de zang en instrumentatie. Het livestreamoptreden moet ook eer doen aan de traditionele vorm van optreden, waarbij sociale intimiteit en regelmatige deelname belangrijke kwaliteiten van zijn volgens Holt (255). Frith beschrijft een concert als volgt: “A public celebration of musical commitment, a deeply pleasurable event at which our understanding of ourselves through music is socially recognized” (14). Een livestream zou dus aan deze factoren moeten voldoen, om tot een geheel of deels authentieke replica van een optreden te kunnen worden aangemerkt. Daarnaast moet het geloofwaardig zijn aan het feit dat het op dezelfde tijd plaatsvindt als dat het te zien is en dus niet vooraf opgenomen is; dat het optreden daadwerkelijk live is en niet zomaar een concertregistratie. Want dan wordt het risico van een liveoptreden dat Carvalho aanhaalde, vermeden. Ook de verbinding met en tussen het publiek is een belangrijke factor in het toekennen van authenticiteit. Holt betoogt dat een optreden een zeer begrensde vorm van interactie is, zowel op het gebied van ruimte als tijd (253). Bij een livestream is het belang van het ruimtelijke aspect verkleind, omdat de artiest en het publiek zich niet fysiek op dezelfde plaats bevinden. Maar daarom is het temporele onderdeel des te meer van belang. Om toch enig gevoel van exclusiviteit op te roepen.

METHODOLOGIE

Voor het schrijven van deze masterscriptie wordt gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek in de vorm van een literatuuronderzoek. Er wordt gebruik gemaakt van verschillende academische bronnen: zowel (online) boeken als artikelen voor naslagwerk. Met inclusie- en exclusiecriteria is er op zoek gegaan naar geschikte literatuur voor het onderzoek. Om het verband tussen de coronacrisis en muziekconsumptie in beeld te brengen zijn deze termen in relatie gebracht in zoekmachines tijdens het zoeken naar geschikte bronnen.

Dit onderzoek maakt gebruik van een meervoudige casestudy, waarbij een aantal casussen zijn geselecteerd. De onderzoeksvraag vraagt om een antwoord dat beschrijvend is van aard. Met behulp van meerdere casestudy's kan het onderwerp vanuit verschillende invalshoeken worden benaderd. Easterbrook et al. schrijven hierover: "Exploratory case studies are ideal for analyzing what is common and/or different across cases that share some key criteria. They are appropriate for preliminary studies in which it is not yet clear which phenomena are important, or how to measure these phenomena" (201). Deze casestudy's maken deel uit van een pars pro toto, dat wil zeggen dat uitspraken worden gegeneraliseerd over een bredere context (Swanborn 325).

Er wordt gekeken naar zowel internationale als nationale artiesten. Dit onderzoek is gericht op de inkomensalternatieven opgekomen in de coronaperiode, daarom is er gekozen voor livestreamoptredens die ook zijn opgericht met het doel inkomsten te genereren voor zichzelf. De casestudy's die in dit onderzoek behandeld worden, zijn:

- Di-rect in het Mauritshuis, Den Haag.

Voor het concert van Di-rect op 8 augustus 2020 konden bezoekers zelf een prijs bepalen, met een startprijs vanaf 2 euro. Er volgden meerdere livestreamconcerten op verschillende locaties binnen Nederland. De Pier in Scheveningen en het Omniversum in Den Haag behoorden

eveneens tot de concertlocaties. Er werd gemiddeld tussen de 7 en 9 euro betaald voor een kaartje.

- Glass Animals – *Live in the internet*.

Op 15 oktober vond het livestreamconcert van Glass Animals plaats. Het heeft minstens 15.000 kijkers getrokken, wat het hun best bezochte show maakte. Het optreden duurde een uur en tien minuten, maar na 50 minuten ontstonden er technische problemen waardoor het niet meer live te zien was. De band heeft daarom de liveshow op hun site getoond voor enkele dagen. Een ticket voor de livestream kostte 16,50 euro.

- Billie Eilish - *Where Do We Go? The Livestream*.

Op 24 oktober 2020 is er een livestream concert georganiseerd van Billie Eilish. Het concert bestond uit een setlist van 13 nummers en duurde ongeveer een uur. Het optreden werd aangeboden op het livestreamplatform Maestro. De toegangsprijs was 30 dollar (zo'n 25 euro), hiermee was het mogelijk om het spektakel tot 24 uur terug te kijken. De toegangsprijs van dit concert is relatief hoog in vergelijking met de andere casestudy's.

- Dua Lipa - *Studio 2054*.

Het optreden vond plaats op 27 november 2020, waarbij verschillende artiesten te gast waren, zoals Elton John, Kylie Minogue en Miley Cyrus. Het één-uur-en-tien-minuten durende concert werd aangeboden op de site LiveNow, met tickets voor 8,99 pond (ongeveer 10,50 euro). Dit concert heeft ruim 5 miljoen kijkers getrokken, waarmee ze het livestreamrecord heeft verbroken.

Voor dit onderzoek zijn de eerdergenoemde vier casestudy's gekozen, deze hebben naast de overeenkomst dat het livestreams zijn die georganiseerd zijn voor het genereren van de eigen inkomsten, ook verschillen. De casussen van Billie Eilish en Dua Lipa zijn shows van internationale "grote" artiesten, terwijl de overige twee bands minder internationale bekendheid hebben. Ook op het gebied van ticketprijs verschillen ze zeer van elkaar, waar

Billie Eilish 30 dollar voor haar digitale optreden vraagt, ligt de prijs bij Dua Lipa een stuk lager. Wat misschien wel heeft bijgedragen aan het feit dat zij het record heeft behaald van meeste kijkers van een betaalde livestream. Di-rect vraagt daarentegen geen vast prijkaartje, maar hanteert het *pay-what-you-want* principe met een minimum van twee euro. Daarnaast zit er verschil in de cinematografie en mise-en-scène van de optredens, dus de manier van cameravoering en wat er in beeld is gebracht. Bij de Billie Eilish en Dua Lipa wordt de omgeving volledig of deels onecht in beeld gebracht. Terwijl bij Di-rect geen of weinig hervorming van de werkelijkheid plaatsvindt. Bovendien is de camerabeweging verschillend, waar bij de laatste drie veel gebruik wordt gemaakt van elektrische camerabeweging, wordt bij Di-rect duidelijk dat de camera lopend door de ruimte wordt verplaatst.

Hoewel deze concerten allemaal relatief laat in de coronaperiode begonnen, heeft dat als reden dat de meeste livestreamoptredens in het begin van de pandemie vaak een filantropisch karakter hadden. Deze optredens waren vaak gratis te zien, waarbij de mogelijkheid werd gegeven tot het doneren van geld aan een goed doel. Zoals het geval was bij Global Citizen & Lady Gaga met het initiatief *One World Together At Home*, waar verschillende artiesten vanuit huis een optreden gaven. Ook bijvoorbeeld Hozier en Post Malone traden begin van de pandemie vanuit huis op om geld in te zamelen voor een goed doel.

In de periode van begin juli tot eind september 2020 is volgens Bandsintown een daling van 26% op te merken in de interactie met gratis optredens, opvallend is dat in dezelfde periode het aantal klikken op tickets van betaalde livestreams met 577% is gestegen (Frankenberg). Ook bij de eerdergenoemde casestudy's komt de nadruk te liggen op het doel dat de optredens zijn georganiseerd om inkomsten voor zichzelf te kunnen vergaren, om zo de inkomstenschade te verkleinen die de coronacrisis heeft veroorzaakt. Op deze manier wordt er nagegaan of livestreamconcerten als een nieuwe en sterke inkomstenbron kan worden

beschouwd, en of deze alternatieve geldstromen de positie van de artiest kan doen verstreken. Daarnaast wordt de waarde van een livestream in kaart gebracht, waaruit geanalyseerd kan worden of het initiatief dat de schade tijdens de coronacrisis heeft getracht te verzachten ook levensvatbaar is voor de toekomst.

De geselecteerde casussen worden onderzocht aan de hand van professionele recensies die geschreven zijn over optredens, de reacties van fans en enkele fragmenten van de voorstellingen. Omdat het gaat om betaalde livestreams die enkel voor een bepaalde tijd te bekijken waren, is het lastig om de optredens in zijn geheel terug te vinden. Om deze reden wordt er gefocust op een aantal fragmenten die wel vrij toegankelijk zijn. Aan de hand van de analyse van deze informatie wordt er een inschatting gemaakt, of het concept van een livestreamoptreden bestaansrecht heeft.

In het boek *The Digital Evolution of Live Music* wordt door A. Trainer de livemuziek videocultuur besproken, hierin wordt betoogd dat livestreaming misschien wel een vergelijkbare belevenis kan bieden aan een liveoptreden voor fans door het gebruik van cinematografie. Door de toepassing van close-ups en met gebruikmaking van meerdere camera's kunnen kijkers van de beelden van meer details genieten dan degenen die bij het concert aanwezig waren, deze zijn namelijk vaak verder van de artiest verwijderd (Trainer 81). Door Lucy Bennett wordt zelfs gesteld dat het verschil van ervaring tussen een fysiek en onlineconcert steeds kleiner wordt naarmate de technieken verbeteren (555). Voor de gestelde casestudy's van dit onderzoek worden livestreamfragmenten gebruikt voor een analyse van de gebruikte filmtechnieken. Zo wordt er in kaart gebracht welke technieken er worden toegepast die de ervaring van een livestreamconcert anders maakt dan een liveoptreden. Met behulp van het boek *Film Art* van David Bordwell et al. worden de cinematografie en mise-en-scène geanalyseerd van de optredens. Met cinematografie wordt het gebruik van camera's en andere technologieën bedoeld om beeld en geluid op te nemen. Hierbij gaat het over het manipuleren

van de film tijdens de opname of in de ontwikkelingsfase (Bordwell 494). Onder mise-en-scène wordt door David Bordwell et al. het volgende beschouwd: “All of the elements placed in front of the camera to be photographed: the setting and props, lighting, costumes and make-up, and figure behaviour (497).” Mise-en-scène kan weer worden toegespitst op vier onderdelen, namelijk: decor en rekwisieten, kostumering en grime, belichting en kleurgebruik en tot slot acteren, expressie, beweging en het gebruik van de ruimte door de acteurs (115). Door de optredens op deze facetten te analyseren, kan worden bepaald of de waarde van online alternatieven kan worden verhoogd met het gebruik van deze technieken.

Voor het onderzoeken van recensies over de optredens, wordt er door middel van een discourse analyse in kaart gebracht hoe op de concerten gereageerd wordt door professionele recensenten. Een discourse analyse wordt beschreven als “a close study of language in use” (Taylor 5). Volgens Stephenie Taylor, in het boek *Discourse as Data: A Guide For Analysis*, wordt er tijdens een discourse analyse gezocht naar patronen (6). Door James Paul Gee wordt er onderscheid gemaakt tussen twee vormen van discourse analyse, waar bij de eerste enkel gekeken wordt naar de inhoud van het bericht, welke thema's of problemen er precies worden aangehaald. De andere aanpak gaat meer over de structuur van taal en hoe deze bijdragen aan de betekenis in een specifieke context (8). Met behulp van een discourse analyse wordt er in dit onderzoek een beeld gegeven hoe recensenten over het optreden praten en welke woorden zij hiervoor gebruiken. Wordt er bijvoorbeeld een nadruk gelegd op de woorden “online” en “streaming” of gaat de recensie vooral over het optreden zelf ongeacht of het digitaal of fysiek plaatsvond.

Sarah Pink et al. schrijven in het boek *Digital Ethnography: Principles and Practices* over het doen van onderzoek in een digitale omgeving. Pink stelt dat digitale middelen steeds meer verweven raken met ons dagelijks leven: “Digital media are increasingly interwoven in our media and communication environments and make possible the production of new or

changed contexts, modes of circulation, and forms of connection” (45). Volgens Robert Kozinets moet de manier van onderzoeken veranderd worden om de digitale ontwikkeling bij te houden. Kozinets beschrijft in het boek *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* een aantal methodologische richtlijnen voor het doen van netnografie: een vorm van etnografisch onderzoek aangepast op de invloed van internet en de hedendaagse sociale omgeving (1). Hij is van mening dat het online sociale leven is vermengd met het werkelijke leven tot één wereld: “the world of real life.” Dit houdt het gebruik van technologie in om te communiceren, samen te komen, te socialiseren, uit te drukken en te begrijpen (2). Met behulp van deze methodologische richtlijnen wordt de mening van het publiek bestudeerd. Er wordt op deze manier gekeken naar online reacties op de sociale media: Twitter, Facebook, Instagram en YouTube; zowel tekstuele als gesproken berichten worden hierbij geanalyseerd om de ervaring van het publiek te peilen.

De focus van het onderzoek zal komen te liggen op de kansen en mogelijkheden die digitale media kunnen verlenen aan muzikanten in deze tijd van crisis maar ook nog daarna. Er wordt bepaald of de positionering van de artiest in de creatieve sector geïntensiveerd kan worden, door middel van de online opties voor het geven van optredens. Dit onderzoek neemt de coronacrisis als uitgangspunt. Het stilleggen van de livemuziekbranche heeft namelijk grote gevolgen voor de inkomsten van artiesten. Om deze reden zijn artiesten naarstig op zoek gegaan naar inkomensalternatieven. In deze these wordt geanalyseerd of deze verdienstenmogelijkheden ook na de pandemie nog bestaansrecht hebben, en hiermee kunnen bijdragen aan het versterken van de presentatie van de artiest in binnen- en buitenland.

VERDIENMODEL VAN DE ARTIEST

Voor de coronacrisis

Makers van popmuziek halen, volgens Veldman et al., inkomsten uit de volgende bronnen: royalty's uit de verkoop of streaming van muziekopnames, gages voor liveoptredens, exploitatie van muziekrechten, merchandise, samenwerkingen en tot slot overheidssteun in de vorm van subsidies (34). Een popmuzikant verwerft gemiddeld tussen de 17.000 en 17.500 euro bruto per jaar aan inkomsten met muziek (Veldman et al. 36). Toch blijkt uit onderzoek van Cubbis en Saskia von der Fuhr dat meer dan de helft van de artiesten niet meer dan 9000 euro per jaar verdient (22). Hieruit is dus op te merken dat er een aanzienlijk verschil zit tussen klein en grootverdieners in de sector. Ook de samenstelling van het inkomen lijkt anders te zijn bij grootverdieners. Uit het onderzoeksrapport geschreven in opdracht van Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap, blijkt dat musici met een hoger inkomen gemiddeld een groter deel van hun verdiensten uit royalty's halen in vergelijking met artiesten met een lager inkomen (Veldman et al. 37). De opbrengsten van popmuzikanten met een inkomen van meer dan de 36.000 euro per jaar bestaan voor zo'n 24% afkomstig uit rechten en royalty's (Cubiss en von der Fuhr 23). Voor veel beroepen uit de creatieve sector bestaat ruim de helft van de inkomsten uit auteursrechten; voor een gemiddelde muzikant geldt dit echter niet, hij behaalt slechts zo'n 17% van de inkomsten uit auteursrechten (Raad voor Cultuur 68). Het grootste gedeelte van de inkomsten komt voort uit concerten en liveoptredens (Holt 248, Veldman et al. 113). Uit een onderzoek van Houghton blijkt dat ticketprijzen tussen 2001 en 2010 gemiddeld met 39% zijn gestegen, terwijl de vraag van het publiek gelijk is gebleven. Deze stijging laat een aanhoudende bereidheid voor het betalen van liveoptredens zien, zelfs als de prijzen ruim boven de inflatiegraad stijgen (Houghton geciteerd in Brown en Knox 235). De stijging is te wijden aan de hogere kosten van technologische vernieuwingen (235). Steven Brown en Don Knox, Universiteit van

Edinburgh en Glasgow Caledonian Universiteit, vinden dat een groot gedeelte van de inkomsten hierdoor niet terecht komen bij de creatieve makers (235).

Een probleem van de Nederlandse popsector dat door Veldman et al. wordt gevonden, is dat er weinig tot geen subsidies worden uitgereikt aan deze industrie. André Nuchelmans erkent dit knelpunt; hij geeft als reden dat de subsidiesystematiek niet goed aansluit op de popsector, omdat deze branche vooral erg op de korte termijn is gericht en bovendien weinig verbinding heeft met lokale overheden, die andere podiumkunsten wel hebben. Dit maakt het bestaan van bijvoorbeeld een theater of orkest minder onzeker dan de popmuzieksector. Ook wordt er in een subsidieaanvraag naast een toekomstvisie ook een beschrijving van waarde en belang van het werk verlangd. Waar artiesten vaak weinig ervaring mee hebben om dit op papier te zetten (Nuchelmans 27). Daarnaast wordt het indienen van een subsidieaanvraag als “een tijdrovend en ingewikkeld proces” beschreven waarbij de uitkomsten bovendien erg onzeker zijn, volgens Veldman et al. (116). Wat ervoor zorgt dat dit door veel artiesten niet als een waardevolle tijdsbesteding wordt beschouwd. Dit leidt ertoe dat artiesten in de popsector zich te weinig verdiepen in het aanvragen van subsidies en hierdoor een kans mislopen om zich te kunnen ontwikkelen. Subsidie draagt namelijk bij aan talentontwikkeling volgens Nuchelmans (26). Door de toelage in inkomsten is er namelijk meer ruimte tot het ontwikkelen van een eigen stijl of het versterken van de positie.

Tijdens de coronacrisis

Tijdens de coronacrisis zijn de restricties voor de muziekindustrie dusdanig groot dat het moeilijk is om aan geld te komen in de sector deze periode. Het belang van alternatieve geldstromen wordt steeds groter, om deze periode te kunnen overleven. Vanaf maart 2020 zijn fysieke concerten afgelast om verdere verspreidingen van het virus te voorkomen. Dit leidt ertoe dat artiesten gedwongen worden om op andere manieren inkomsten binnen te halen. Normaal gesproken halen de meeste artiesten het grootste gedeelte van de inkomsten

uit het festivalseizoen; wat inmiddels al tot twee keer toe is afgelast. Verschillende artiesten en instanties zijn hierdoor op zoek gegaan naar alternatieve inkomstenbronnen. Bas van Wageningen, bassist van Di-Rect, zegt dat de band deze periode heeft gebruikt om een nieuw album op te nemen, daarnaast is er gekeken naar andere manieren om geld te kunnen verdienen: “Tegelijkertijd zijn we gaan bedenken hoe we financieel het festivalseizoen konden compenseren. Dat hebben we gedaan door middel van livestreams. De eerste, in juni, hebben we kleinschalig opgezet, met een pay-what-you-like-systeem” (Van Wageningen geciteerd in Kuiper). Di-rect was niet de enige band die dit livestreamconcept is gaan gebruiken als alternatieve inkomstenbron. Het is door verschillende instanties en bands opgepakt, en een belangrijk onderdeel geworden van de muziekindustrie om het gemis van geldstromen uit de livesector voor een deel te kunnen compenseren.

Door de exponentiële groei van digitale concerten zijn er ook organisaties ontstaan die het bezoekers overzichtelijk willen maken. Corona Concerten is er hier een van. De organisatie Corona Concerten heeft bovendien een onderzoek uitgevoerd onder 4000 muzikfanaten naar de bereidwilligheid om geld uit te geven voor een ticket van een livestreamconcert. Uit dit onderzoek blijkt dat meer dan de helft van de bezoekers (bijna 54,9%) graag voorafgaand aan het concert een ticket willen kopen. Toch lijkt het erop dat als er een keuze wordt gegeven om achteraf geld te doneren, dit resulteert in een grotere opbrengst. Zo geeft een groter percentage (23,9%) van de mensen aan vijf euro of minder te willen uitgeven aan een ticket voor een optreden; terwijl na afloop van het concert enkel 15,7% aangeeft om ditzelfde lage bedrag te doneren. Het aandeel van mensen die meer dan tien euro zouden willen betalen voor een optreden is daarentegen groter, als ze dit pas hoeven te betalen nadat ze het optreden hebben gezien: 24,9% tegenover 26,3%. “Bezoekers die liever achteraf betalen als ze het concert hebben kunnen beleven en beoordelen, zeggen royaler te zijn bij een kwalitatief goed concert” (Corona Concerten). Marc Mulligan vindt in

het onderzoek “Virtual Concerts: A New Video Format” een groei in de totale opbrengsten van tickets voor livestreamconcerten, deze is in december 2020 met 292% gegroeid ten opzichte van juni van hetzelfde jaar (Mulligan). Er is een sterke overgang van gratis naar betaalde livestreams te zien in de tweede helft van 2020. Waar in juni omstreeks 2% van de digitale optredens een ticketprijs hanteert, is dit vijf maanden later uitgegroeid tot meer dan de helft (Mulligan).

