

RADBOUD UNIVERSITY NIJMEGEN

MUSICKING ON SOCIAL MEDIA:

the musical way to online identity performance

Lisa Holweg | S1048481
Master Thesis class
MA Creative Industries
Supervisor: Dr V. Meelberg
05-08-2021



Musicking on social media:
the musical way to online identity performance

Lisa Holweg | S1048481
Master Thesis Class
MA Creative Industries
Supervised by Dr Vincent Meelberg
05-08-2021

Summary

This thesis examines how social media users engage with music on social networking sites (online *musicking*) and how *musicking* plays a role in online sociality and identity construction from the perspective of the social media user. In doing so, the study employs an explorative and qualitative approach. Thereafter, the thesis presents the theoretical framework that is based on the main themes derived from the main research question and sub-questions. This chapter outlines theoretical concepts that originate in sociology, musicology, and media studies that delve into the matters of ‘music, identity and social media’. I examine how these concepts are linked and currently theorized. Additionally, a significant part of the theory and the study is dedicated to the social impact of online *musicking*. The section dedicated to media studies focusses on elucidating the performative character of social media and the use of music to signal online identity.

Altogether, the theoretical framework is primarily based on theories of DeNora, Bull, Goffman, Born & Hesmondhalgh, Seargeant & Tagg and Jenkins et al. The methodological approach is comprised of diary studies and in-depth, semi-structured interviews that follow the discourse of the ‘creative interview’. The coded interview data is presented in the findings chapter that explores the relationship between online identity, *musicking* and online sociality, illustrated with quotes from the conducted interviews. Furthermore, the findings provide an analysis of the uses and gratifications that underlie social media users' reasons for *musicking* on Facebook and Instagram, plus a comparison between the two social media platforms. I conclude that the act of *musicking* mirrors identity and beliefs, aids in identity formation and allows for the experience of we-ness on social media. Respondents define online identity as a digital portfolio of the *self*, and, correspondingly, use *musicking* mainly for the expression of personal, emotional states.

Keywords: Social media, musicking, identity performance, online sociality

Acknowledgements

I would like to thank everyone who supported me in writing this thesis. I would like to start by thanking my thesis supervisor, Professor dr. Vincent Meelberg, whose advice was crucial in developing the research topics and methods used. Your insightful and honest feedback encouraged me to improve my ideas and elevate my work. In addition, I want to express my gratitude to my parents for their sensible advice and infinite support. You are always there for me. Furthermore, a big shout-out to my sister, who supplied me with the finest playlists, jam-packed with the music I needed to hear to get me through the process of writing this thesis. Finally, I could not have finished this dissertation without the help of my partner, who stimulated me with insightful discussions as well as, from time to time, providing me with enjoyable distractions from my research.

Table of Contents

1. Introduction	1
1.1 Research questions	3
1.2 Terminology	4
1.2.1 Musicking	4
1.2.2 Musical events	5
1.2.3 Social networking sites	7
1.2.4 SNS users	8
1.3 Literature	8
1.4 Thesis structure	10
2. Theoretical framework	12
2.1 Music <i>acts</i>	12
2.1.1 Identity works	14
2.1.2 Previous research	18
2.2 Particularities of the social media landscape	19
2.2.1 Spreadable media	20
2.2.2 Resemiotization & entextualization	21
2.2.3 Online identity & online sociality	23
2.2.4 Imagined audiences	28
3. Methodology	31
3.1 Research method	31
3.2