Na de coronacrisis

In het onderzoek *De stand van zaken in de Nederlandse popsector* schrijven Veldman et al. over een mogelijke toekomst van de popsector na de coronacrisis. Zij beschrijven dat in de livemuziek een herontwikkeling zal plaatsvinden als gevolg van de coronaproblematiek (109). Zij stellen zelfs dat noodtoestanden goede momenten zijn voor vernieuwingen: “crisissituaties zijn doorgaans een goede voedingsbodem voor innovatie” (110). Uit hun interviews met experts uit de sector blijkt dat de manier waarop het publiek van livemuziek genoot voor de crisis waarschijnlijk niet meer in dezelfde staat zal terugkeren (Veldman et al. 109). Het beschikbaar houden van livestreamconcerten kan artiesten in de toekomst zorgen voor een extra bron van inkomsten. Daarnaast heeft het voor het bezoekers als voordeel dat zij het optreden toch digitaal kunnen bijwonen als het voor hen niet mogelijk is om deze fysiek te bezoeken, om wat voor reden dan ook (Veldman et al. 110).

Ook Mulligan betoogt dat livestreamconcerten een toekomst heeft na de lockdown-periode: op dit moment bereiken livestreamconcerten maar zo’n 9% van het publiek. Die bezoekers worden gekenmerkt als *early adaptor*, dit betekent dat de grote massa nog geen gebruik heeft gemaakt van het product. Hij is van mening dat het concept te snel in elkaar is gezet en op dat moment nog niet klaar was om gebruikt te worden in deze grote hoedanigheid. Mulligan ziet livestreaming niet als een vervanger van liveconcerten, maar eerder als een nieuw video format en een manier van promotie: “This is the next generation music video. It’s

driving audio sales. It's going to drive ticket sales when live comes back" (Mulligan). Sam Blake is van mening dat de ontwikkeling van livestreaming waarbij de groei van technologie wordt gestimuleerd, er toe kan leiden dat we straks te maken krijgen met een nieuw paradigma voor muzikanten en het publiek (Blake). Michael Rapino, algemeen directeur van Live Nation, schrijft over de enorme vraag naar livestreamconcerten in het tweede kwartaal van 2020. Rond de 67 miljoen mensen hebben meer dan 18 duizend concerten en festivals via het platform bekeken. Rapino stelt dat deze grote belangstelling voor livestreamconcerten bewijst dat het in de toekomst kan fungeren als extra component van de concertindustrie (Rapino). Livestreamconcerten zullen dus niet de fysieke optredens vervangen, maar juist bijdragen aan groter bereik van het publiek. Bovendien kan het de artiest ook nieuwe manieren bieden om zich creatief te uiten, sommige optredens zijn alleen maar digitaal bij te wonen, omdat het een ander soort beleving biedt. Zoals het optreden van Billie Eilish, waarbij de realiteit compleet wordt losgelaten als ze zich in een overduidelijk onechte omgeving bevindt. Daarnaast krijgen artiesten nu te maken met een nieuwe uitdaging, namelijk het overtuigen van fans dat het betalen van een ticketprijs voor een livestreamconcert ook het geld waard is. Het bekijken van concerten via bijvoorbeeld YouTube bestaat namelijk al een langere tijd; het verschil is echter dat hier gratis gebruik van gemaakt kan worden. Het overtuigen van het publiek om geld uit te geven aan zo'n digitaal concert kan dit daarom compliceren.

Toch ziet Marc Mulligan livestreamconcerten een zeer succesvolle toekomst te gemoed: "In fact, live streaming could be to live music what pay-TV is to sports, creating in the long run a market that is even bigger than the core business. But between now and then there is a lot of hard work to be done."

DE MACHTSPOSITIE VAN DE POPARTIEST

De kunstsector is oververzadigd, stelt Hans Abbing, er zijn meer kunstenaars dan de markt aan kan. Dit heeft ertoe geleid dat de zeggenschap van “culturele bemiddelaars,” of “poortwachters” is vergroot. Culturele bemiddelaars voegen, volgens Susanne Janssen en Marc Verboord van de Erasmus Universiteit, symbolische waarde toe aan cultuur, in de vorm van productie, distributie of evaluatie (440). Zij kunnen de artistieke carrières en reputaties sturen of de voorkeuren en smaken van de consumenten beïnvloeden (440). Veldman et al. schrijven in het rapport “De stand van zaken in de Nederlandse popsector” over machtsongelijkheid en afhankelijkheid van de artiest (117). Makers zijn onderworpen aan deze eerdergenoemde poortwachters om toegang te krijgen tot de sector: “Om te klimmen op de succesladder moeten makers tal van barrières nemen. Daarbij zijn ze afhankelijk van gatekeepers” (Veldman et al. 23). Deze *gatekeepers* ofwel poortwachters dragen bij aan de waardering van het werk en het opbouwen van de carrière (Jansen en Verboord 440). Culturele bemiddelaars zijn vaak actief in sectoren die worden gekenmerkt door turbulentie, een enorm aanbod hebben van culturele producten en kunstenaars, onzekerheid in de vraag van het publiek en een gebrek aan eenduidige kwaliteitsnormen (Jansen en Verboord 440). Onder de term culturele bemiddelaars vallen verschillende personen die bijdragen aan het verbinden van kunst aan het publiek, zij moeten bepalen wie het waard is om een volgende stap te kunnen zetten in hun carrière. Het kan bijvoorbeeld gaan om A&R managers bij platenmaatschappijen en curators in musea, maar ook recensenten en programmeurs van podia vallen onder deze term.

Nico Laan is van mening dat er zelfs een tweetraps selectie is ontstaan voor het publiek. Laan verklaart dat de tweetraps selectie, in de eerste plaats de distributie betreft en vervolgens de evaluatie. Toch stelt hij dat de functie van evalueren een ondergeschikte rol heeft aan de distributie. Volgens Laan gaat het in de eerste plaats over de keuze voor welk

medium, door wie het werk beschikbaar wordt gemaakt voor toeschouwers. Dit kan een museum, uitgeverij of platenmaatschappij zijn. Vervolgens benadrukt hij het belang van een criticus. Deze maakt een keuze uit het beschikbare werk en schrijft hier een recensie over (Laan 258, 259). Desondanks is Laan van mening dat de eerste poortwachters een gunstige rol kunnen vervullen in de keuze van een recensent: het aanzien van het medium kan er al voor zorgen dat er tot een waardeoordeel van een werk wordt overgegaan door de beoordelaar.

Howard Becker bevestigt de afhankelijkheid van makers, hij stelt dat de bijdrage van andere spelers in de markt even belangrijk is als het aandeel van de kunstenaar zelf (16, 17). Deze samenwerking houdt de afhankelijkheid in stand (25). Nico Laan is het hiermee eens, en beweert dat technische en commerciële kennis cruciaal zijn voor het opbouwen van een carrière. De bemiddeling van anderen in de sector zijn zeer van belang, omdat deze kunnen optreden als een “poortwachter.” Het aanbod is dermate groot dat het voor de kunstenaar lastig kan zijn om de gewenste doelgroep te bereiken en zo succes te behalen (198). Laan oppert dat de kunstwereld niet kan functioneren zonder een bewaker van kwaliteit.

Volgens Pierre Bourdieu heeft dit te maken met de “consecratiegraad” die zij hierbij aan iemand toekennen (38). Deze “consecratiegraad” geeft aan in welke mate iemand aanzien heeft binnen de sector, hoe meer deze wordt gewaardeerd binnen het veld, des te hoger de consecratie is. En dus hoe hoger de consecratiegraad, des te meer kansen en mogelijkheden deze persoon krijgt om succes te behalen. Bourdieu stelt dat kunstenaars en consecrerende instanties zich in een veld bevinden. Alle spelers in dit vlak concurreren met elkaar om zo een betere positie in te kunnen nemen, wat de dynamiek versterkt. Hierdoor ontstaat een hiërarchie van zowel makers als producten. De positie die iemand inneemt in dit veld wordt bepaald door verschillende autoriteiten. Ten eerste de consecrerende instanties die het vermogen hebben om bepaalde actoren belangrijker te maken dan andere. En ten tweede de kunstenaars onderling die elkaar waarde toekennen. Over welke waarde je toegekend krijgt,

heb je als kunstenaar geen invloed op. Dit zorgt ervoor dat deze kunstenaars afhankelijk zijn van anderen om hun werk meer belang te geven binnen de sector. De schaarste aan kansen op de markt voor kunstenaars zorgt voor de afhankelijkheid van poortwachters. Daarbovenop zorgt het gebrek aan voldoende kennis en managementkwaliteiten van de creatieve makers dat deze ondergeschikte rol in stand wordt gehouden.

Howard Becker beweert dat een kunstwereld een werk op een later moment alsnog kan opnemen, zelfs als het voorheen geweigerd is. Hij schrijft dat “The distinction must not lie in the work but in the ability of an art world to accept it and its maker” (227). Het gaat hier dus over de manier waarop er tegen een artiest of kunstenaar aangekeken wordt, in plaats van het werk zelf. Het werk blijft immers onveranderd. Deze gedachtegang komt overeen met de “consecratiegraad” van Bourdieu. Het kan namelijk voorkomen dat eerder werk van een artiest alsnog aanzien verkrijgt, naarmate de carrière vordert.

Een andere reden dat er afhankelijkheid bestaat in de kunstwereld is te verklaren door de afwezigheid van kennis en managementkwaliteiten van makers. Dit kan toegelicht worden door het feit dat artiesten doorgaans artistieke personen zijn, die zich meer richten op het creatieve proces in plaats van de zakelijke kant ervan. Zij hebben vaak weinig deskundigheid van de commerciële kant van de muziekindustrie (Veldman et al. 119). In het rapport wordt dit verschijnsel aangehaald met de term “kennisasymmetrie” tussen maker en anderen in de sector (Veldman et al. 14). Waarmee “de ongelijkheid in kennisniveau van makers en contractpartners” (Veldman et al. 117) wordt bedoeld. Artiesten hebben over het algemeen weinig expertise op het gebied van de zakelijke kant van de muziekindustrie, die bijvoorbeeld muziekitgeverijen en platenmaatschappijen wel hebben.

De machtsongelijkheid en afhankelijk van artiesten zijn dus te specificeren door het feit dat er in de creatieve sector gebruik wordt gemaakt van poortwachters. Deze poortwachters bewaken de kwaliteit van het aanbod voor het publiek en kunnen verschillende

rollen bekleden. Daarnaast zorgt het verschil in expertise en interesse van makers voor een onzelfstandige positie in het veld. Dit zorgt er dan ook voor dat de afhankelijke functie van de artiest in de creatieve industrie gehandhaafd blijft.

DE INKOMENSPOSITIE VAN DE POPARTIEST

Veldman et al. bespreken een aantal knelpunten in de Nederlandse popsector, en een “structureel zwakke inkomenspositie van het overgrote deel van de makers” is hier één van (113). Er is maar een klein gedeelte dat de top bereikt en kan leven van hun werk, dit noemen zij het “winner takes all principe.” Het boek *Why are artists poor?* geschreven door Hans Abbing, geeft een uiteenzetting over de plaats van kunst in de hedendaagse economie. Aan de hand van zijn theorieën is er een mogelijke verklaring te vinden voor de problematiek in deze deelvraag. Abbing is zelf kunstenaar, econoom en socioloog waardoor hij het onderwerp vanaf verschillende invalshoeken kan belichten.

Hans Abbing betoogt dat het bij dit “winner takes all principe” gaat om relatieve prestaties in plaats van absolute prestaties. Dit houdt in dat geringe verschillen in uitvoering kunnen leiden tot enorme verschillen in de grootte van het inkomen (108), terwijl bij absolute prestaties het inkomen is gebaseerd op de wezenlijke productie (107). Abbing beweert dat artiesten, advocaten en atleten enerzijds te vergelijken zijn doordat kleine verschillen in talent, tot grote verschillen in inkomsten kunnen leiden, ook al is de absolute uitvoering nagenoeg gelijk (110). Anderzijds zijn de prestaties van artiesten totaal niet te vergelijken met advocaten en atleten, hun prestaties zijn immers meetbaar, terwijl in de kunsten essentiële verschillen niet precies gemeten kunnen worden (110). Dit komt omdat de kunsten over authenticiteit beschikken, die niet objectief te meten is (Abbing 110). Deze authenticiteit is een van de redenen waarom de topinkomens in de kunsten zo buitengewoon hoog zijn, het publiek blijft bereid ervoor te betalen (Abbing 111).

Daarnaast lijkt de kloof tussen de top en de overige artiesten door het “winner takes all principe” de afgelopen jaren steeds meer toe te nemen (Abbing 113). Zelfs tamelijk ontwikkelde artiesten in Nederland brengen niet genoeg op om ervan rond te kunnen komen (Abbing 114). David Thorsby is echter van mening dat geld niet een drijfveer is van

kunstenaars voor het maken van werk, maar dat zij gemotiveerd worden door het behalen van creatieve en esthetische doelen: “When questioned about their work, artists invariably refer to the creative or aesthetic goals that motivate them. Few if any claim to be working in the arts because they hope to make a lot of money” (202). Arjo Klamer en Cees Langeveld bevestigen dit, en stellen een aantal waardes waar iemand aan wil voldoen bij de verkoop van een product. De waardes die zij hebben bepaald zijn: artistieke, spirituele en culturele waarden, maatschappelijke waarden, financiële waarden en sociale waarden. Bij kunstenaars gaat het niet in de eerste plaats om het behalen van financiële waarden, maar vaker om artistieke waarden te verkrijgen. Dit houdt in dat het werk bijdraagt aan een groter geheel en gewaardeerd wordt door experts (13). Toch moeten zij, net als iedereen anders, op de een of andere manier in hun eigen levensonderhoud kunnen voorzien, en volgens Throsby kunnen de prijzen op de vrije markt en de werkgelegenheid voor uitvoerende artiesten vaak nog niet eens het basisinkomen opbrengen (202). Dit is dan vaak ook de reden dat artiesten nog een baantje ernaast hebben, of financieel volledig afhankelijk zijn van hun partner.

Ook Bourdieu erkent een diversiteit in de motivatie tot het maken van kunst. Hij stelt dat er een tweedeling is in behoefte van makers: de heteronome kunst (geproduceerd voor de markt en het verdienen van geld) tegenover de autonome kunst (geproduceerd door intrinsieke motivatie) (38, 39). Bourdieu is van mening dat de heteronome kunst ondergeschikt is aan de autonome kunst. Het behalen van veel winst in de kunsten, komt namelijk niet ten gunste van de reputatie van de kunstenaar. Alison Gerber zet zich in haar boek *The Work of Art Value in Creative Careers* af tegen deze traditionele gedachte over de aandrijving van kunstenaars. Zij poneert vier soorten motivaties die kunstenaars kunnen hebben om een werk te maken: *pecuniary*, *credentialing*, *vocational* en *relational* waardebepalingen. Waarbij de financiële motivaties van artiesten dominant zijn, onderverdeeld in de zogenaamde *pecuniary* en *credentialing* waardebepalingen. Dit houdt in dat artiesten een werk maken als investering en

om geld mee te verdienen, en kunstenaars die een carrière in de kunstwereld ambiëren. Deze waardebepalingen verwijzen beide naar de instrumentele en geldelijke waarden van het artistieke werk (Gerber 37). De meer intrinsieke motivaties geclassificeerd in *vocational* en *relational* waardebepalingen, zijn volgens Gerber minder van belang. Deze zijn vooral verbonden aan het conventionele beeld dat men heeft van kunstenaars. Namelijk de *vocational* motivatie, waarbij het gaat om artiesten die kunst maken omdat ze hier intrinsiek toe worden gedreven, het maken van autonome kunst is belangrijker dan het bereiken van het publiek. Ook de *relational* drijfveer is in mindere mate aanwezig bij hedendaagse kunstenaars. Hier gaat het om artiesten die werk maken omdat dit volgens hen ten goede komt van de samenleving in het geheel (Gerber 58). Dus hoewel er wel degelijk kunstenaars bestaan zonder financiële doelen, is Gerber van mening dat het opbrengen van geld en het behalen van successen in de carrière wel de belangrijkste stimulansen zijn binnen de sector. Het feit dat artiesten nog steeds bereid zijn om voor lage lonen te werken, is dan wel opvallend.

Een mogelijke verklaring hiervoor is de toenemende concurrentie tussen kunstenaars voor het beschikbare werk, dit zorgt er immers voor dat de trend van lage inkomens in stand wordt gehouden (Abbing 112). Zelfs wanneer er meer geld aan de kunsten wordt besteed, wordt dit gecompenseerd met een vermeerdering aan kunstenaars: “In theory [...] extra funding will never increase income levels but merely increase the number of practicing artists” (Abbing 130). Dit leidt ertoe dat kunstenaars nog steeds weinig inkomsten zullen vergaren met hun werk, omdat het beschikbare geld onder een groter aantal kunstenaars verdeeld moet worden. Daarnaast heerst er grote bereidheid van artiesten om te werken voor lage inkomens, waardoor een stijging van het gemiddelde uurloon wegvalt tegen dezelfde toename van artiesten (Abbing 130). De stijging in de vergoeding per uur wakkert de groei in het aantal actieve kunstenaars in de markt aan, waardoor het beschikbare geld voor de kunsten

per kunstenaar weer daalt. Daarnaast is er een merkwaardig verschil te zien in het persoonlijk bruto jaarinkomen van vrouwen en van mannen in de popmuziek. Het overgrote deel van de vrouwelijke artiesten, bijna 80%, verdient nog geen 18.000 euro. Dit terwijl nog niet eens de helft van de mannen op ditzelfde inkomen zitten (Cubiss en Von der Fuhr). Abbing geeft een zestal verklaringen voor de aanhoudende bereidheid van artiesten om te werken onder een laag uurloon. Hij stelt dat kunstenaars ongeschikt zijn voor werk buiten de kunstwereld, ze geven de voorkeur aan een niet-geldelijke beloning, ze zijn geneigd om risico's te nemen, kunstenaars zijn te zelfverzekerd en bedriegen zichzelf, ze overschatten namelijk hun talenten en de kansen die ze hebben, en kunstenaars zijn slecht geïnformeerd (Abbing 130).

Krachten van buitenaf zoals een verhoogde vraag, subsidies en donaties zorgen voor een verhoging van geld dat aan kunst wordt uitgegeven. Toch zorgt dit niet voor een verhoging van het inkomen stelt Abbing, maar leidt juist tot artiesten die meer uren in hun werk gaan steken. Of dit nou nieuwe kunstenaars zijn die de markt betreden, of dat de al actieve artiesten minder tijd aan hun tweede baan gaan besteden en op deze manier meer tijd over hebben voor de kunst. Abbing is van mening dat hoe meer geld er in de kunsten wordt gestoken, des te meer kunstenaars de markt zullen betreden (130). Wat zoals eerder geschreven niet tot hogere inkomens zal leiden, want het geld moet verdeeld worden over een groter aantal artiesten.

TOEKOMSTPERSPECTIEF VAN DIGITALISERING VAN LIVEOPTREDEN

De coronacrisis heeft, volgens Dennis Doeland, de nadruk gelegd op het belang van een digitale strategie. Tijdens een paneldiscussie georganiseerd door Amplify Music, spreekt Ari Evans, directeur van Maestro (een livestreamingplatform), over hoe er voor de coronacrisis tegen livestreaming aan werd gekeken. Toen het bedrijf net startte, begonnen ze met het livestreamen van festivals, wat zeer goed werd ontvangen. Een goede doorgroeimogelijkheid volgens Evans was toen het bieden van livestreammogelijkheden aan individuele artiesten. Het werd echter duidelijk dat dit niet de juiste stap was, want vier jaar geleden bleken artiesten hier nauwelijks geïnteresseerd in te zijn (Amplify Music 4:40-5:08). Er werd steeds meer aandacht besteed aan liveoptredens, omdat dit voor het grootste gedeelte van de inkomsten zorgt voor de artiest. Toen dit plotseling werd stilgelegd als gevolg van de coronacrisis, moest de muziekindustrie naar digitale mogelijkheden zoeken. Dit heeft geleid tot (online)optredens vanuit huis of samen met anderen in een online evenement, schrijft James Rendell in het artikel “Staying in, rocking out: Online live music portal shows during the coronavirus pandemic” (2). Rendell is docent *Creative Industries* op de University of South Wales. Het laten zien van beelden van liveconcerten op televisie is niet iets nieuws. Al jaren is er beeldmateriaal van festivals en optredens te zien via dit medium. Toch is het wel nieuwe beleving dat het optreden enkel digitaal toegankelijk is in plaats van deze hybride ervaring.

Het zou logisch zijn om te denken dat muziek de grootste reden is voor het bezoeken van een concert, toch hebben verschillende onderzoeken uitgewezen dat het sociale aspect misschien toch wel meer van belang is dan eerder gedacht werd. Dit is vooral goed zichtbaar bij meerdaagse festivals met camping, waar het publiek voor een bepaalde tijd op het festivalterrein verblijft (Danielsen en Kjus 717). Ook Frith stelt het publieke aspect van

belang (5). Bovendien zijn Brown en Knox van mening dat livemuziek een ongeëvenaarde positie heeft in het vermogen van communicatie tussen fans en de artiest, maar ook tussen de fans onderling (244). Niet het muzikale aspect is de belangrijkste reden om een concert bij te wonen, maar het sociale element dat het met zich meebrengt, wordt als zeer waardevol geacht (Danielsen en Kjus 717). Daarom is het zaak dat tijdens livestreamconcerten er niet voorbij wordt gegaan aan dit opzicht. Emma McGann bevestigt dit standpunt en vindt de interactie met fans erg belangrijk tijdens een livestream. Directe communicatie en het verwelkomen van iedereen die in de broadcast aanwezig is, zijn essentiële punten die terug moeten komen tijdens deze optredens. Livestreamoptredens moeten gezien worden als een *community building tool* naast de muziek, stelt ze (Amplify Music 16:05-17:33). Deze interactie houdt de loyaliteit van de fan in stand (Black et al 155). Directeur van Down The Rabbit Hole, Ide Koffeman, stelt dat het tijdens een livestream belangrijk is voor de artiest om contact te maken met het publiek (Koffeman geciteerd in Carvalho). Dus of het concert nou fysiek of digitaal plaatsvindt, het sociale facet moet terugkomen om de bezoekers te kunnen binden.

Daarnaast wordt de eenmaligheid van het evenement als zeer belangrijk beschouwd. Videograaf Bob Eijck, die al langere tijd bezig is met de live streaming van concerten, honoreert deze toegevoegde waarde van een livestream: “Het beeld is uniek en beperkt beschikbaar voor hen, dat geeft de livestream extra lading” (Eijck). Het kaartje is alleen geldig op een specifiek moment op een bepaalde plek. Dit draagt ook bij aan een “gedeelde ervaring,” fans kijken op hetzelfde moment naar hetzelfde spektakel (Carvalho). Tevens versterkt dit “the fear of missing out,” met andere woorden de vrees om een bijzondere gebeurtenis te missen, omdat het achteraf niet terug te halen is. Peggy Phelan is van mening dat een optreden niet opnieuw op dezelfde manier kan plaatsvinden, en dat dus altijd in het heden zich zal voordoen. Het optreden kan opnieuw opgevoerd worden, maar het zal nooit precies hetzelfde zijn. De eenmaligheid van een optreden is dus zeer van belang. Het feit dat

het zal verdwijnen op het moment dat het gebeurd is, maakt deel uit van het bestaan van een optreden: “performance’s being, like the ontology of subjectivity proposed here, becomes itself through disappearance” (Phelan 146). Naast dat elk optreden uniek is, heeft ook elke bezoeker een andere persoonlijke ervaring van het concert. Wat een liveconcert een authentieke gebeurtenis maakt, schrijft Robert Kronenburg (3). Hij meent dat er veel verschillende factoren meespelen in het oordeel van het optreden: met wie je bent, hoe oud je op dat moment bent en wat er die dag allemaal gebeurd is, zijn allemaal van belang voor het waardeoordeel dat iemand heeft van een concert (Kronenburg 3). Dit maakt dan ook dat hij stelt: “Music live performance is an art form that is both experiential and transient” (3). Hester Carvalho meent dat de coronacrisis heeft bijgedragen aan een financiële waarde voor livestreaming. Voorheen waren mensen namelijk gewend dat deze beelden digitaal gratis toegankelijk waren, zoals concertregistraties op YouTube. Nu wordt er toch een prijs gevraagd voor de digitale aanwezigheid bij een optreden. Deze ticketprijzen worden gerechtvaardigd door het feit dat het om een eenmalig evenement gaat, net als bij een traditionele liveshow.

Naast de eenmaligheid lijkt ook de exclusiviteit een belangrijk onderdeel te zijn in de motivatie van fans om liveoptredens te bezoeken. In het artikel “Why go to pop concerts? The motivations behind live music attendance” beschrijven Steven Caldwell Brown en Don Knox verschillende redenen voor het bijwonen van een concert. Zij vinden dat de ervaring dat een concert geeft als belangrijkste reden werd gegeven voor het bezoeken van een concert. Bovendien is er, in tegenstelling tot opgenomen muziek, slechts een beperkt aantal kaartjes beschikbaar voor een bepaald concert wat een gevoel van exclusiviteit geeft (242). Liveoptredens zijn zeer begrensd van aard, een optreden vereist fysieke aanwezigheid op hetzelfde moment in dezelfde ruimte (Holt 253).

Frith betoogt in zijn essay dat liveoptredens belangrijk zijn voor het publiek, zelfs nadat de ticketprijzen voor rockconcerten tussen 1996 en 2003 in de Verenigde Staten met 82% zijn gestegen (3). De sensatie van een liveoptreden was voor veel mensen de reden dat ze bereid bleven de stijgende concertprijzen te betalen. De visuele elementen van liveoptredens zijn van groot belang voor de concertervaring, daarnaast wordt dit gebruikt om de stijgende kosten voor concerten te rechtvaardigen, door zowel fans als artiesten (Brown en Knox 242). Toch blijven de uitgaven van een show erg hoog, daarom zijn er een aantal strategieën uitprobeerde om de kosten te drukken. Ze hebben bijvoorbeeld de capaciteit vergroot, door tours uit te breiden en op festivals te spelen (Frith 4). Een volgende stap zou kunnen zijn door de reikwijdte nog verder uit te breiden door het spektakel op internet aan te bieden.

Over het bestaansrecht van livestreamconcerten zijn de meningen verschillend. Sommigen zeggen dat het als een ongebonden instrument zal fungeren in de toekomst, terwijl anderen vermoeden dat het geen levensvatbaar concept is. In het onderzoek van Veldman et al. wordt beschreven dat livestreams geen vervanging kunnen bieden aan fysieke liveoptredens. Hierbij worden verschillende redenen genoemd, ten eerste stellen zij dat het niet dezelfde inkomsten genereert als een fysiek optreden, en ten tweede dat het niet dezelfde ervaring biedt aan zowel muzikant als publiek (110). Trainer is het hier niet mee eens, die betoogt namelijk dat de digitalisering van liveoptredens mogelijk wel een vergelijkbare ervaring kan bieden aan publiek dat niet fysiek aanwezig kan zijn: “for the fans who may not be able to travel to an event, live-streaming offers a consolation, if not a comparable experience” (Trainer 81). Daarnaast wordt er gesteld dat het bereik van een optreden significant vergroot kan worden door het optreden digitaal beschikbaar te maken: “While the experience of a live performance was previously restricted to physical attendance of that performance, the uploading of live material extends the ability to experience a live

performance, albeit in a significantly augmented and ultimately reduced capacity, to anyone in any location globally” (Trainer 73). De onlinewereld opereert buiten de gebruikelijke geografische ruimte, waardoor de waardering van en de betrokkenheid bij livemuziek is hervormd. Hoewel de reikwijdte van een optreden wordt vergroot met het online beschikbaar maken, lijkt de waardering en betrokkenheid veranderd te zijn ten opzichte van fysieke liveoptredens. De capaciteit is dus zowel “augmented,” doordat er veel meer mensen toegang hebben tot het optreden, als “reduced,” omdat het digitale web sterk gericht is op egocentrisch gebruik: men wordt beperkt door individuele smaken, gewoonten en persoonlijke voorkeuren (73). Als het hier niet aan voldoet, wordt er al snel weinig aandacht aan besteed. Dit is dan ook de reden dat de waardebeoordeling en participatie een sterke transformatie hebben ondergaan bij virtuele optredens. Deze veranderde waardebeoordeling onderbouwt de stelling van Kronenburg, waarin hij schrijft dat de locatie waar het optreden plaats vindt, de belangrijkste factor betreft in het vormen van de ervaring (3). Als de locatie zo’n grote invloed heeft op de evaluatie van een concert lijkt het logisch om te concluderen dat een digitaal optreden een andere waardering van een concert te weeg zal brengen dan een fysiek optreden.

Een poll van RTV Drenthe onderzoekt het draagvlak van het publiek om ook na de coronacrisis livestreamoptredens te blijven bekijken. Van de 1349 respondenten zegt iets minder dan de helft (45,5%) dat zij wel van plan zijn om van digitale optredens te blijven genieten, toch blijkt de helft van deze groep hier alleen toe bereid te zijn als de toegang tot het concert gratis is (RTV Drenthe). Robert van Gijssel van de Volkskrant is van mening, dat er in de muziekindustrie geen drastische veranderingen zullen plaatsvinden als gevolg van de lockdown. Hij schrijft dat het voor bekende artiesten nog een zijstroom aan inkomen zal leveren, daarentegen zullen de kleinere bands er weinig aan verdienen (Van Gijssel 28 december 2020). Fabrice Sergen, medeoprichter van Bandsintown, deelt deze visie niet, hij stelt dat livestreaming niet zo snel meer zal verdwijnen: “Livestreaming has become a

permanent part of an artist performing and marketing schedule that will continue long past the pandemic” (Sergen geciteerd in Snider). Koffeman beweert dat livestreamconcerten “een opzichzelfstaand medium” zal gaan worden wat bijdraagt aan het aanbod van liveoptredens, het zal het echter niet vervangen (Koffeman geciteerd in Carvalho).

Toch lijken livestreamoptredens zich op verschillende punten te onderscheiden van fysieke concerten, wat de levensvatbaarheid van het concept versterkt. Zo kunnen digitale optredens een andere kijk op het concert geven, het kan bijvoorbeeld de consument de mogelijkheid geven om een camerastandpunt te kiezen zoals bij het concept “Larger than Live” is gedaan (Van Gijssel 21 juni 2020). Zo kan er snel gewisseld worden naar verschillende plekken in de zaal. Op deze manier kan een concertbezoeker een optreden beleven in een vorm die fysiek niet mogelijk is. Peter van Vleuten, oprichter van Corona Concerten, stelt dat livestreamoptredens geen “slap aftreksel” van het fysieke concept is, het biedt namelijk een andere manier aan de beleving van livemuziek. Digitale optredens geven immers de mogelijkheid tot een ander gezichtspunt op het concert, een kijkje achter de schermen en het gevoel van altijd vooraan te kunnen zitten. Daarnaast wordt ook de chatfunctie, waarin met elkaar en de artiest gecommuniceerd kan worden, zeer gewaardeerd in het onderzoek van Van Vleuten. Het directe contact met de artiest geeft bovendien de gelegenheid tot het indienen van verzoeknummers (Corona Concerten).

CASESTUDY'S

Toen de coronacrisis begon, werden artiesten gedwongen om te kijken naar alternatieve methodes voor het verdienen van geld. Zo werd er gekeken naar digitale vervangingen om toch te kunnen blijven optreden, nu de fysieke livemuziekindustrie “stil” lag. De vraag die in deze these centraal staat, klinkt als volgt: “Op welke manieren kunnen online inkomensactiviteiten die in de COVID-19-periode tot stand zijn gekomen, fungeren als een levensvatbaar alternatief voor artiesten om zich te presenteren aan het publiek?” Om dit te kunnen beantwoorden, zijn er vier casestudy's gekozen; deze praktijksituaties hebben een gezamenlijk kenmerk dat ze alle zijn opgezet voor het genereren van eigen inkomsten. In deze casussen staan de volgende onderwerpen centraal: “concertervaring,” “authenticiteit” en “nabijheid.” Aan de hand van de methodes benoemd in de methodologie worden de optredens getoetst aan deze concepten. Er zijn vier casussen gekozen voor de analyse, waarvan er twee “grote” artiesten zijn en twee met minder internationale bekendheid. Eén daarvan is de Nederlandse band Di-rect, op nationaal gebied heeft de band verschillende top 10 hits gehad, maar op internationaal vlak hebben ze nog niet veel bekendheid behaald. In 2019 hebben ze de eerste internationale tournee gedaan door acht Europese steden, om zich ook internationaal op de kaart te zetten. Vervolgens wordt er gekeken naar de Britse band Glass Animals, die met behulp van TikTok één virale hit hebben met de single “Heat Waves,” dit is de succesvolste single van de band tot nu toe. De twee artiesten met grote internationale bekendheid die worden geanalyseerd zijn Billie Eilish en Dua Lipa. Billie Eilish heeft op Spotify ruim 53 miljoen maandelijkse luisteraars en meerdere hits. Net als Eilish heeft Dua Lipa meerdere nummers met internationale waardering, zij overtreft echter het aantal luisteraars van Billie Eilish, en bereikt maandelijks ruim 67,5 miljoen luisteraars.

Di-rect in het Mauritshuis, Den Haag

De rockband Di-rect is afkomstig uit Den Haag en is begonnen in 1999. Tijdens de coronaperiode hebben ze meerdere livestreamconcerten georganiseerd, die elk plaatsvonden op een bijzondere locatie. Onder andere De Pier in Scheveningen, De Koninklijke Schouwburg en Het Omniversum in Den Haag behoorden tot de concertlocaties. Het optreden op De Pier is door 3fm uitgeroepen tot beste livestreamconcert. Voor dit onderzoek wordt er gericht op het optreden in het Mauritshuis, deze vond plaats op 8 augustus 2020. Het Mauritshuis is een museum in Den Haag, dat de Nederlandse schilderkunst uit de 17^e-eeuw tentoonstelt. Onder andere *Het meisje met de Parel* van Johannes Vermeer is in dit museum te bewonderen.

Voor de livestreamoptredens mogen bezoekers zelf de toegangsprijs bepalen, startend vanaf twee euro, gemiddeld werd er tussen de zeven en negen euro betaald voor het optreden. Hieruit blijkt de bereidwilligheid van consumenten om te betalen voor het livestreamoptreden. Deze participatieve methode voor het betalen van de ticketprijs heeft volgens Carmen Balan, professor op de Universiteit van Boekarest, de voordelen dat er op deze manier differentiatie ontstaat van concurrenten. Bovendien betalen trouwe fans meestal een hogere prijs en wordt er vaak over gesproken wat voor gratis promotie zorgt (959). De livestream in het Mauritshuis is door ongeveer 15.000 mensen bekeken (Mauritshuis Jaarverslag 2020 14).

De cinematografie en mise-en-scène van het livestreamoptreden wordt geanalyseerd aan de hand van een korte weergave van het optreden die beschikbaar is op YouTube. Dit is de enige video van het optreden die openbaar terug te vinden is, wat de eenmaligheid van het concert onderbouwt. De video betreft een opname van de nummers “Soldier On” en “Holiday” uit de livestream in het Mauritshuis. Voor leden van de zogenaamde “Wild Hearts Club” wordt er toegang gegeven tot alle opnamen van de livestreams die in 2020 hebben plaatsgevonden. Daarnaast wordt er toegang gegeven tot exclusieve extra’s, zoals podcasts, pre-sales voor

concerten en digitale akoestische thuisoptredens. Er zijn zo'n 800 leden die elk zes euro per maand betalen door deze privileges.

De cameravoering tijdens de clip in het Mauritshuis is opvallend; de camera wordt namelijk tijdens het optreden lopend door de ruimte bewogen. Dit brengt een gevoel van intimiteit te weeg. Het lijkt alsof de toeschouwer echt met de band meeloopt tijdens het optreden. Hoewel de capaciteit van de zaal hier geen rol speelt, omdat er geen maximumaantal kaartjes beschikbaar zijn, lijkt er toch enig gevoel van exclusiviteit voor het publiek te worden gecreëerd. Dit komt mede door dat het gehele concert ook na afloop niet vrij toegankelijk is voor publiek. Enkel na het aangaan van een abonnement op de "Wild Hearts Club" is het optreden terug te kijken. De rest moet het doen met één fragment van elf minuten en twintig seconden. Maar zoals Kronenburg stelt, is een optreden gericht op de ervaring dat het geeft (3), het terugkijken zal daarom niet dezelfde voldoening geven als de beleving van het live-evenement. Een concert is namelijk een sociale gebeurtenis, het optreden tegelijkertijd met andere liefhebbers beleven is een toegevoegde waarde van de livestream. Dit maakt dat het niet enkel om het bekijken gaat, maar dat deze kijkervaring omgezet wordt in een beleving. Zoals Bennett al aankaarte kan een liveconcert een consument transformeren van een luisteraar of toeschouwer naar een onderdeel van het publiek (R. Bennett xii). Dit wordt bevestigd door Danielsen en Kjus, de culturele participatie wordt door hen gesteld als belangrijkste reden voor het bijwonen van een concert (717).

Het concert beweegt zich door het museum, door verschillende zalen heen. "We verplaatsen ons letterlijk tijdens het concert door verschillende ruimtes in het museum. Het zal heel bijzonder zijn om tussen de grote meesters Vermeer en Rembrandt onze muziek te spelen," zegt Bas van Wageningen, bassist van Di-rect, over het optreden dat een verbinding tussen livemuziek en beeldende kunst tracht te leggen (Van Wageningen geciteerd in Entertainment Business). De camera beweegt alleen of aan de zijde van de zanger door de

ruimte heen. De cameravoering is erg realistisch, het lijkt alsof je zelf door het museum heen loopt. Dit versterkt de ervaring van de schijnbare nabijheid. Het optreden wordt gefilmd met behulp van een “long take” ofwel een “sequence shot,” dit houdt in dat het in één opname is gefilmd en dus niet verschillende beelden aan elkaar zijn bewerkt (Bordwell 209 – 211). Dit is een zeer authentieke methode: het laat zien dat het “real time” gefilmd is, er zijn bijvoorbeeld geen stukjes uit geknipt. Zoals eerder beschreven zijn concerten zeer begrensd van aard, zowel op het gebied van ruimte als tijd (Holt 253). Omdat het aspect van ruimte minder van belang is bij livestreams: publiek en band bevinden zich namelijk niet in dezelfde ruimte, maakt dit het aspect van tijd des te belangrijker. Door de keuze van deze filmtechniek wordt dit temporele onderdeel onderstreept. Wat tevens de authenticiteit van het optreden versterkt, omdat het zo “echt” overkomt. Een echt optreden is namelijk onlosmakelijk verbonden aan de risicofactor; het tonen van het nemen van risico geeft de livestream authenticiteit.

Het decor van het concert is zeer bijzonder, de originele meesterwerken uit de 17^e eeuw in het museum zorgen ervoor dat het een zeer kostbare omgeving maakt. Daarnaast is de beweging van de band en dan met name van de zanger richting de camera: hij is zich bewust van waar de camera zich bevindt, en zorgt er met zijn houding en kijkrichting voor dat de toeschouwer zich welkom voelt. Je bent niet enkel een toeschouwer, maar op deze manier word je er ook bij betrokken; de nabijheid lijkt te worden vergroot. Wat wel opvallend is, is dat in de elf-minuten-durende clip van het optreden op YouTube, de toeschouwer niet direct wordt aangesproken, iets wat bij een fysiek concert wel gebruikelijk is.

De cameravoering, waarbij je als het ware aan de zij van de zanger wordt meegenomen door het museum naar de volgende zaal, zal voor een groot fysiek publiek niet op dezelfde manier kunnen hebben plaats gevonden. Het biedt een gevoel van intimiteit die alleen mogelijk is in zeer kleine groepen. De bassist, Bas van Wageningen, ziet de livestreams

als een uitbreiding van het muzikale aanbod. Elk digitaal concert wordt anders ingevuld door bijvoorbeeld de speellijst aan te passen of nieuwe versies van al bestaande nummers te spelen:

“Op die manier hopen we iedere keer een nieuwe beleving te geven. Zo’n vijfduizend fans kijken elke show en we zien de engagement terug in hun posts op social media, waar ze ons in taggen. Zo is er een community ontstaan die heel waardevol is. Hopelijk kunnen we in de toekomst, als deze coronacrisis voorbij is, daar iets moois mee doen” zegt Van Wageningen (Van Wageningen geciteerd in Entertainment Business).

Voor het optreden van Di-Rect in het Mauritshuis zijn geen officiële recensies geschreven, dit maakt het lastig om de mening van professionele recensenten te peilen. De mening van het publiek is wel te analyseren aan de hand van opmerkingen die online zijn geplaatst. Volgens Robert Kozinets is het online sociale leven vermengd met het werkelijke leven, wat hij “the world of real life” noemt (2). Er wordt technologie gebruikt om te communiceren en samen te komen, maar ook om zich te uiten (2). Dit maakt dat het analyseren aan de hand van sociale media goede representatie van de ervaring van het publiek geeft. Er wordt zeer positief gereageerd door het publiek op het livestreamconcert in het Mauritshuis, door sommigen wordt het zelfs beschreven als “fantastisch” (schrijft Kelderman in een reactie op *Twitter*) en “puur kunst” (schrijft Teun in een reactie onder een video op *YouTube*). Van de livestreams die de band heeft georganiseerd in 2020, werd door de meesten het optreden in het Mauritshuis het best gewaardeerd. De “intieme sfeer” en het “goede camerawerk” waren aspecten die hieraan bijdroegen. De mise-en scène speelde hierbij ook een grote rol, zo schreef Yvonne van Ginkel op *Twitter* over het optreden in het Mauritshuis: “De omgeving maakte het helemaal af en wat hebben jullie geweldig gebruik gemaakt van de ruimte!” (Van Ginkel). Marco Wink reageert op *Facebook* dat het optreden beschouwd kan worden als “een kunstwerk tussen kunstwerken” (Wink).

Rebecca Jane Bennett stelt dat een offlineconcert het gemeenschapsgevoel kan versteken (9). Ook bij dit livestreamconcert lijkt eveneens het gevoel van saamhorigheid te intensiveren. Het viel namelijk op in de reacties op sociale media dat veel mensen vanaf een locatie in het buitenland het concert bekeken en dit ook essentieel vonden om te benoemen. Zo werd duidelijk in de reacties op een Facebookbericht van Di-Rect dat het concert onder andere in Spanje (Grotenhuis), in Tsjechië (Van der Zalm), op een camping in Oostenrijk (Samson) en zelfs onderweg naar huis van vakantie werd aanschouwd (Van de Velden). Door middel van het internet werd de nabijheid vergroot, waardoor zelfs mensen buiten Nederland een schijnbare directe band met de artiesten kunnen onderhouden. Daarnaast is dit het bewijs dat het bereik van een digitaal optreden veel groter is dan die van een fysiek optreden. Bij een fysiek optreden moet iedereen op dezelfde tijd op dezelfde locatie zijn, wat voor een onlineconcert duidelijk niet het geval is. Bovendien bewijst het ook dat een liveconcert niet plaatsgebonden is, maar dat iedereen op de wereld op hetzelfde moment van hetzelfde spektakel kan genieten. De gedeelde ervaring is meer van belang dan het ruimtelijke aspect. Het gevoel van ergens bij horen, zonder in dezelfde ruimte te zijn, lijkt voornaam te zijn hier.

Sociale media vergroot de schijnbare directe band tussen fans en artiesten, omdat fans rechtstreeks op een bericht van de muzikanten kunnen reageren. Bovendien kunnen artiesten hier ook weer op reageren, wat de nabijheid vergroot.

Glass Animals – Live on the internet

Glass Animals is een Engelse Indie-rockband, opgericht in 2010. Op 7 augustus 2020 is hun derde album genaamd *Dreamland* uitgebracht. De single “Heat Waves” uitgekomen in juni 2020 heeft met behulp van TikTok internationale bekendheid gekregen. Het liedje heeft er maar liefst 42 weken over gedaan om in de top 10 van de Billboard Hit 100 terecht te komen. Dit maakt het de langste klim naar de top 10 in de Amerikaanse hitlijsten. Op 15 oktober 2020 heeft er een livestreamconcert plaatsgevonden van de band waarbij minstens 15.000 bezoekers virtueel aanwezig waren (DiBlasi). Wat het hun best bezochte *headlining* optreden maakt. De livestream duurde een uur en tien minuten en een ticket kostte 16,50 euro.

De analyse is gebaseerd op twee clips: twee fragmenten die elk vier minuten duren waarin de single “Heat Waves” en “Tokyo Drifting” ten tonele worden gebracht. “Heat Waves” is door de band zelf online gezet, terwijl “Tokyo Drifting” duidelijk een opname van het beeldscherm door een toeschouwer betreft, er wordt namelijk op de achtergrond meegezongen met de muziek. De band neemt plaats op het podium, dat bestaat uit een beeldscherm over de vloer wat doorloopt naar een scherm achter hen. Langs het podium zijn palmbomen geplaatst. Er zijn verschillende camerastandpunten, waartussen gewisseld wordt om zo het beste beeld te laten zien. Met gebruikmaking van close-ups wordt er een band met het publiek opgebouwd, en de nabijheid lijkt te worden vergroot. Joe Radford stelt in de *York Vision* dat Glass Animals erin slaagt om een directe band met de fans te creëren: “As he sings this opening track, he stares through the camera to the viewer at home and truly makes you feel, not only as if you’re there, but as if Bayley is singing directly to you; a feat that even some of the greatest performing artists have failed to achieve at in-person gigs” (Radford). Iets wat door Black et al. werd aangehaald als een belangrijk aspect van een optreden (155). Zanger Dave Bayley probeert in de livestream de concertervaring van het digitale optreden vergelijkbaar te maken aan die van een fysiek concert, en zoals hij stelt, speelt het sociale aspect van het

publiek hier een grote rol in: “I think 90 percent of a live concert’s atmosphere comes from the crowd. It’s about that togetherness and everyone getting on the same level and everyone in the room being part of the same thing” (Bayley geciteerd in Skinner). Daarnaast was een chat beschikbaar die het mogelijk maakte dat fans onderling met elkaar konden communiceren om de saamhorigheid te vergroten. Het publiek wordt tijdens het optreden direct aangesproken, wat de band tussen het publiek en de artiest versterkt. Zo zegt de zanger bij de intro van “Heat Waves:” “This is as close as we get to a real crowd” (Glass Animals – Heat Waves 0:35 – 0:37). Het decor is dan compleet gevuld met beelden van fans die thuis achter hun computer mee aan het dansen zijn. Deze culturele participatie is volgens Rebecca Jane Bennett zeer belangrijk (xii). Zij stelt dat het internet de schijnbare nabijheid vergoot, en dat wordt tijdens dit nummer ook weer bewezen (4). Joe Radford is van mening dat het concert, hoewel dat het digitaal is, toch erin slaagt om een persoonlijke band op te bouwen met het publiek: “*Live in the Internet* is a truly unique show, with all the traditional elements that make a live show a spectacle to watch, whilst still feeling truly personal and intimate, as all of the best gigs should (Radford). Naast dat het internet belemmeringen geeft wat betreft de sociale interactie en nabijheid, geeft het ook voordelen zegt Bayley: “That atmosphere doesn’t exist on the internet but...the internet is good for interacting in a different way. It’s the most powerful thing in the world. You can do things on the internet that you can’t do in real life. It is a new type of performance space” (Bayley geciteerd in Skinner). Ari Evans is juist van mening dat livestreams de mogelijkheid bieden tot het aangaan van diepere relaties die direct tussen publiek en artiest lopen (Amplify Music 6:52-7:26).

De livestream heeft afwisselende beelden van long shots en close-ups, waardoor je als kijker de belangrijkste beelden ziet. Je hebt zowel het overzicht van het podium, als de intimiteit die de close-ups geven.

Twintig minuten voor het einde krijgt de livestream te maken met technische problemen, wat ervoor zorgt dat het optreden niet meer te zien is voor het publiek. Om het goed te maken met het publiek, heeft de band het optreden voor enkele dagen op hun site beschikbaar gemaakt voor hen. Op het liveaspect van de livestream wordt door verschillende fans kritiek op getoond, zij stellen dat het concert niet werkelijk live was. Ze voelen zich voorgelogen en opgelicht. Een fan geeft zijn mening hierover op Reddit: “Even the FAQ on the website says ‘this event is truly live’ and ‘you’re part of a live experience’ which was super deceitful. It was pretty much just a YouTube watch party we had to pay money for” (Fishwife). Het concert is niet op dezelfde tijd opgenomen als dat het getoond is aan het publiek. Wat de authenticiteit aantast. Daarnaast wordt de prijs aangehaald als reden voor het gevoel van misleiding, “I wouldn’t have been as bummed if it wasn’t \$17. Like that feels like a lot to watch a stream at a specific time” stelt een andere gebruiker van het forum (Space_Ghosts_). Zoals Hester Carvalho al eerder betoogde, wordt de ticketprijs van het concert gelegitimeerd door de eenmaligheid van het evenement. De voorgaande opmerkingen op *Reddit* bewijzen dit standpunt, beide commentatoren halen het feit aan dat de prijs te hoog was voor iets wat gebreken toont in de exclusiviteit en iets wat niet eenmalig is.

Op een Facebookbericht van Triple J waarin het livestreamconcert van Glass Animals wordt aangekondigd, zijn verschillende reacties geplaatst waarin mensen elkaar aansporen om een ticket te komen. Dit laat zien dat de culturele participatie ook bij een digitaal optreden een rol speelt. De muziek van het concert transformeert de luisteraar of kijker in een onderdeel van het publiek, zoals Rebecca Bennett stelde (xii). Saamhorigheid en de gedeelde ervaring zijn belangrijke aspecten van een live-ervaring, ongeacht of het fysiek of digitaal plaatsvindt.

Voor de discourse analyse zijn een viertal recensies van de *Live in the Internet* livestream onderzocht. Deze recensies zijn als volgt: “Review: ‘Glass Animals: *Live In The Internet*’ tries its best to replace in-person concerts” geschreven door Lucas DiBlasi, “Glass

Animals: Live in the Internet – The Concert of the Future?” geschreven door Joe Radford, “Glass Animals – *Live In The Internet*: indie-pop dons re-define the potential of virtual gigs” geschreven door Elizabeth Aubrey en tot slot “Going to Streamland with Glass Animals: *Live In The Internet*” geschreven door Helen Ehrlich.

In de discourse analyse wordt er onderzoek gedaan naar waar de nadruk op wordt gelegd in recensies van een optreden. Hieruit wordt duidelijk hoe de livestream door professionele recensenten wordt beoordeeld. Uit de recensies blijkt dat er veel aandacht wordt besteed aan de concertervaring en de verbinding tussen de band en het publiek die daarbij komen kijken. Er wordt gesteld dat het optreden veel intimiteit uitstraalt: “Glass Animals not only went to great lengths to put on a live show during a pandemic, but to connect with fans as much as possible during the show” schrijft DiBlasi. Radford lijkt het hiermee eens te zijn, en stelt: “He manages to make an online concert feel intimate in a way that even perhaps real in-person concerts at times fail to.” Ehrlich beschrijft het optreden om deze kenmerken als authentiek: “connecting the fans and simulating a live concert was wholly authentic.” Het concert wordt door Ehrlich daarnaast beschreven als niet alleen een optreden, maar een ware ervaring. De verbinding met en tussen het publiek is namelijk een belangrijke factor in het toekennen van authenticiteit (Carvalho). De geanalyseerde recensies zijn het allemaal eens op hetzelfde punt, dat het concert zeer intiem overkomt, alsof je er fysiek bij aanwezig bent: “The way he points at the cameras still feels like he’s staring down at the barricade, as if one was really in the room” schrijft Ehrlich. Radford is het hiermee eens: “Despite Bayley clearly not singing to me directly, he succeeds in making every viewer feel personally addressed by the performance, which is only possible due to this online format.”

De vergelijking met fysieke concerten is prominent aanwezig in de recensies: “*Live in The Internet* tries its best to replace in-person concerts” schrijft DiBlasi. Toch is er geen eenduidige mening of Glass Animals erin geslaagd is om de concertervaring vergelijkbaar te

maken aan die van fysieke optredens. Ehrlich is van mening dat het optreden voelt als een “echt” optreden: “He chats with the audience about the concert [...] It still feels like a real concert, as Dave is interacting with fans.” Toch wordt dit livestreamoptreden niet gezien als een vervanging van fysieke concerten (DiBlasi, Radford). Wat mede komt door de grote storing tijdens het uitzenden, waardoor het twintig minuten eerder gestopt is. Het is wel opvallend dat zowel Ehrlich als Radford het woord “real” wordt gebruikt voor aanduiden van fysieke optredens. Dit laat zien dat een digitaal optreden volgens hen dus minder echt, en dus minder authentiek is dan een fysiek optreden. Het verschil tussen digitale en fysieke optredens wordt hierdoor benadrukt, met onlineconcerten als aftreksel van de “echte” variant.

De technische mogelijkheden die digitale optredens met zich meebrengen, worden uitvoerig besproken in de recensies. Vooral Ehrlich lijkt dit punt zeer te waarderen in het optreden, en geeft uitgebreide beschrijvingen van de verschillende decors. “The stage is bathed in a royal blue light, and it appears as if the group is underwater with the jellyfish that’s swimming on the screen behind them” is hier één beschrijving van (Ehrlich). De decorwissel gebeurt zeer abrupt, blijkt uit haar beschrijving: “the stage suddenly appears more clear” (Ehrlich). Ook Radford hecht veel waarde aan de “mesmerising visuals on the screens behind them.” En Aubrey’s recensie lijkt zelfs te draaien om deze technische mogelijkheden: “We’re treated to sun-kissed visuals that see the stage transform into everything from a virtual pool to a tropical paradise, the group imaginatively pushing the boundaries of what can be done in a virtual space.” De muzikale kwaliteiten van het optreden komen in haar recensie niet aan bod.

Billie Eilish - *Where Do We Go? The Livestream*

Billie Eilish is een Amerikaanse popster die in 2019 haar debuutalbum heeft uitgebracht. Met dit album heeft ze verschillende prijzen gewonnen. Door COVID-19 werd haar wereldtour afgelast, waardoor ze op 24 oktober 2020 een livestreamconcert gaf. Het optreden was dertien nummers lang en duurde ongeveer een uur. De ticketprijs die voor dit concert werd gevraagd was 30 dollar (ongeveer 25 euro), waarmee de mogelijkheid werd gegeven om het optreden tot 24 uur terug te kijken.

De analyse is gebaseerd op de opnames van “You Should See Me In A Crown” en “Bad Guy.” Voor de rest is het optreden niet beschikbaar, wat de eenmaligheid benadrukt. Billie Eilish’ podium is erg leeg, enkel zij, haar broer en de drummer zijn op het podium te zien. Ze zijn omgeven door witte schermen die tijdens het optreden beelden tonen, waardoor er een schijnbare andere omgeving wordt gecreëerd. Zoals Lucy Bennett al beweerde, kan een digitale concertervaring steeds meer vergelijkbaar worden aan de fysieke beleving van een optreden door het gebruik van technologie (555). Door het gebruik van XR-techniek (Extended Reality) is het mogelijk om elk nummer in een ogenschijnlijke andere omgeving op te voeren. Zo laat “You Should See Me In A Crown” Eilish zien terwijl ze door een grote spin achterna wordt gezeten, en in “Bad Guy” wordt ze omcirkelt door een sportauto. Dit maakt het concert dan ook niet zomaar een opname van een liveconcert, maar wordt het omschreven als “visueel vernieuwend en meeslepend” (Van Gijssel 25 oktober 2020) en een “oogverbluffende visuele spektakel” (Pisart). Deze onechte omgeving zorgt ervoor dat het concert door Van Gijssel wordt beschouwd als een optreden die op geen manier in het echt op dezelfde manier beleefd had kunnen worden. Hij beschrijft het spektakel als een alternatief voor fysieke concerten: “Eilish gaf het prille verschijnsel van de livestream een enorme artistieke oppepper met een futuristisch vormgegeven show die ze ook alleen maar als livestream had kunnen geven” (Van Gijssel 28 december 2020). Van Gijssel is niet de enige

die de visuele voorstelling in de livestream van Billie Eilish waardeerde, ook Pisart is het hiermee eens: de livestream “klinkt goed en ziet er vooral fenomenaal uit” volgens hem (Pisart). Hij beschrijft de livestream als een videoclip met nachtmerrielandschappen (Pisart). Het gevaar dat hierbij schuilgaat is dat het concert alleen maar voor de visuele effecten wordt gewaardeerd, stelt Rhian Daly voor *NME*. Dit is dan ook terug te zien in het commentaar van Pisart, waarin hij de nadruk op de technologie legt, en de vocale kwaliteiten slechts een bijzaak maakt. Terwijl ook haar zang de hele show feilloos was, schrijft Daly (*NME*). Bij Billie Eilish is het decor overduidelijk een façade, de omgeving is onecht in beeld gebracht. Dit maakt dan ook dat haar concert onder de derde categorie behoort, opgesteld door Hester Carvalho. Het concert kan op geen manier in de werkelijkheid hebben plaats gevonden.

Opvallend is dat tussen de liedjes door er wel gejuich en geklap te horen is. Dit is de crew die haar aanmoedigt. Dit zorgt ervoor dat de nabijheid zowel vergroot als verkleind wordt. De nabijheid wordt namelijk vergroot omdat het de stilte tussen de liedjes vermijdt, op deze manier lijkt het meer op een concert zoals deze fysiek plaats zal hebben gevonden. Toch verkleint het tevens de nabijheid, omdat het benadrukt dat de kijker thuis niet aanwezig is bij het publiek die applaudisseert in de zaal. Hierdoor lijkt de afstand groter te zijn.

Rebecca Jane Bennett stelde al dat het gevoel van intimiteit en exclusiviteit slechts bij een fysiek optreden een rol spelen (10). Toch wordt de exclusiviteit van de livestream vergroot omdat het optreden achteraf niet meer beschikbaar is, enkel kleine fragmenten zijn terug te zien. Na fysieke optredens worden vaak video-opnames van fans op YouTube openbaar geplaatst, zodat ook toeschouwers die fysiek niet aanwezig zijn geweest deels nog kunnen genieten van de show. Bij dit livestreamconcert is dit niet mogelijk. Het lijkt erop dat de exclusiviteit nu juist groter is dan voorheen. Men moet er echt bij zijn geweest, er is op geen manier het optreden her te beleven. Deze eenmaligheid werd door Phelan al aangestipt als de essentie van een concert (146). Het optreden is een unieke ervaring, het zal niet meer

op dezelfde manier te beleven zijn, en aan dit kernpunt wordt ook bij deze livestream niet voorbijgegaan. De capaciteit wordt tijdens de verkoop van de tickets niet begrensd, iedereen die dat wilde kon namelijk een kaartje bestellen. Achteraf speelt die begrenzing wel een rol, iedereen die geen ticket gekocht had, kon geen toegang meer krijgen tot (beelden van) het concert. Terwijl bij fysieke optredens dit meestal andersom het geval is.

De camera's worden tijdens de livestream elektrisch door de ruimte bewogen, daarnaast maakt de livestream gebruik van verschillende camerastandpunten, waartussen gewisseld wordt. Dit zorgt ervoor dat het publiek altijd vanuit de beste hoek het concert kan beleven, wat de nabijheid vergoot. De culturele participatie speelt daarnaast ook een belangrijke rol bij het concert van Billie Eilish, er is bijvoorbeeld een chat ontwikkeld waar fans tijdens het optreden met elkaar kunnen communiceren. Daarnaast worden er tijdens "Everything I Wanted" 500 voorgeselecteerde fans op het grote scherm achter haar in beeld gebracht, dit vergroot de saamhorigheid van het digitale optreden. De band tussen artiest en publiek wordt hierdoor versterkt. Hoewel er geen bezoekers fysiek aanwezig is bij het concert, spreekt Billie Eilish ze wel direct aan: "Thank you guys so much for watching, I love you I can't wait to see you again" (McManus 05:41-05:46). Dit vergoot de nabijheid tussen publiek en artiest. Daarnaast probeert ze ook een politieke boodschap over te dragen en het digitale publiek aan te sporen om te gaan stemmen op Joe Biden voor de Amerikaanse presidentsverkiezingen van dat jaar. Carvalho bevestigde dit: "Eilish' conversaties met haar broer en medemuzikant Finneas, tussen de nummers door, en haar opmerkingen tegen het publiek, droegen bij aan het idee van een live-ervaring" (Carvalho).

Er wordt vooral gebruik gemaakt van medium shots, long shots en extreme long shots, waarbij een groot gedeelte van de omgeving in beeld kan worden gebracht. De XR-techniek is dan ook een belangrijk onderdeel van de livestream, en maakt het een ervaring die niet op dezelfde manier bij een fysiek optreden plaatsgevonden kon hebben. Echte close-ups komen

zelden voor in de livestream, bijzonder is dan wel dat dit niet de schijnbare nabijheid in de weg zit. Zo blijkt uit reacties van het publiek op *Twitter*, *Facebook* en *Reddit*. Zo straalt het optreden intimiteit en nabijheid uit, ook al was de fan niet fysiek aanwezig. Ook lijkt de afstand tot de artiest verkleind te zijn door middel van de livestream, terwijl er dus nauwelijks gebruik wordt gemaakt van close-ups. Op *Twitter* wordt hierover geschreven: “Can I say I’ve been to a Billie Eilish concert? because it felt like I was THERE #BillieEilishlivestream” (Marcondes). De verbinding met het publiek lijkt te zijn vergroot. Wat opvallend is, is dat er geen reacties zijn die een vraagteken zetten bij het liveaspect van de livestream. Het lijkt erop dat het temporele onderdeel van het concert dusdanig betrouwbaar overkwam op het publiek dat dit niet openlijk in twijfel werd getrokken. Zowel de echtheid van zang, als het tonen van de opname op het moment dat het gefilmd wordt, komen beide realistisch over. Dit laat zien dat de livestream authentiek overkomt, op zowel verbinding met het publiek, als echtheid van de zang en het live uitzenden van het optreden.

Een minpunt van de livestream, waar veel fans zich over uitlaten, is de hoge toegangsprijs voor de digitale gebeurtenis. Zij stellen dat het een abnormaal hoge prijs is voor een concert dat online plaatsvindt. “Not Billie Eilish profiting off an ONLINE concert” schrijft een fan op *Twitter* (Woods). “I don’t believe a livestream will ever be worth \$30” schrijft een ander op een muziekblog (Brice). Deze opmerkingen bewijzen dat men voorheen gewend was concertregistraties gratis te kunnen bekijken op het internet en nu dus niet bereid zijn om er te veel geld aan uit te geven. Toch heeft er in de tweede helft van 2020 een overgang plaatsgevonden van gratis naar betaalde livestreams (Mulligan). De hoge prijs voor dit optreden wordt nog niet gelegitimeerd door het publiek; toch is de toegangsprijs goedkoper dan die van een fysiek concert, en daarbij kunnen meerdere mensen samen kijken met één ticket voor de livestream. Desondanks lijkt de prijs niet in verhouding te zijn met een ander avondje thuis voor het scherm van de televisie of computer.

In recensies wordt onderzocht waar professionele recensenten de nadruk op hebben gelegd in dit digitale concert. De recensies die gekozen zijn, zijn dezelfde recensies als die voor andere gedeeltes van het onderzoek zijn gebruikt: “Billie Eilish’ Virtual Concert Is the Rare Livestream Done Right” geschreven door Amy X. Wang. “Met livestreamconcert zit Billie Eilish de tijdgeest op de hielen” geschreven door Robert van Gijssel, “Billie Eilish: *Where Do We Go?: the Livestream review – feel the fear...*” door Kitty Empire en “Billie Eilish live in LA: teen superstar builds a brave new world (and has a message for the real one)” geschreven door Rhian Daly.

Uit de discourse analyse van de vier recensies komt naar voren dat er twee onderwerpen zijn die het meeste besproken worden in de beschouwingen, dit zijn de technische mogelijkheden die het optreden bezit en de politieke boodschap van het concert. De aandacht voor de visuele effecten die door de technische mogelijkheden behoorden, kwamen nadrukkelijk terug in alle recensies. Veelal wordt er een beschrijving gegeven van de ogenschijnlijk verschillende ruimtes waar de artiest zich in bevond. Er worden verschillende decors gebruikt bij verschillende liedjes, waarin ze bij één wordt aangevallen door een reusachtige spin: “A many-jointed leg just misses impaling Eilish by a hair’s breadth every time” (Empire). Of omcirkelt wordt door een enorme haai: “Bij ‘Ilomilo’ zit Eilish ineens verstopt in een onderwaterwereld, waarin vreemde tekenfilmfiguren rondzwemmen en een gigantische haai” (Van Gijssel). Vooral het woord “ineens” dat Van Gijssel gebruikte in zijn omschrijving van de omgeving, laat zien dat de verandering van omgeving zo snel gebeurt, dat het wel digitaal moet zijn aangestuurd. Zowel de onechte omgevingen als de abrupte wisseling van ruimte tonen aan dat dit concert niet in het echt had kunnen plaatsvinden. Wang beschrijft de visuele effecten als “moody, immersive visuals and XR effects that punched up the ambitions of pay-per-view music.” Dit heeft niet alleen als voordeel dat het er “verbluffend” uitziet (Van Gijssel) maar ook dat het de aandacht van de kijker vasthoudt:

“Serving up a meticulous visual affair, replete with lofty LED screens and extended-reality (XR) effects, that felt determined to recapture weary viewers’ attention” (Wang). Na een omschrijving van de verschillende ruimtes, merkt Daly op dat de technische mogelijkheden ook nadelig kunnen werken in de meningsvorming rondom een optreden, hij stelt namelijk dat de traditionele kwaliteiten van een optreden hierdoor vaak over het hoofd worden gezien. “Online concerts might be exciting because of the endless possibilities of technology, but their downside is that the simple art of performance is often overlooked in favour of a focus on flashiness” (Daly). Daly beschrijft precies wat er gebeurt in de recensies van het optreden. De minste nadruk wordt gelegd op de muzikale kwaliteiten van het optreden. Het niveau van haar zang lijkt minder van belang te zijn. Er wordt door slechts twee van de vier recensenten gesproken over haar zangkwaliteiten, en ook door hen wordt hier weinig aandacht aan besteed. Daly zegt enkel “Her vocals are flawless throughout,” en Van Gijssel schrijft “Eilish zingt intiem en vlekkeloos zuiver.” Deze korte uitspraken staan in contrast met de uitgebreide beschrijving van de technische keuzes, terwijl het wel het kernaspect van een muzikaal optreden betreft.

Naast een uiteenzetting van de decors, wordt de politieke boodschap in de livestream door elke recensie geaccentueerd. Billie Eilish probeert het publiek te motiveren om te gaan stemmen voor de presidentsverkiezingen van 2020. Daly geeft aan dat het politieke karakter van het optreden duidelijk aanwezig was: “From the pre-show to almost the last sentiments that Eilish shares, urgency is put on the message to vote. Even when it’s subtle, it’s there.” Hier wordt zowel objectief als subjectief over geschreven. Van Gijssel schrijft luchtig: “Ze geeft er ook een stemadvies bij.” Terwijl Empire het veel zwaarder opvat, zij schrijft: “An impassioned Eilish urges young people to vote because ‘we’re the ones with futures’ – as though all 32-year-olds are basically at death’s door.”

Daarnaast wordt er aandacht besteed aan de nabijheid en interactie met het publiek. Ze doet op verschillende momenten directe uitspraken naar het publiek thuis. Die niet alleen politiek gericht zijn, maar om haar band met de fans te versterken en de culturele participatie te vergroten. “It must seem alien to try and conduct a crowd you can’t see, but she does her best in that regard too, instructing everyone to ‘clap from home’ on ‘Bury A Friend’ and waving an arm above her head for ‘Ocean Eyes’” schrijft Daly. Van Gijssel laat zich uit over het gevoel van nabijheid dat de livestream te weeg heeft gebracht: “Prachtig natuurlijk, dat in een afstandelijke setting als een kille livestream zoveel oprechte emotie kan worden overgebracht.”

Dua Lipa - *Studio 2054*

De Britse Dua Lipa brak eind 2015 door met haar hit “Be The One.” Pas anderhalf jaar later, in juni 2017, kwam haar debuutalbum uit. In maart 2020 bracht ze haar tweede album uit, net nadat de coronapandemie was uitgebroken wereldwijd. Hierdoor werd haar wereldtournee afgezegd, die een maand later zou beginnen, waardoor ze net als andere artiesten deze inkomsten misloopt. Op 27 november 2020 heeft zij een livestreamconcert gegeven, waar verschillende artiesten te gast waren, waaronder Elton John, Kylie Minogue en Angèle. Ook dit concert duurde ongeveer een uur. Tickets voor het optreden waren 8,99 pond, wat neerkomt op ongeveer 10,50 euro. Het spektakel heeft ruim vijf miljoen toeschouwers getrokken van over de hele wereld, wat dit het best bekeken betaalde livestreamconcert maakt. Dit aantal is gebaseerd op één persoon per stream, maar volgens Ben Mawson, Dua Lipa’s manager, ligt het totale aantal kijkers tussen de acht en negen miljoen, omdat er waarschijnlijk meerdere mensen per stream het concert hebben bekeken (Aswad). Dat er zoveel mensen naar de livestream hebben gekeken bewijst het feit dat het bereik van een livestream significant groter is dan dat van een fysiek concert, zoals Trainer al vaststelde (73). De vijf miljoen toeschouwers hebben samen voor zo’n 75 miljoen euro aan inkomsten gezorgd (Carvalho).

De cinematografie en mise-en-scène worden geanalyseerd aan de hand van het gehele optreden, deze is beschikbaar gemaakt voor mensen uit Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland door de Duitse tv-zender ZDF. Het optreden is op dit kanaal terug te kijken voor de bepaalde periode tussen 24 juli 2021 tot 1 februari 2022. Het 68-minuten durende optreden is hier gratis toegankelijk. De exclusiviteit die ze belooft bij het kopen van een kaartje, komt dus zowel in ruimte als tijd niet terug. Publiek en artiesten bevinden zich niet in dezelfde ruimte op hetzelfde moment, en daarbij is het concert ook niet enkel op deze specifieke tijd beschikbaar. Dit maakt het optreden in zowel tijd als ruimte niet begrensd. Het beeld is dus niet uniek en

beperkt beschikbaar, waardoor dit de gedeelde ervaring van de show in de weg zal zitten. Iets wat de prijs van een livestream zou moeten rechtvaardigen tegenover een “normale” concertregistratie die vrij toegankelijk is. Volgens Carvalho is het “gemeenschapsgevoel” de grootste waarde van een livestreamconcert; er wordt betaald voor een gedeelde ervaring, om gelijktijdig naar hetzelfde optreden te kijken (Carvalho). In een opmerking op *Reddit* wordt dit bevestigd door een bezoeker van het optreden werd gesteld: “I’m happy it was a paid livestream. The feeling is just different - you know there are tons of people watching this together with you and it’s a onetime experience” (Moechtegernstadter).

Dua Lipa heeft geen vast podium, maar beweegt zich door een ruimte heen waar de camera haar volgt; zij zelf en haar dansers worden in beeld gebracht. Op enkele momenten is ook haar band te zien. Er wordt gebruik gemaakt van lichttechniek, rookmachines en projecties op de schermen achter het podium. Sarah Osei schrijft hierover: “a virtual showcase that feels like an actual concert” (Osei). De realiteit wordt namelijk bij dit concert niet compleet losgelaten, zoals het geval was bij Billie Eilish. Het concert lijkt meer op een optreden zoals dat ook in fysieke vorm zou hebben plaats gevonden, behalve dat ze geen vaste plek aanneemt op het podium. Door het gebruik van verschillende camera’s wordt de afstand tussen de artiest en de toeschouwer verkleind. Iets wat door Black et al. zeer gewaardeerd wordt, zij stellen dat dit een voldoening geeft aan de fan, en een band creëert met de artiest (155). Door het gebruik van close-ups en het recht in de camera kijken, wordt de schijnbare verbondenheid in stand gehouden. Toch zijn verschillende recensenten het oneens met Sarah Osei en vinden dat het gevoel van een liveshow niet over komt met dit optreden. Menno Pot beschrijft het spektakel als “een lange, dynamische en kleurrijke videoclip” (Pot), en Dan Cairns schrijft voor *The Times* dat “the hour-long concert was more of an extended music video” (Cairns). Ook Alim Kheraj geeft toe dat het optreden weinig weg had van een fysiek liveconcert, hij stelt: “Dua’s *Studio 2054* ‘live stream’ sat somewhere between a glorified

awards show performance, a club night and a stage musical” (Kheraj). Tot slot beschrijft Elias het optreden als een “hybride tussen een rauwe concertstream en een filmische concertfilm. Waar het bij momenten veel weg had van een live videoclip, was het op andere momenten een goed ingestudeerde arenashow” (Elias).

Het optreden voelt in mindere mate aan als een concert, maar eerder als een film of een lange videoclip. Dit komt mede omdat ze op geen enkel moment het publiek direct aanspreekt, dit terwijl interactie met de fans door Emma McGann wordt aangehaald als belangrijkste reden voor het livestreamen (Amplify Music 12:37-14:44). Omdat Dua Lipa het publiek niet rechtstreeks aanspreekt, lijkt de verbinding met het publiek te worden verkleind, waardoor de afstand tussen artiest en publiek wordt benadrukt. Dit zal allemaal invloed hebben op de concertervaring van de bezoekers. Aangezien Fabian Holt van mening is dat de sociale interactie een van de aspecten is dat een concert een unieke ervaring maakt (256). Daarnaast zeggen Black et al. dat een optreden een band creëert tussen het publiek en de artiest, en de interactie de loyaliteit in stand houdt (155), maar bij *Studio 2054* lijkt de directe band met de toeschouwer niet te worden versterkt. Dit heeft een invloed gehad op de manier waarop het publiek het optreden heeft beleefd, door middel van het analyseren van opmerkingen en reacties online wordt de publiekservaring gepeild. Op *YouTube* geeft Kysan Kwan in een videorecensie zijn commentaar op de livestream van Dua Lipa. Hij is van mening dat directheid en interactie met de artiest, de twee belangrijkste aspecten zijn van liveoptredens. Deze worden echter vaak als vanzelfsprekend beschouwd, omdat ze zo gemakkelijk in liveoptredens ontstaan (4:42-4:49). Het probleem bij de livestream van Dua Lipa was dan ook dat ze geen enkele aanwijzing gaf dat het optreden ook daadwerkelijk live was. Ze zei niks tussen de liedjes door, en er was geen spontaniteit zoals je zou verwachten bij een fysiek concert (5:50-6:17). Dit was het grootste gebrek aan de livestream vond hij: “Even if *Studio 2054* was actually live it failed to give the illusion that it was” (10:14-10:16).

Dit werd ook op het fan forum opgemerkt, daar werd de livestream vergeleken met een videoclip: “This seems amazing but it is far from a liveshow. [...] It's closer to a music video” (Heyitsme094). De schijnbare nabijheid wordt bij dit concert grotendeels geproduceerd door het gebruik van camera's, Dua Lipa is altijd goed in beeld gebracht, met gebruikmaking van close-ups en medium shots. Doordat dit optreden meer weg lijkt te hebben van een film, zal dit dus ook in mindere mate een verbinding aangaan met het publiek.

De atmosfeer creëert een ruimte die zich onderscheidt van het dagelijks leven, wat een belangrijke motivatie is van het publiek om een optreden te bezoeken volgens Danielsen en Kjus (717). Dit is ook wat meerdere recensenten waarderen in de livestream van Dua Lipa. Neil McCormick is van mening dat het optreden te beschrijven is als “an escapist fantasy from the sofa” (McCormick). Rhian Daly bevestigt dit met de beschrijving: “a big night in with a pop great who excels at escapism” (Daly). Daly schrijft dat het optreden ons angsten over de pandemie laat vergeten, en ons uit het moment haalt. Ook stelt hij: “Lipa has built an alternate reality” (Daly). Het optreden kan worden gezien als een “ontsnapping” uit de dagelijkse problematiek die de pandemie veroorzaakt. Tegelijkertijd brengt de digitale show verschillende nostalgische gevoelens te weeg bij het publiek, zo schrijft iemand op *Reddit* “Man, this makes me really miss concerts” (BasicDiet). Daarnaast geven ook anderen aan het leven “pre-COVID” te missen (IcePopBandit en BTSSHINee).

De authenticiteit van het optreden wordt echter wel in twijfel getrokken door sommigen, in een recensie van Menno Pot in *de Volkskrant* wordt geschreven: “Rechtstreeks kan de uitzending niet zijn: sommige kleding- en décorwissels gaan er te snel voor” (Pot). Ook Neil McCormick van *The Daily Telegraph* trekt de echtheid in twijfel, hij schrijft: “Whether it was genuinely live or not, well, who knows?” (McCormick). Bij het aanhalen van die aspect wordt het risico van een echt concert vermeden, wat de essentie van een liveoptreden zou inhouden volgens Carvalho. Toch is er wel overeenstemming tussen

verschillende recensenten over de echtheid van de zang, “zo te horen zingt ze meestal live – en goed ook” schrijft Pot. Ook Elias zegt hier het volgende over: “Een liveshow staat of valt met het geluid en wat waren we aangenaam verrast toen we hoorden dat Dua Lipa live zong. Live was echt live” (Nxtpop).

Voor de discourse analyse van recensies over de livestream van Dua Lipa zijn ook weer dezelfde recensies gebruikt als die al eerder zijn aangehaald voor andere analyses van dit optreden. Door middel van een discourse analyse wordt er nagegaan waar de nadruk wordt gelegd in de recensies. De recensies die voor dit onderzoek gebruikt worden, zijn als volgt: “Dua Lipa *Studio 2054* review: Livestreaming back to the future” door Dan Cairns, “Dua Lipa live at *Studio 2054*: a big night in with a pop great who excels at escapism” door Rhian Daly, “Dua Lipa’s *Studio 2054* livestream: Disco Queen Dua wordt de volgende superster” geschreven door Steven Elias, “Dua Lipa, *Studio 2054*, review: A glorified awards show performance, a club night and a musical in one” door Alim Kheraj, “Dua Lipa: *Studio 2054* review – this disco extravaganza was the best livestream of the year” door Neil McCormick, “De livestream van Dua Lipa is als een nacht in een club waar je je niet alleen hoeft te voelen ★★☆☆” Menno Pot, en “Dua Lipa’s *Studio 2054* Stream Was the Post-Thanksgiving Dopamine Rush We All Needed” van Chris Willman.

In recensies wordt over het algemeen aandacht besteed aan het feit dat het optreden niet aanvoelt als een concert maar meer iets weg heeft van een film of videoclip. Daarnaast biedt de livestream volgens verschillende recensenten een ontsnapping aan de werkelijkheid. Beide onderwerpen zijn al eerder uitgebreid toegelicht.

Iets wat in vijf van de zeven recensies terugkwam, was het misplaatste optreden van Elton John. Het stuk van de livestream waarin Elton John op het podium plaatsneemt, wordt niet zeer gewaardeerd, het wordt gezien als iets wat niet in samenhang is met de rest van het optreden. Zo schrijft Daly: “With no link to the rest of the set, it ends up feeling random”

(Daly). Ook Willman kan het verband met de rest van het optreden niet ontdekken, en schrijft: “What this had to do with the rest of the show was anyone’s guess” (Willman). Hij beschrijft het optreden van Elton John zelfs als een onderbreking van de show. Het optreden bevreemde hem dermate dat hij de opkomst van Elton John beschrijft als: “Then things got weird” (Willman). Door anderen wordt de voorstelling vergeleken met “a neglected pianist in the corner of a noisy cocktail lounge” (McCormick) en het kijken van een herdenkingsdienst (Kheraj). Menno Pot vindt dat het optreden van Elton John het geheel heeft vertraagd, en maakt de volgende vergelijking: “Het heeft iets weg van een curieuze ‘DWDD-minuut’ ” (Pot).

Opmerkelijk is dat de livestream van Dua Lipa geen gebruik maakt van de technische mogelijkheden in tegenstelling tot Billie Eilish en Glass Animals, het decor wordt vooral omschreven als “neonverlichting, glitters en discoballen” (Daly). Het is dus een zeer realistische verschijning. De livestream lijkt terug te grijpen naar de nostalgie van het discotijdperk, en dat zonder gebruikmaking van *special effects*.

Tot slot worden in verschillende recensies haar danskwaliteiten expliciet genoemd. Kheraj schrijft dat Dua Lipa geen “natural dancer” is, en beschrijft haar *moves* als “wooden awkwardness.” Pot lijkt het hier volstrekt mee oneens te zijn, en beschrijft Lipa als een uitstekende danseres (Pot). Volgens Elias heeft Dua Lipa de coronaperiode gebruikt om haar danstechnieken te verbeteren, volgens hem leek ze in de livestream wel “de nieuwe disco queen” (Elias). Het is duidelijk dat de recensenten het niet eens zijn over de danskwaliteiten van Dua Lipa, er wordt zowel heel positief als heel negatief op gereageerd.

CONCERTERVARING, AUTHENTICITEIT EN NABIJHEID IN DIGITALE CONCERTEN

In dit hoofdstuk worden de casussen die per stuk zijn bestudeerd op cinematografie, mise-en-scène, onlinereacties van het publiek en recensies van professionele recensenten, onderworpen aan de eerdergenoemde onderwerpen: “concertervaring,” “authenticiteit” en “nabijheid.” Hierin worden de casestudy’s met elkaar vergeleken en geanalyseerd aan de hand van de opgedane informatie.

Concertervaring

Een toegevoegde waarde van een optreden is het sociale element: het tegelijkertijd met andere liefhebbers bekijken van een concert (Danielsen en Kjus 717). Dit zorgt er ook voor dat de kijkervaring wordt omgezet naar een beleving, wat ertoe leidt dat een consument getransformeerd kan worden van een luisteraar of toeschouwer naar een onderdeel van het publiek (R. Bennett xii). Dit komt naar voren bij het Facebookbericht van Triple J, hierop worden door verschillende reacties geplaatst waarin mensen elkaar aansporen een ticket te kopen. Hieruit blijkt dat saamhorigheid en gedeelde ervaring belangrijke aspecten zijn van een live-ervaring, ongeacht of het fysiek of digitaal plaatsvindt.

Aan het visuele aspect van livestreams wordt veel aandacht besteed. Bij alle livestreams lijkt het decor zeer van belang te zijn in de beoordeling ervan. Uit een analyse van onlinereacties bij Di-Rect blijkt dat het decor van oude meesterwerken bijdraagt aan de positieve concertervaring. Ook in de discourse analyse van de andere artiesten wordt er veel aandacht besteed aan de beschrijving van het decor. Toch lijkt bij Billie Eilish dit door te slaan in de problematiek van het enkel beschrijven van de technische mogelijkheden die de XR-techniek biedt en de muzikale kwaliteiten hierbij te vergeten. Haar zangkwaliteiten komen enkel vluchtig aan bod. De schermen om haar heen laten het lijken alsof de realiteit compleet is losgelaten, het ene moment bevindt ze zich op de bodem van de zee tussen de haaien en het andere moment in de jungle. Hetzelfde geldt voor Glass Animals, ook zij maken

gebruik van techniek waardoor ze niet vastzitten aan de realiteit, en ook bij hen wordt er weinig aandacht besteed aan de muzikale kwaliteiten. Dit is zeer verschillend met het concert van Dua Lipa, die geen gebruik maakt van *special effects*. Het is opvallend dat in de recensies over haar optreden haar dans- en zangkwaliteiten wel uitvoerig besproken worden.

Authenticiteit

Alle livestreamoptredens waren na vertoning niet openbaar toegankelijk, behalve die van Dua Lipa. Dua Lipa's concert wordt voor een bepaalde tijd aangeboden via verschillende media. Op de Duitse zender ZDF is het concert nog tot 1 januari 2022 te bekijken. Daarnaast geeft Di-Rect ook nog steeds de mogelijkheid om het concert terug te kijken. Dit gebeurt echter wel onder de voorwaarde dat men abonnementsgeld betaalt voor de "Wild Hearts Club." Billie Eilish en Glass Animals hebben hun optreden niet toegankelijk gemaakt voor mensen die geen tickets voor het concert hebben gekocht. Dit zorgt ervoor dat hier de exclusiviteit dat wordt gehandhaafd door de verkoop van tickets, net als bij fysieke concerten, in stand wordt gehouden.

Het optreden van Di-Rect is in "real time" gefilmd, wat de authenticiteit bevordert. Omdat het aspect van ruimte minder van belang is bij livestreams, het publiek en de band bevinden zich namelijk niet in dezelfde ruimte, wordt het aspect van tijd des te belangrijker. Door de keuze van deze filmtechniek wordt dit temporele onderdeel benadrukt. Zowel Glass Animals als Dua Lipa hebben vier verschillende tijdstippen gekozen waarop het concert wordt uitgezonden. Op deze manier kan iedereen het optreden bekijken op een tijd dat passend is bij de tijdzone. Dit bevordert het gevoel van inclusiviteit, want op deze manier kunnen bezoekers uit alle continenten het concert bekijken, zonder er 's nachts voor te hoeven opstaan. Toch zit dit de authenticiteit in de weg, omdat dit betekent dat niet alle vier de tijdzones een liveoptreden te zien krijgen.

De verbinding met en tussen het publiek is een belangrijke indicator voor het toekennen van authenticiteit. In het kopje “nabijheid” wordt de interactie tussen artiest en publiek besproken, de verbinding tussen het publiek is nog niet geanalyseerd. Toch is dit een belangrijk onderdeel in het vormen van de concertervaring volgens Holt (256). Een concert kan een luisteraar transformeren in een onderdeel van een groter geheel (R. Bennett xii). De gedeelde ervaring en saamhorigheid zijn hier van belang. Tijdens de vier livestreamoptredens was een chatfunctie beschikbaar, waarin het publiek met elkaar en de band kon communiceren tijdens het concert. Op deze manier wordt de concertervaring delen zoals in fysieke vorm gebeurt, ook mogelijk voor digitale optredens. Toch lijkt dit voor een populaire livestream als die van Billie Eilish minder goed te werken; door een fan op *Reddit* werd de chat ook wel beschreven als een “nonstop blur of comments” (WeBentItBackAgain). De authenticiteit van het concert van Dua Lipa wordt in twijfel getrokken, verschillende recensenten zijn het erover eens dat het optreden niet aanvoelt als een concert. De verbinding met het publiek is een belangrijke factor in het toekennen van authenticiteit. Er is geen enkele interactie tussen publiek en artiest, waardoor het optreden door velen wordt aangemerkt als een lange videoclip in plaats van een concert.

Nabijheid

Afwisseling tussen long shots en close-ups, en het gebruiken van verschillende camerapunten waartussen gewisseld wordt, zorgen ervoor dat het publiek altijd het beste zicht op het podium heeft. Glass Animals, Billie Eilish en Dua Lipa maken allen gebruik van deze cinematografische technieken. Ook de cameravoering bij Di-Rect draagt bij aan een groter gevoel van nabijheid, de kijker krijgt namelijk het gevoel dat hij aan de zij van de zanger door de ruimte beweegt. Daarnaast zorgt de kijkrichting van de artiest ervoor dat de afstand verkleind wordt tussen het publiek en de band. Dit is verschillend met een “normale”

concertregistratie, daar is immers publiek bij aanwezig. De camera en de mensen thuis zijn daar minder belangrijk.

Zowel Glass Animals als Billie Eilish spreken beide direct tegen het publiek, hierdoor lijkt de afstand te worden te verkleind. Ook laten beide artiesten livebeelden van de fans zien tijdens het concert. Volgens R. Bennett is culturele participatie een belangrijk onderdeel van liveconcerten (xii), het is dus voordelig dat beide artiesten hierop hebben ingespeeld. Volgens Black et al. creëert een optreden een band tussen een fan en de artiest (155). Door deze sociale interactie met het publiek wordt deze band in stand gehouden. Dua Lipa zegt het gehele optreden niets tegen het publiek, hierdoor geeft het concert meer het gevoel van een muziekvideo in plaats van een concert, wat ook wordt bevestigd door verschillende recensenten. In het korte fragment van Di-Rect wordt er ook niet direct tegen het publiek gepraat, toch is het niet geheel uit te sluiten dat dit in de rest van het concert ook niet gebeurt.

Uit de discourse analyse van Glass Animals blijkt dat recensenten het eens zijn op het punt dat het concert zeer intiem overkomt, alsof de kijker daadwerkelijk fysiek aanwezig is. Ook in het concert van Billie Eilish wordt dit punt zeer gewaardeerd, volgens Van Gijssel brengt de livestream “oprechte emotie” over. Bij Di-Rect wordt door het publiek de “intieme sfeer” en het “goede camerawerk” als beste gewaardeerd in de livestream.

DE MOGELIJKHEDEN VAN DE ONLINE INKOMENSALTERNATIEVEN VOOR ARTIESTEN

In deze these is onderzocht welke mogelijkheden online alternatieven, die opgekomen zijn in de coronacrisis, hebben voor de presentatie van artiesten. Hierbij is het verdienmodel aan bod gekomen, van zowel voor als tijdens de situatie van corona, met een visie van hoe de situatie na corona eruit zal komen te zien. Vervolgens zijn er twee knelpunten geanalyseerd uit het rapport *Stand van zaken in de Nederlandse popsector* geschreven door Veldman et al. Zij stellen namelijk dat er een machtsongelijkheid en afhankelijkheid speelt in het culturele veld. Daarnaast zijn zij van mening dat de artiest een zwakke inkomenspositie heeft, in deze scriptie is er onderzoek gedaan naar deze tekortkomingen van makers. Tot slot is er gekeken naar manieren waarop deze onlineactiviteiten aantrekkelijk genoeg kunnen blijven voor het publiek om ook na corona naast de fysieke optreden te kunnen voortbestaan.

Uit een onderzoek van Houghton blijkt dat ticketprijzen van fysieke liveoptredens tussen 2001 en 2010 gemiddeld met 39% zijn gestegen, terwijl de vraag van het publiek gelijk is gebleven. Deze stijging laat een aanhoudende bereidheid voor het betalen van liveoptredens zien, zelfs als de prijzen ruim boven de inflatiegraad stijgen (Houghton geciteerd in Brown en Knox 235). De stijging is te wijden aan de hogere kosten van technologische vernieuwingen (235). Brown en Knox vinden dat een groot gedeelte van de inkomsten hierdoor niet terecht komen bij de creatieve makers (235). Dit betekent dat er meer geld wordt gevraagd voor een kaartje, maar dat dit niet leidt tot meer inkomsten voor de artiest. Er wordt steeds meer geld uitgegeven aan de techniek rondom liveshows. Toch is het grootste gedeelte van de inkomsten van artiesten afkomstig opbrengsten van concerten en liveoptredens (Holt 248, Veldman et al. 113). Dus toen in maart 2020 de livemuzieksector gedwongen werd om de deuren te sluiten, werd er naarstig gezocht naar alternatieven. Het geven van digitale concerten was hier één manier van, in het begin werden de meeste optredens echter gratis aangeboden, met een optie tot het doneren van geld aan het goede doel. Naarmate de coronacrisis vorderde is er een

sterke overgang op te merken van gratis aangeboden livestreamconcerten naar online optredens waar betaald voor moet worden. In december 2020 is het aantal betaalde onlineconcerten met 292% gegroeid ten opzichte van juni van hetzelfde jaar (Mulligan). Ook is er onderzoek gedaan naar de bereidwilligheid van het publiek om te betalen voor zo'n digitaal optreden. Hieruit blijkt dat meer dan de helft van de mensen liever voorafgaand aan het concert een ticket willen kopen, maar geneigd zijn om meer geld uit te geven als naderhand de optie wordt gegeven om geld te doneren (Corona Concerten). Er wordt positief gereageerd op de levensvatbaarheid op het concept "onlineconcerten." Veldman et al. schrijven dat noodtoestanden goede momenten zijn voor vernieuwingen. Zij zijn zelfs van mening dat de manier waarop het publiek van livemuziek genoot voor de crisis waarschijnlijk niet meer in dezelfde staat zal terugkeren (Veldman et al. 109). Ook Mulligan stelt dat livestreamconcerten pas in het beginstadium zit; de grote massa maakt namelijk nog geen gebruik van dit product. Al met al zal het concept in de toekomst niet als vervanger van fysieke liveoptredens worden gebruikt, maar worden gezien als een aanvulling op het bestaande aanbod. Op deze manier kan er een groter publiek worden bereikt en kan de artiest zich op een andere manier creatief uiten.

Na het analyseren van het verdienmodel van de maker, is er aandacht besteed aan de machtsongelijkheid en de onafhankelijkheid van de maker. Al voor de coronacrisis begon, werd er gesproken over een zwakke inkomenspositie van de makers: artiesten zouden maar moeilijk rondkomen van hun artistieke werk. Volgens Hans Abbing is de kunstmarkt overvol: er heerst een overschot aan kunstenaars in de markt (283). Dit leidt tot een structurele afhankelijkheid en machtsongelijkheid van makers ten opzichte van andere spelers volgens het rapport *De stand van zaken in de Nederlandse popsector* (Veldman et al. 14, 15). Dit betekent dus dat er te weinig geld is om te verdelen over de hoeveelheid kunstenaars. Daarnaast is deze afhankelijkheid deels toe te wijzen aan het fenomeen "culturele

bemiddelaars” of “poortwachters.” Het aanbod is dermate groot dat het voor de kunstenaar lastig kan zijn om de gewenste doelgroep te bereiken en zo succes te behalen (Laan 198). Dit betekent dat er een bewaker van de kwaliteit moet optreden, dit zijn de zogenaamde “poortwachters.” Deze poortwachters hebben een belangrijke functie in de creatieve sector, zij bepalen namelijk wie er wel en geen toegang krijgen tot het veld. Daarnaast dragen zij bij aan de waardering van het werk en het opbouwen van de carrière (Jansen en Verboord 440). Ze kunnen bijvoorbeeld bepalen welke artiesten er mogen optreden bij een bepaald podium. Daarnaast zijn artiesten doorgaans artistieke personen, die zich meer richten op het creatieve proces in plaats van de zakelijke kant ervan. Zij hebben vaak weinig deskundigheid van de commerciële kant van de muziekindustrie (Veldman et al. 119). In het rapport van Veldman et al. wordt dit verschijnsel aangehaald met de term “kennisasymmetrie” tussen makers en anderen in de sector (Veldman et al. 14). Het verschil in expertise en interesse van makers resulteert in een onzelfstandige positie in het veld. Dit zorgt er dan ook voor dat de afhankelijke functie van de artiest in de creatieve industrie gehandhaafd blijft. Er wordt in deze these nagegaan hoe de machtsongelijkheid en onafhankelijkheid van de makers tot stand zijn gekomen. De informatie uit deze analyse wijst erop dat deze elementen evengoed een rol spelen als de waarde van online alternatieven groter wordt. Er zal altijd een verschil blijven tussen de creatieve maker en personen die gaan over de zakelijke kant van de kunsten. Dit wordt in stand gehouden door de “kennisasymmetrie,” er heerst nou eenmaal een onderscheid in interesse van de twee spelers. Daarnaast blijft de functie van “poortwachters” van belang, ook als digitale concerten zich verder zullen ontwikkelen en een groter draagvlak zullen innemen. Het aanbod zal nog steeds moeten worden bewaakt op kwaliteit voor het publiek, anders kunnen potentiële bezoekers door het enorme aanbod niet het overzicht houden en bij de juiste livestreams terecht komen. Ook geven “poortwachters” waarde aan het werk in de

vorm van evaluatie. Deze waardering zorgt ervoor dat de artiest onder de aandacht wordt gebracht bij het publiek.

Naast het knelpunt van de machtsongelijkheid en onafhankelijkheid van makers, halen Veldman et al. ook een andere kwestie aan, namelijk de zwakke inkomenspositie van de makers in de Nederlandse popsector. Door het inventariseren van de redenen van de verzwakte inkomenspositie, kan er worden nagegaan op welke manieren de online alternatieven kunnen bijdragen aan een sterkere positie binnen de sector als het verdienmodel verandert. Volgens Abbing bestaat in de kunsten in de hedendaagse economie een “winner takes all principe.” Hierbij wordt er meer belang gehecht aan relatieve prestaties in plaats van absolute prestaties. Dit komt omdat de kunsten over authenticiteit beschikken, die niet objectief te meten is (Abbing 110). Daarnaast stelt David Throsby dat geld niet de drijfveer is van kunstenaars voor het maken van werk, makers worden gemotiveerd te werken door het behalen van creatieve en esthetische doelen. Ook Pierre Bourdieu stelt twee soorten behoeften van makers: de heteronome kunst (geproduceerd voor de markt en het verdienen van geld) tegenover de autonome kunst (geproduceerd door intrinsieke motivatie) (38, 39). Hierbij stelt hij dat heteronome kunst ondergeschikt is aan autonome kunst. Een mogelijke verklaring voor de zwakke inkomenspositie is de toenemende concurrentie tussen kunstenaars voor het beschikbare werk, dit zorgt er immers voor dat de trend van lage inkomens in stand wordt gehouden (Abbing 112). Zelfs wanneer er meer geld aan de kunsten wordt besteed, wordt dit gecompenseerd met een vermeerdering aan kunstenaars. De stijging in de vergoeding per uur wakkert de groei in het aantal actieve kunstenaars in de markt aan, waardoor het beschikbare geld voor de kunsten per kunstenaar weer daalt. Deze overtuiging van Abbing leidt ertoe dat het niet uitmaakt of er geld uit andere bronnen te verkrijgen is, de inkomenspositie zal laag blijven. De stijging van geld in de sector staat namelijk in verband met een stijging in het aantal actieve kunstenaars in de sector.

Vervolgens is het toekomstperspectief in beeld gebracht, hierin wordt nagegaan of onlineconcerten als een levensvatbaar concept gezien kan worden. Hier wordt wisselend op gereageerd. Er wordt namelijk in verschillende onderzoeken aangehaald dat het sociale aspect van een concert misschien wel belangrijker is dan het beleven van de muziek zelf. Het is daarom van belang dat ook tijdens livestreamconcerten er niet voorbij wordt gegaan aan dit opzicht, dit is namelijk een essentieel onderdeel om bezoekers te kunnen binden. Een ander aspect wat als zeer important wordt geacht, is de eenmaligheid van een evenement. Het feit dat het zal verdwijnen op het moment dat het gebeurd is, maakt deel uit van het bestaan van een optreden (Phelan 146). Hester Carvalho is van mening dat dat de coronacrisis heeft bijgedragen aan een financiële waarde van livestreaming. Voorheen waren digitale beelden van concerten gratis te bekijken op bijvoorbeeld YouTube. Nu wordt hier een entreprijs voor gevraagd. Deze ticketprijzen worden echter gerechtvaardigd door het feit dat het om een eenmalig evenement gaat, net als dit het geval is bij een traditionele liveshow. Naast de eenmaligheid lijkt ook de exclusiviteit een belangrijk onderdeel te zijn in de motivatie van fans om liveoptredens te bezoeken. Liveoptredens zijn zeer begrensd van aard, een optreden vereist fysieke aanwezigheid op hetzelfde moment in dezelfde ruimte (Holt 253). Bij digitale optredens is het duidelijk niet mogelijk om in dezelfde ruimte aanwezig te zijn als de artiest, dit maakt dat de exclusiviteit van een onlineconcert op een andere manier behaald moet worden. Bij virtuele optredens wordt de exclusiviteit grotendeels behaald door de eenmaligheid van het concert, het optreden is naderhand namelijk niet meer terug te kijken. Over het bestaansrecht van livestreamconcerten zijn de meningen verschillend. Sommigen zeggen dat het als een ongebonden medium zal fungeren in de toekomst, terwijl anderen vermoeden dat het geen levensvatbaar concept is. Een ding dat duidelijk is, is dat het in de toekomst niet als een vervanger van fysieke optredens zal functioneren, het onderscheidt zich namelijk op verschillende punten van elkaar. Het biedt een andere manier van

concertbeleving. Digitale optredens geven immers de mogelijkheid tot een ander gezichtspunt op het concert, een kijkje achter de schermen en het gevoel van altijd vooraan te kunnen zitten. Daarnaast wordt ook de chatfunctie tijdens digitale concerten, waarin met elkaar en de artiest gecommuniceerd kan worden, zeer gewaardeerd volgens het onderzoek van Van Vleuten (Corona Concerten). Dus hoewel er positief gereageerd wordt op het initiatief en het bestaansrecht ervan, lijkt het niet een oplossing te geven aan de kwesties “machtsongelijkheid en afhankelijkheid” en “de zwakke inkomenspositie”. De machtsongelijkheid en afhankelijkheid van de maker in tegenstelling tot anderen in de sector zal blijven bestaan. De functie van poortwachters is namelijk van belang voor het publiek om het overzicht te kunnen bewaren, dus deze positie zal ook bij dit nieuwe concept in stand worden gehouden. Daarnaast zal ook de “kennisasymmetrie” blijven bestaan, omdat er gewoonweg een verschil in interesse bestaat tussen de creatieve en zakelijke personen. Een groei van digitale optredens zal hier weinig invloed op hebben. Ook de inkomenspositie zal geen grote transformatie ondergaan, aangezien de groei aan geld en de groei aan kunstenaars inherent zijn aan elkaar waardoor de inkomsten laag blijven. Een manier voor de maker om hieruit los te komen, is zich te differentiëren van de rest. Het hedendaagse “winner takes all principe” zorgt ervoor dat er meer belang gehecht wordt aan relatieve prestaties in plaats van absolute prestaties. Het is dus van betekenis voor de artiest om de eigen waarde en relevantie te verhogen, om hiermee ook de inkomsten te laten groeien. Dit kan gedaan worden door de aandacht op zich te vestigen door op te vallen in het aanbod, waardoor deze artiest door poortwachters in beeld wordt gebracht bij het publiek.

Tot slot is de informatie die uit het literatuuronderzoek is voortgekomen, vervolgens gebruikt bij het onderzoeken van de vier casestudy's. Deze praktijksituaties hebben een gezamenlijk kenmerk dat ze alle zijn opgezet voor het genereren van eigen inkomsten. In deze casussen staan de volgende onderwerpen centraal: “concertervaring,” “authenticiteit” en

“nabijheid.” Waarbij wordt gekeken naar of de specifieke digitale optredens zich kunnen onderscheiden van fysieke optredens op het gebied van concertervaring. Er wordt gekeken naar wat er bijdraagt aan het vormen van de concertervaring voor het publiek; hieruit blijkt dat het beschikbaar maken van een chatfunctie bijvoorbeeld het gevoel van saamhorigheid en de gedeelde ervaring vergroot. Deze concertervaring is ook een belangrijk onderdeel van de professionele concertrecensies, waarbij het digitale optreden vaak vergeleken wordt met fysieke optredens. Er wordt in deze waarderingen gekeken naar bijvoorbeeld het decor en de gebruikte technieken die ervoor zorgen dat het digitale optreden zich differentieert van een fysiek optreden. Ook de authenticiteit van de onlineconcerten wordt besproken, hierin komen de eenmaligheid van het optreden, de echtheid van zang en het liveaspect van de optreden aan bod. Met dit liveaspect wordt bedoeld dat het optreden op dezelfde tijd is opgenomen als dat het te zien is voor het publiek. Het is namelijk belangrijk dat het realistisch is op temporeel gebied, nu het publiek en de artiest zich niet in dezelfde ruimte bevinden. Tot slot worden de casussen getoetst op het aspect van nabijheid. Er is onderzocht op welke manieren nabijheid is gecreëerd en of de casussen hierin geslaagd zijn. De cinematografie en cameravoering kunnen bijdragen aan het gevoel van nabijheid. Ook de interactie tussen publiek en artiest, en het publiek onderling door bijvoorbeeld de chatfunctie, het direct aanspreken van de toeschouwers, of het in beeld brengen van de individuele concertbezoekers zijn onderdeel van het vergroten van het gevoel van nabijheid.

Met behulp van kwalitatief onderzoek en het analyseren van de vier casussen wordt er in kaart gebracht hoe onlineconcerten bijdragen aan de inkomenspositie van de artiest. De coronacrisis heeft er namelijk voor gezorgd dat artiesten in veel opzichten worden beperkt in het verdienen van geld. De verdiensten uit concerten behoren immers tot de grootste inkomstenbron. In deze these wordt het alternatief dat ontstaan is, namelijk “digitale optredens,” getoetst aan de gestelde concepten die bij een concert centraal staan. Door middel

van deze elementen wordt er bepaald of onlineconcerten een levensvatbaar concept is voor de toekomst, en of deze optredens zullen bijdragen als een extra inkomstenbron. De onderzoeksvraag die in deze masterscriptie centraal staat, luidt: “Op welke manieren kunnen online inkomensactiviteiten die in de covid-19 periode tot stand zijn gekomen, fungeren als een levensvatbaar alternatief voor artiesten om zich te presenteren aan het publiek?”

Om antwoord te geven op de onderzoeksvraag; uit kwalitatief onderzoek is gebleken dat een concert op drie punten moet voldoen, dit zijn “de concertervaring,” “de authenticiteit” en “de nabijheid.” Het is van belang dat het digitale concert een concertervaring te weeg brengt die ten minste vergelijkbaar is met die van een fysiek optreden. Om dit te bereiken moet het gevoel van intimiteit en exclusiviteit opgeroepen worden. Dit kan gedaan worden door bijvoorbeeld het concert maar eenmalig beschikbaar te stellen. Ook wordt het sociale element van een concert hiermee in acht genomen, op deze manier wordt het een gedeelde ervaring in plaats van het enkel bekijken van een concertregistratie. Dit blijkt ook uit reacties op het Facebookbericht van Triple J, in dit bericht proberen mensen hun vrienden aan te sporen ook een kaartje te kopen zodat ze het optreden samen op afstand kunnen beleven. Saamhorigheid en gedeelde ervaring zijn belangrijke aspecten van een live-ervaring, ongeacht of het fysiek of digitaal plaatsvindt.

Ook een liveshow die zo geproduceerd is dat het op geen manier in de werkelijkheid had kunnen plaatsvinden, draagt bij aan het gevoel van intimiteit en exclusiviteit. Uit onderzoek blijkt dat het visuele aspect van digitale concerten als een belangrijk waarderingpunt wordt gezien. De *special effects* van de onlineconcerten worden in de meeste recensies uitvoerig besproken. Dit heeft echter als valkuil dat de traditionele waarden van een concert hierbij vergeten worden, namelijk de kwaliteit van zang en instrumentatie. Dit komt duidelijk naar voren in recensies over Billie Eilish en Dua Lipa: Billie Eilish heeft zulke indrukwekkende technieken gebruikt tijdens het optreden dat er weinig over haar zangkunsten

wordt geschreven. In tegenstelling tot Dua Lipa, waarbij *special effects* nauwelijks een rol spelen en de aandacht meer op de kwaliteit van haar dans en zang wordt gevestigd.

Net als bij een fysiek concert speelt authenticiteit ook bij een digitaal optreden een rol. De bezoekers verwachten dat het concert op dezelfde tijd plaats vindt, als dat zij het aanschouwen. Daarnaast moet het “echt” overkomen, net als bij een fysiek concert moet er “echtheid” van zang en instrumentatie plaatsvinden. Het is niet de bedoeling dat er een vooraf opgenomen bandje wordt afgespeeld. Een echt optreden is namelijk onlosmakelijk verbonden aan de risicofactor; het tonen van het nemen van risico geeft de livestream authenticiteit. De eenmaligheid van een concert, zoals besproken bij de concertervaring, draagt ook bij aan het oordeel van authenticiteit. Deze eenmaligheid wordt namelijk gebruikt om de ticketverkoop te rechtvaardigen, anders heeft het bekijken van de livestream naast het liveaspect geen meerwaarde. Het concert niet meer beschikbaar stellen naderhand en het optreden op dezelfde tijd laten plaatsvinden als dat het uitgezonden wordt, zijn de belangrijkste aspecten om de verkoop van tickets voor digitale concerten te verantwoorden. Als dit beide niet het geval is, maakt het concert weinig verschil met de traditionele gratis beschikbaarheid van concertregistraties.

Daarnaast wordt nabijheid als zeer van betekenis geacht tijdens optredens. Hier kan op in worden gespeeld door de cameravoering en cinematografie. Door het gebruik van close-ups en verschillende camerastandpunten heeft het publiek altijd het beste zicht op het podium. Na bestudering van de casussen wordt duidelijk dat de manier hoe iets in beeld wordt gebracht een belangrijke rol speelt in het gevoel van nabijheid. Ook is een schijnbaar directe band zeer van belang tijdens optreden, dit geldt voor zowel tussen artiest en publiek als tussen het publiek onderling. Culturele participatie wordt namelijk als een motivatiepunt gezien van het publiek om een concert te bezoeken. Tijdens een digitaal optreden moet dus ook aan deze wens worden voldaan door bijvoorbeeld de chatfunctie in te schakelen, of het direct

aanspreken van het publiek door de artiest. Dit komt voort uit de analyse van de casestudy's: het optreden van Dua Lipa leek meer weg te hebben van een film hierdoor lijkt de schijnbare afstand van de toeschouwers tot de artiest te zijn vergroot. Glass Animals en Billie Eilish daarentegen proberen beide de intimiteit van een fysiek optreden over te brengen door het publiek direct aan te spreken. Daarnaast worden bij beide livestreams livebeelden getoond van deelnemers uit het publiek. Dit draagt naast het vergroten van de concertervaring en gevoel van nabijheid, ook bij aan het in stand houden van de band tussen artiest en publiek. Intimiteit is dan ook een punt wat vaak terugkomt in de waardering van recensenten.

Alles overziend, zijn de concepten “concertervaring,” “authenticiteit” en “nabijheid” uitgangspunten die op een adequate wijze de analyse van optredens structuur geven. De analyse van deze kernpunten hebben namelijk geleid tot een resultaat die de levensvatbaarheid van deze onlineactiviteiten laat zien. De eerdergenoemde concepten zijn ontstaan na het doen van kwalitatief onderzoek naar de motivatie van publiek en de waardering van concerten, en hebben dit onderzoek in staat gesteld om het potentieel van onlineconcerten te duiden,

CONCLUSIE

Door het coronavirus zijn veel concerten afgelast om verspreiding te voorkomen. Artiesten zijn hierdoor de grootste inkomstenbron kwijtgeraakt en zijn op zoek gegaan naar inkomstenalternatieven. Met het organiseren van livestreamconcerten kan de artiest enerzijds de relatie met de fans onderhouden en zorgt het anderzijds voor een inkomstenbron nu de fysieke optredens niet mogelijk zijn. Met behulp van vier casestudy's is er nagegaan of livestreamconcerten als een levensvatbare alternatieve wijze kan fungeren voor artiesten om in contact te komen met hun publiek. Daarnaast is onderzocht of het als nieuwe en constante inkomstenbron kan worden beschouwd, en of deze onlineactiviteiten de inkomenspositie van de popartiest kan doen versterken. In het onderzoeksrapport *Stand van zaken in de Nederlandse popsector* wordt namelijk de zwakke inkomenspositie van de artiest als een kwestie aangehaald. Ook worden machtsongelijkheid en afhankelijkheid benoemd als knelpunten, waarna uiteen wordt gezet of virtuele optredens hier invloed op kunnen hebben. De waarde van een livestream is in deze scriptie in kaart gebracht, waaruit geanalyseerd kan worden op welke manieren het initiatief dat de schade tijdens de coronacrisis heeft getracht te verzachten ook levensvatbaar is voor de toekomst. De onderzoeksvraag die in deze scriptie centraal staat, luidt: "Op welke manieren kunnen online inkomensactiviteiten die in de covid-19 periode tot stand zijn gekomen, fungeren als een levensvatbaar alternatief voor artiesten om zich te presenteren aan het publiek?"

Livestreamconcerten zijn in dit onderzoek gekoppeld aan de concepten "concertervaring," "authenticiteit" en "nabijheid." Deze concepten zijn ontstaan na het doen van literatuuronderzoek, en blijken belangrijke pijlers te zijn in de concertwaardering. Daarnaast hebben de concepten bijgedragen aan het beantwoorden van de onderzoeksvraag, omdat ze overzichtelijk in kaart brengen op welke manier een optreden voldoet aan de verwachting van het publiek. Of de concertervaring van een livestreamconcert kan voldoen

aan die van een fysiek optreden, zijn de meningen over verdeeld. Sommigen zeggen dat door de verbeterde technologie de concertervaring vergelijkbaar kan zijn (L. Bennett 555).

Bovendien kan door het gebruik van verschillende camera's de beleving van het publiek worden verbeterd (Trainer 81). Anderen stellen dat het gevoel van bij een groep te horen, en het gevoel van intimiteit en exclusiviteit enkel bij een fysiek optreden een rol spelen. Het optreden is namelijk begrensd door de capaciteit van de zaal en alleen beschikbaar voor diegenen die een kaartje hebben voor het optreden (R. Bennett 10). Daarnaast heeft een livestreamoptreden een extra gradatie in het vraagstuk van authenticiteit, niet alleen moet een optreden geloofwaardig zijn in de vorm van overeenkomst met de opname en de echtheid van de zang en instrumentatie. Het livestreamoptreden moet ook eer doen aan de traditionele vorm van optreden, waarbij sociale intimiteit een belangrijke kwaliteit is volgens Holt (255). Holt betoogt dat een optreden een zeer begrensde vorm van interactie is, zowel op het gebied van ruimte als tijd (253). Bij een livestream is het belang van het ruimtelijke aspect verkleind, omdat de artiest en het publiek zich niet fysiek op dezelfde plaats bevinden. Daarentegen is het temporele onderdeel des te meer van belang om toch enig gevoel van exclusiviteit op te roepen. Met behulp van een analyse van de casestudy's, wordt de onderzoeksvraag beantwoord. De casestudy's die aan bod zijn gekomen, zijn: *Direct in het Mauritshuis*, *Glass Animals – Live in the internet*, *Billie Eilish- Where Do We Go? The Livestream* en *Dua Lipa - Studio 2054*. Aan de hand van Bordwell's *Film Art* zijn gedeeltes van de livestream geanalyseerd op de cinematografie en mise-en-scène. Door middel van een discourse analyse is er in kaart gebracht hoe op de concerten gereageerd wordt door professionele recensenten. Vervolgens is er met behulp van digitale etnografie de ervaring van het publiek gepeild, hiervoor is er gekeken naar online reacties op de sociale media: Twitter, Facebook, Instagram en YouTube, zowel tekstuele als gesproken berichten zijn hierbij geanalyseerd.

Uit dit alles blijkt dat de onderzoeksvraag “Op welke manieren kunnen online inkomensactiviteiten die in de covid-19 periode tot stand zijn gekomen, fungeren als een levensvatbaar alternatief voor artiesten om zich te presenteren aan het publiek?” kan worden beantwoord als volgt. De analyse van de casestudy's heeft geleid tot het inzicht dat eenmaligheid en het liveaspect van digitale optredens de belangrijkste pijlers zijn in het toekennen van authenticiteit in virtuele concerten. Als er in één van deze punten gefaald wordt, heeft dit grote invloed op de concertervaring en nabijheid. Dit houdt in dat het gevoel van intimiteit en exclusiviteit wordt geschaad als blijkt dat het concert niet voldoet aan de gestelde uitgangspunten. Ook de culturele participatie, wat als een belangrijke motivatie wordt gezien voor het bezoeken van een concert, wordt hierdoor in de weg gezeten. Daarnaast onderscheidt de livestream zich dan te weinig van traditionele concertregistraties die wel gratis toegankelijk zijn. Het heeft dan voor het publiek weinig meerwaarde om ervoor te betalen. Voor de artiest hebben digitale concerten als voordeel dat het bereik veel groter is dan bij een fysiek optreden. Dit is bijvoorbeeld te zien aan de bezoekers van het concert van Di-Rect die op hun vakantie in het buitenland toch van hetzelfde concert konden genieten als bezoekers in Nederland. Daarnaast kan de artiest zich op een andere manier creatief uiten, zoals te zien is in de livestream van Billie Eilish, elk liedje vond plaats in een schijnbaar compleet andere ruimte, van de jungle naar de zeebodem in enkele seconden. Dit is niet mogelijk bij fysieke optredens, en geeft de artiest meer mogelijkheden om zich te uiten tijdens een concert.

De machts- en inkomenspositie van de popartiest zal waarschijnlijk onveranderd blijven als de invloed van deze online alternatieven groter zal worden. Dit heeft als reden dat het belang van de afhankelijkheid van poortwachters dermate groot is, deze poortwachters zullen ook bij digitale concerten zichzelf een rol blijven toe-eigenen om de kwaliteit te bewaken en het overzichtelijk te maken voor het publiek. Uit onderzoek blijkt dat maar een

klein gedeelte van de popartiesten in Nederland kan rondkomen van het eigen werk. Toch zal een verhoogde vraag naar online alternatieven niet leiden tot een sterkere inkomenspositie van de popartiest. Zoals blijkt uit dit onderzoek is namelijk de vraag naar kunst inherent verbonden aan het aantal kunstenaars. Dit zorgt ervoor dat als er meer vraag is in de popsector naar deze online alternatieven, dit leidt tot meer artiesten die zich hierop gaan richten. Wat niet resulteert in een stijging van inkomsten, omdat het beschikbare geld onder een grotere groep kunstenaars verdeeld zal moeten worden. Toch zien verschillende muziekexperts digitale optredens een veelbelovende toekomst in. Er wordt gesteld dat deze alternatieven, die uit nood geboren zijn, in de toekomst als een extra component van de muziekindustrie zal fungeren; ze zullen echter niet als vervanging van fysieke optredens dienstdoen.

Beperkingen en vervolgonderzoek

De gekozen casussen ondersteunen het feit dat ze alle concerten zijn met als doel inkomsten te genereren voor zichzelf. Hier zijn optredens van twee bekende artiesten en twee minder bekende bands voor gekozen. Het was echter moeizaam om een digitaal optreden van een minder bekende band te vinden waar niet alleen veel over geschreven was in de vorm van professionele recensies, maar ook reacties vanuit het publiek over geplaatst waren op sociale media. Daarnaast moest het optreden niet opgezet zijn voor het goede doel en een toegangsprijs voor gevraagd worden. Deze voorwaarden maakten het lastig om geschikte casussen te onderscheiden. De twee casussen van de kleinere artiesten hebben beide zo'n 15.000 bezoekers gehad, dit aantal was nodig om toch aan de voorwaarden te voldoen. Opmerkelijk was dat over de livestream van Di-Rect wel veel nieuwsberichten en reacties door het publiek zijn geschreven, maar dat er nauwelijks professionele recensies over geschreven zijn. Dit maakte het doen van een discourse analyse voor deze casestudy dan ook niet mogelijk. Daarnaast is de eenmaligheid van digitale optredens een belangrijk kernpunt van het medium, dit had echter als moeilijkheid dat dit ervoor zorgde dat voor deze these het

optreden ook niet in zijn geheel teruggekeken kon worden. Het optreden van Dua Lipa was hierop een uitzondering en bleek te falen in de eenmaligheid, omdat deze werd aangeboden via een Duitse tv-zender. Dit zorgde ervoor dat deze in het geheel geanalyseerd kon worden. Dit had als consequentie dat dit wel doorwerkte in de beoordeling van authenticiteit. De overige optredens zijn onderzocht aan de hand van fragmenten van het concert die wel online beschikbaar waren.

In eventueel vervolgonderzoek zou de situatie van de inkomenspositie onderzocht kunnen worden als digitale optredens door de grote massa bezocht worden. Op dit moment bevinden we ons in een beginstadium van het vragen van een entreprijs voor een digitaal optreden. Het publiek is dit nog niet gewend, en is mogelijk enkel bereidwillig hiervoor te betalen omdat zij hiermee de artiest steunen in deze crisistijd, daarnaast vinden er toch geen fysieke optredens plaats. De ontwikkeling van gratis naar betaalde digitale evenementen is een boeiend onderwerp. Daarnaast zou geanalyseerd kunnen worden op welke manieren livestreamconcerten winstgevender zouden kunnen worden. Het zou interessant zijn om onderzoek te doen naar de voorwaarden van het publiek en te inventariseren wanneer zij bereid zijn om te betalen voor iets van digitaal plaatsvindt. Hierbij wordt dus meer gericht op de mening van het publiek, waar met behulp van een enquête of semigestructureerde interviews hier een antwoord op kan worden gegeven.

BIBLIOGRAFIE

- Amplify Music. “Livestreaming and Connected Experiences - Session 35.1 - Amplify Music 2020.” *YouTube*, 4 mei 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=j2YLASEePFM>.
- Abbing, Hans. *Why Are Artists Poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam University Press, 2002.
- Aswad, J. “Dua Lipa’s ‘Studio 2054’ Livestream Draws a Whopping 5 Million-Plus Views.” *Variety*, 30 november 2020, <https://variety.com/2020/digital/news/dua-lipa-studio-2054-livestream-5-million-views-1234842345/>.
- Aubrey, E. “Glass Animals – ‘Live In The Internet’: indie-pop dons re-define the potential of virtual gigs.” *NME*, 16 oktober 2020, <https://www.nme.com/reviews/glass-animals-live-in-the-internet-review-2787103>.
- Balan, C. “‘Pay What You Want’: A Participative Price Setting Mechanism.” *International Journal of Economic Practices and Theories*, dl. 4, nr. 5, 2014, pp. 952 – 963, <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.665.3790&rep=rep1&type=pdf>.
- BasicDiet. “Man, this makes me really miss concerts. I’m only halfway through now but FUCK Dua’s improved as an performer since I saw her in 2017. I’m so proud of her!” Opmerking op u/Deer_Noises’s discussie over *Studio 2054* van Dua Lipa. *Reddit*, 27 november 2020, https://www.reddit.com/r/popheads/comments/k28bbi/dua_lipas_studio_2054_discussion_thread/.
- Becker, Howard Saul. *Art Worlds*. University of California Press, 1982.
- Bennett, L. “Patterns of listening through social media: online fan engagement with the live music experience.” *Social Semiotics*, dl. 22, nr. 5, pp. 545–557, doi: 10.1080/10350330.2012.731897.

Bennett, R. "Live concerts and fan identity." *The Digital Evolution of Live Music*, geredigeerd door Cresswell Jones, Angela en Rebecca Jane Bennett. Elsevier Ltd., 2015, pp. 3 – 17.

Beverland, Michael B., en Francis J. Farrelly. "The Quest for Authenticity in Consumption: Consumers' Purposive Choice of Authentic Cues to Shape Experienced Outcomes." *Journal Of Consumer Research, Inc*, deel 36, nr. 5, 2010, pp. 838-56, doi: 10.1086/615047.

"Billie Eilish You Should See Me In A Crown Livestream 2020." *YouTube*, 30 oktober 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=oxpAzIF4-M4&t=1s>.

Black, Grant C, et al. "Concert Tour Success in North America: An Examination of the Top 100 Tours from 1997 to 2005." *Popular Music and Society*, dl. 30, nr. 2, 2007, pp. 149–172., doi:10.1080/03007760701267698.

Blake, S. "Livestream Concerts Boomed During Lockdown. Are They Music's Future or Just a Pandemic Fad?" *Dot.LA*, 14 oktober 2020, <https://dot.la/livestream-concerts-boomed-during-lockdown-is-it-musics-future-or-just-a-pandemic-fad-2648201267.html>.

Bordwell, David, Kristin Thompson en Jeff Smith. *Film Art: An Introduction*. New York, McGraw-Hill, 12e editie, 2020.

Brice, Lanie. "First Virtual Concert: The Billie Eilish Experience." *Music, Musings, and Me*, 25 oktober 2020, <https://www.musicmusingsandme.com/2020/10/first-virtual-concert-billie-eilish.html>.

Brown, S. C. en D. Knox. "Why go to pop concerts? The motivations behind live music attendance." *Musicae Scientiae*, dl. 21, nr. 3, pp. 233-249, doi: 10.1177/1029864916650719.

BTSSHINee. "This concert makes me miss going to clubs even though I am not that into

- clubbing lol.” Opmerking op u/Deer_Noises’s discussie over *Studio 2054* van Dua Lipa. *Reddit*, 27 november 2020, https://www.reddit.com/r/popheads/comments/k28bbi/dua_lipas_studio_2054_discussion_thread/.
- Cairns, D. “Dua Lipa Studio 2054 review: Livestreaming back to the future.” *The Times*, 28 november 2020, <https://www.thetimes.co.uk/article/dua-lipa-studio-2054-review-livestreaming-back-to-the-future-w0rdbqrrh>.
- Carvalho, H. “Het streamingconcert biedt mooie, nieuwe mogelijkheden.” *NRC*, 27 januari 2021, <https://www.nrc.nl/nieuws/2021/01/27/het-streamingconcert-biedt-mooie-nieuwe-mogelijkheden-a4029440>.
- Cooper, Leonie. “Change the tune: how the pandemic affected the music industry.” *The Guardian*, 18 december 2020, <https://www.theguardian.com/music/2020/dec/18/how-the-pandemic-affected-the-music-industry>.
- “Coronavirus: Overzicht 'Nederland verder open met coronatoegangsbewijs per 25 september.” *Rijksoverheid*, 23 september 2021, <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2021/09/14/overzicht-coronamaatregelen>.
- Cubiss en Saskia von der Fuhr. *Pop, wat levert het op? Onderzoek naar de inkomsten van popmusici in Nederland*. Onderzoek uitgevoerd in opdracht van Ntb, Sena Performers, NORMA en FNV Kiem, 2015.
- Daly, R. “Billie Eilish live in LA: teen superstar builds a brave new world (and has a message for the real one).” *NME*, 25 oktober 2020, <https://www.nme.com/reviews/billie-eilish-where-do-we-go-livestream-concert-2020-review-2797241>.
- Daly, R. “Dua Lipa live at Studio 2054: a big night in with a pop great who excels at

escapism.” *NME*, 30 november 2020, <https://www.nme.com/reviews/dua-lipa-studio-2054-live-review-elton-john-2828374>.

Danielsen, Anne, en Yngvar Kjus. “The Mediated Festival: Live Music as Trigger of Streaming and Social Media Engagement.” *Convergence*, dl. 25, nr. 4, augustus 2019, pp. 714–734, doi:10.1177/1354856517721808.

DiBlasi, L. “Review: ‘Glass Animals: Live In The Internet’ tries its best to replace in-person concerts.” *The Pitt News*, 18 oktober 2020, <https://pittnews.com/article/161103/arts-and-entertainment/review-glass-animals-live-in-the-internet-tries-its-best-to-replace-in-person-concerts/>.

“Di-Rect - Soldier On / Holiday Live at Mauritshuis (Livestream 08-08-2020).” *YouTube*, geüpload door officialdirecttv, 8 augustus 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=LR9KtKCRMX0>.

“Di-Rect geeft optreden in Mauritshuis.” *Entertainment Business*, 6 juli 2020, <https://www.entertainmentbusiness.nl/live/di-rect-geeft-optreden-in-mauritshuis/>.

Doeland, Denis. “Word geen Hansje Brinker na corona!” *This Is Our House*, 8 februari 2021, https://tioh.nl/features/column-denis-doeland-entertainmentindustrie-na-corona/?fbclid=IwAR3txUwEqh3N6pefZH-Znjq4HS3XTh-favncOFt6_fAZKuZAIHMBIZZwaeg.

“Dua Lipa - Hallucinate (Studio 2054 Live).” *Vimeo*, 10 februari 2021, <https://vimeo.com/510894072>.

“Dua Lipa: Studio 2054.” *ZDF*, <https://www.zdf.de/kultur/pop-around-the-clock/dua-lipa-124.html>.

Easterbrook, S. et al. “Do Viewpoints Lead to Better Conceptual Models? An Exploratory

Case Study.” *13th IEEE International Conference on Requirements Engineering*, Paris, 2005 pp. 199-208, doi: 10.1109/RE.2005.23.

Ehrlich, H. “Going to Streamland with Glass Animals: Live In The Internet.” *Affinity Magazine*, 20 oktober 2020, <http://culture.affinitymagazine.us/going-to-streamland-with-glass-animals-live-in-the-internet/>.

Eijck, B. “Videograaf Bob over livestream: ‘dit wordt de toekomst’.” *De Fabrique*, 19 februari 2019, <https://defabrique.nl/blog/videograaf-bob-over-livestream/>.

Elias, S. “Dua Lipa’s ‘Studio 2054’ livestream: Disco Queen Dua wordt de volgende superster.” *Nxtpop*, 27 november 2020, <https://www.nxtpop.be/concertrecensies/recensie-dua-lipas-studio-2054-livestream-disco-queen-dua-wordt-de-volgende-superster-★★★★/>.

Empire, K. “Billie Eilish: Where Do We Go?: the Livestream review – feel the fear... .” *The Guardian*, 31 oktober 2020, <https://www.theguardian.com/music/2020/oct/31/billie-eilish-where-do-we-go-livestream-concert-review>.

“Fan engagement in tijden van corona.” *Entertainment Business*, 24 december 2020, <https://www.entertainmentbusiness.nl/muziek/fan-engagement-in-tijden-van-corona/>.

Fishwife. “Even the FAQ on the website says ‘this event is truly live’ and ‘you’re part of a live experience’ which was super deceitful. It was pretty much just a YouTube watch party we had to pay money for.” Opmerking op u/Vomit_On_His_Sweater’s beoordeling van Live in the Internet van Glass Animals, *Reddit*, 16 oktober 2020,

https://www.reddit.com/r/glassanimals/comments/jc0vve/the_live_on_the_internet_was_not_actually_a_live/.

Frankenberg, E. “Consumer Interest in Paid Livestreams Surging, According to New Data.”

Billboard, 8 oktober 2020, <https://www.billboard.com/articles/business/chart-beat/9462506/bandsintown-data-consumer-interest-paid-livestreams/>.

Frith, S. “Live Music Matters.” *Scottish Music Review*, dl. 1, nr. 1, 2007, pp. 1 – 17,

<http://scottishmusicreview.org/Articles/1.1/Frith%3A%20Live%20Music%20Matters.pdf>.

Glass Animals, “Glass Animals - Heat Waves (Live).” *YouTube*, 29 oktober 2020,

<https://www.youtube.com/watch?v=1GcnrBU4AWg>.

“Glass Animals Live In The Internet - Tokyo Drifting.” *Vimeo*, 15 oktober 2020,

<https://vimeo.com/468778842>.

Gerber, A. *The Work Of Art: Value in Creative Careers*. Stanford, California, Stanford University Press, 2017.

Grotenhuis, Rita. “Vanuit Spanje onwijs genoten... in vain was mooi maar ik vond soldier on op harp ook erg tof. What the fuck... alles was prachtig...” *Facebook*, 9 augustus 2020,

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3453319744699996&id=133770083321662.

Heyitsme094. “This seems amazing but it is far from a live show. So many cuts, which makes me think that she made mistakes and was allowed to re-shoot. The reason I watch live shows is to see if the singer is capable of performing a song, and this could have easily been filmed over a couple of days with plenty of breaks and pre-recorded vocals. It's closer to a music video.” Opmerking op u/Deer_Noises’s discussie over *Studio 2054*

- van Dua Lipa. *Reddit*, 27 november 2020,
https://www.reddit.com/r/popheads/comments/k28bbi/dua_lipas_studio_2054_discussion_thread/.
- Holt, F. “The Economy of Live Music in The Digital Age.” *European Journal of Cultural Studies*, dl. 13, nr. 2, 2010, pp. 243 – 261, doi: 10.1177/1367549409352277.
- IcePopBandit. “Thinking about how insane this would’ve been in real life. Missing pre-covid life right about now ☹️” Opmerking op u/Deer_Noises’s discussie over *Studio 2054* van Dua Lipa. *Reddit*, 27 november 2020,
https://www.reddit.com/r/popheads/comments/k28bbi/dua_lipas_studio_2054_discussion_thread/.
- Janssen, S. en Marc Verboord. “Cultural Mediators and Gatekeepers.” *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, James D. Wright, 2e ed., dl. 5, pp. 440 – 446, <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.10424-6>.
- Kelderman, Sebastian [@sebastiankelderman]. “Het was weer fantastisch! Bedankt dat jullie deze online concerten doen. Zo gaaf! Genieten.” *Twitter*, 9 augustus 2020,
<https://twitter.com/SebastianKelder/status/1292472513671376897>.
- Kheraj, A. “Dua Lipa, Studio 2054, review: A glorified awards show performance, a club night and a musical in one.” *Inews*, 30 november 2020,
<https://inews.co.uk/culture/music/dua-lipa-studio-2054-review-future-nostalgia-kylie-minogue-pop-777336>.
- Klamer, A. en C. Langeveld. *Pak Aan: ideeën voor alternatieve financiering van kunst en cultuur*. 1ste ed., Langeveld Consultancy B.V., 2011.
- Kozinets, R. V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publications, 2010.
- Kronenburg, R. *This Must Be The Place: An Architectural History of Popular Music Performance Venues*. Bloomsbury Academic, 2019.

- Kuiper, M. “Hoe verdien je nu nog geld als muzikant?” *Fd*, 20 februari 2021, <https://fd.nl/fd-persoonlijk/1372824/hoe-verdien-je-nu-nog-geld-als-muzikant-jpi1caPCbXT6>.
- Kwan, K. “In which I ramble about dua lipa’s studio 2054 virtual concert for nearly 11 minutes.” *YouTube*, 28 november 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=M9qBgBw50xc>.
- Laan, Nico. *Medemakers. Sociologie van literatuur en andere kunsten*. Hilversum: Verloren, 2018.
- Lehman, D. W., et al. “Authenticity.” *Annals*, deel 13, nr. 1, 2019, pp. 1-42, <https://doi.org/10.5465/annals.2017.0047>.
- Marcondes, Izzie [@izziemarcondes]. “can I say I’ve been to a Billie Eilish concert? cause it felt like I was THERE #BillieEilishlivestream.” *Twitter*, 25 oktober 2020, <https://twitter.com/izziemarcondes/status/1320142154996604929>.
- Mauritshuis, *Jaarverslag 2020*, geredigeerd door Renée Jongejan, 2021, <https://www.mauritshuis.nl/media/hcsj4u20/jaarverslag-2020.pdf>.
- McCormick, N. “Dua Lipa: Studio 2054 review – this disco extravaganza was the best livestream of the year.” *The Daily Telegraph*, 28 november 2020, <https://www.telegraph.co.uk/music/what-to-listen-to/dua-lipa-studio-2054-review-disco-extravaganza-best-livestream/>.
- McManus, C. “Billie Eilish Live Stream Concert - Bad Guy Reaction | 2020.” *YouTube*, 2 november 2020, https://www.youtube.com/watch?v=7xUP_xajuKw&t=0s.
- Moechtegernstadter. “I’m happy it was a paid livestream. The feeling is just different - you know there are tons of people watching this together with you and it’s a one time experience.” Opmerking op u/Deer_Noises’s bericht over *Studio 2054* van Dua Lipa.

- Reddit*, 28 november 2020,
https://www.reddit.com/r/popheads/comments/k2plvt/dua_lipa_studio_2054_review_t_his_disco/.
- Moore, A. "Authenticity as authentication." *Popular Music*, deel 21, nr. 2, 2002, pp. 209-23, doi:10.1017/S0261143002002131.
- "Muziek blijft voor veel beroepsmuzikanten sappelen." *NOS Nieuws*, 16 januari 2016, <https://nos.nl/artikel/2080781-muziek-blijft-voor-veel-beroepsmuzikanten-sappelen.html>.
- Mulligan, M. "Virtual Concerts: A New Video Format." *MiDiA*, 8 januari 2021, <https://www.midiaresearch.com/blog/virtual-concerts-a-new-video-format>.
- Naveed, K. et al. "Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry e Lessons from the US experiences." *Technology in Society*, dl. 50, 2017, <http://dx.doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.03.005>.
- Nuchelmans, André. "Money, that's what I want: Matchingfonds kan gevers over de streep trekken." *Boekman Extra*, geredigeerd door Van den Braber, Helleke et al., nr. 26, September 2021, pp. 26 – 29.
- "Opvallende uitkomsten onderzoek livestream-concerten: meerderheid wil kaartje vooraf kopen." *Corona concerten*. 11 mei 2020. <https://www.coronaconcerten.nl/pers/>.
- Osei, S. "Covid Made The Music Industry More Creative & Dua Lipa Has The Proof." *Highsnobiety*, November 2020, <https://www.highsnobiety.com/p/dua-lipa-studio-2054/>.
- Pink, S. et al. *Digital Ethnography: Principles and Practices*. Sage Publications Ltd., 2016.
- Phelan, P. "The ontology of performance: representation without reproduction." *Unmarked The Politics of Performance*, Routledge, 1993, Pp. 146 – 166.
- Pisart, T. "Streamingconcert Billie Eilish: oogverblindende horrorshow met politieke

- boodschap.” *3voor12*, 25 oktober 2020,
<https://3voor12.vpro.nl/artikelen/overzicht/2020/oktober/Billie-eilish-streaming-show.html>.
- Pot, M. “De livestream van Dua Lipa is als een nacht in een club waar je je niet alleen hoeft te voelen.” *De Volkskrant*, 28 november 2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/de-livestream-van-dua-lipa-is-als-een-nacht-in-een-club-waar-je-je-niet-alleen-hoeft-te-voelen~b1fc8ce7/>.
- Raad voor Cultuur. “Verkenning arbeidsmarkt culturele sector.” *SER*, januari 2016, <https://www.ser.nl/-/media/ser/downloads/adviezen/2016/verkenning-arbeidsmarkt-cultuursector.pdf>.
- Radford, J. “Glass Animals: ‘Live in the Internet’ – The Concert of the Future?” *York Vision*, 17 oktober 2020, <https://www.yorkvision.co.uk/scene/music/glass-animals-live-in-the-internet-the-concert-of-the-future/17/10/2020>.
- Rapino, M. “Live Nation Entertainment Reports Second Quarter 2020 Results.” *Live Nation Entertainment*, 5 augustus 2020, https://d1io3yog0oux5.cloudfront.net/_19bf23a09544b20863d611305c50fbbd/livenationentertainment/db/670/6151/earnings_release_pdf/LYV+2Q20+Release+Final.pdf.
- Reinds, Nathan. Livestream Di-Rect in het Mauritshuis. *Twitter*, 9 augustus 2020, https://twitter.com/Di_rectMusic/status/1292408296649957376/photo/2.
- Rendell, James. “Staying in, Rocking out: Online Live Music Portal Shows during the Coronavirus Pandemic.” *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Dec. 2020, doi:[10.1177/1354856520976451](https://doi.org/10.1177/1354856520976451).
- Samson, Joshua. “Heel gaaf gedaan, hulde Joost ! Oh en de stream was perfect zelf in een tent

- in Oostenrijk op een Ipad met Iphone als hotspot.” *Facebook*, 14 augustus 2020, https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3457037370994900&id=133770083321662.
- Seetharaman, Priya. “Business models shifts: Impact of Covid-19.” *International Journal of Information Management*, dl. 54, oktober 2020, pp. 1-4. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102173>.
- Sim, J. et al. “Virus Shook the Streaming Star: Estimating the COVID-19 Impact on Music Consumption.” <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3649085>.
- Skinner, T. “Glass Animals announce special ‘Live In The Internet’ performance.” *NME*, 22 september 2020, <https://www.nme.com/news/music/glass-animals-announce-special-live-in-the-internet-performance-2758861>.
- Snider, M. “What will live entertainment look like after COVID-19? Hybrid events for in-person and streaming crowds, plus more Zoom.” *Usa Today*, 10 april 2021, <https://eu.usatoday.com/in-depth/tech/2021/04/10/zoom-concerts-stream-music-life-after-covid-stay-home/6987045002/>.
- Space_Ghosts_. “I wouldn’t have been as bummed if it wasn’t \$17. Like that feels like a lot to watch a stream at a specific time.” Opmerking op u/Vomit_On_His_Sweater’s beoordeling van Live in the Internet van Glass Animals, *Reddit*, 16 oktober 2020, https://www.reddit.com/r/glassanimals/comments/jc0vve/the_live_on_the_internet_wa_s_not_actually_a_live/.
- “Stelling: Ook na corona zou ik een livestream-concert ‘bezoeken’.” *Rtv Drenthe*, 29 april 2021, <https://www.rtvdrenthe.nl/nieuws/169723/Stelling-Ook-na-corona-zou-ik-eeen-livestream-concert-bezoeken>.
- Swanborn, P. “Het ontwerpen van case-studies: enkele keuzen.” *Mens en Maatschappij*, jrg.

69, nr. 3, 1994, pp. 322 – 335.

Taylor, S. “Locating and Conducting Discourse Analytic Research.” *Discourse as Data: A Guide for Analysis*. Londen, Sage Publications Ltd., 2001, pp. 5 – 48.

Teun. Opmerking bij “DI-RECT - SOLDIER ON / HOLIDAY LIVE AT MAURITSHUIS (Livestream 08-08-2020).” *YouTube*, 8 augustus 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=LR9KtKCRMX0>.

Throsby, D. “Artists as Workers.” *Cultural Economics*, geredigeerd door Towse, Ruth en Abdul Khakee, Springer-Verlag, 1992, pp. 201 – 208.

Trainer, A. “Live from the ether: YouTube and live music video culture.” *The Digital Evolution of Live Music*, geredigeerd door Cresswell Jones, Angela en Rebecca Jane Bennett. Elsevier Ltd., 2015, pp. 71 – 82.

Triple J. “Glass Animals are promising a 'one time only virtual gig/experience'.” *Facebook*, 23 september 2020, <https://www.facebook.com/triplej/posts/10164670289140160>.

Van der Ploeg, Peter. “Dankzij streaming groeit de muziekindustrie, ook in rampjaar 2020.” *NRC.nl*, 23 maart 2021. <https://www.nrc.nl/nieuws/2021/03/23/dankzij-streaming-groeit-de-muziekindustrie-ook-in-rampjaar-2020-a4036910>.

Van Gijssel, R. “De grote artiesten hadden stiekem een topjaar met livestreams en game-optredens.” *De Volkskrant*, 28 december 2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/de-grote-artiesten-hadden-stiekem-een-topjaar-met-livestreams-en-game-optredens~b26d8db4/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>.

Van Gijssel, R. “Met z’n duizenden in de Ziggo Dome? Dat kan in juli al, met Mojo’s Larger than Live.” *De Volkskrant*, 21 juni 2020. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/met-z-n-duizenden-in-de-ziggo-dome-dat-kan-in-juli-al-met-mojo-s-larger-than-live~b8fdb393/>.

Van Gijssel, R. “Met livestreamconcert zit Billie Eilish de tijdgeest op de hielen.” *De*

Volkskrant, 25 oktober 2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/met-livestreamconcert-zit-billie-eilish-de-tijdgeest-op-de-hielen~ba718d31/>.

Van Ginkel, Yvonne [Yvonnevanginkel]. “Zoouooo..... het was me een partijtje mooi mannen!!!! Genoten!!! Dankjulliewel voor weer een avond prachtige muziek. De omgeving maakte het helemaal af en wat hebben jullie geweldig gebruik gemaakt van de ruimte!” *Twitter*, 8 augustus 2020, <https://twitter.com/YvonnevGinkel/status/1292198216491040768>.

Van de Velden, Stephanie. “Onderweg naar huis op de Route de Soleil, alles kunnen zien! Super!” *Facebook*, 9 augustus 2020, https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3451779634854007&id=133770083321662.

Van der Zalm, Esther. “Ik vond het super bijzonder om hier samen met mijn man en zoon (13) tot 3x toe van mee te mogen genieten. Jullie hebben dit zo fantastisch gedaan. Schouwburg, de Pier en nu als klapstuk vanuit het Mauritshuis. Tot kippenvel geroerd en zelfs gister tot tranen. Het maakte voor ons de coronatijd nog een tikkie bijzonderder. Wij wonen in Tsjechie en kunnen dus niet zomaar voor een concert even overkomen. Dank jullie wel.” *Facebook*, 9 augustus 2020, https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3453319744699996&id=133770083321662.

Veldman, J. et al. *Stand van zaken in de Nederlandse popsector*. Dialogic, 2020. <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2020/09/07/dialogic-stand-van-zaken-in-de-nederlandse-popsector/dialogic-stand-van-zaken-in-de-nederlandse-popsector.pdf>.

Wang, A. X. “Billie Eilish’s Virtual Concert Is the Rare Livestream Done Right.” *Rolling*

Stone, 26 oktober 2020, <https://www.rollingstone.com/music/music-live-reviews/billie-eilish-livestream-virtual-concert-1080748/>.

WeBendItBackAgain. “The livestream chat is insane. It's just a nonstop blur of comments.”

Opmerking op u/Eevanhook's bericht over de livestream van Billie Eilish, *Reddit*, 23 oktober 2020,

https://www.reddit.com/r/billieeilish/comments/jgoyr9/the_where_do_we_go_livestream_concert_thread_1024/.

“WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard.” *Who*, <https://covid19.who.int>.

Willman, C. “Dua Lipa's ‘Studio 2054’ Stream Was the Post-Thanksgiving Dopamine Rush

We All Needed.” *Variety*, 28 november 2020,

<https://variety.com/2020/music/reviews/dua-lipa-livestream-studio-2054-1234841570/>.

Wink, Marco. “Wooooow..... Gasten..... Wat hebben jullie gedaan!!! Een Kunstwerk tussen

kunstwerken gecreëerd!!! Kippenvel!! Wat was dat enorm goed.... de 1e was al

geweldig... De Pier was echt bombastisch en over the top... en als je dan net denkt dat

het niet beter kan... dan dit..... Mijn hemel.... Diep respect en THANKS!! Hopelijk

gaan jullie dit nog vaker doen! Love from Zelhem, Marco en Ilona!” *Facebook*, 8

augustus 2020,

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3451779634854007&id=133770083321662.

Woods [@attachediamond]. “Not Billie Eilish profiting off an ONLINE concert, I can't with rich people.” *Twitter*, 17 oktober 2020,

<https://twitter.com/attachediamond/status/1317347354043961345>.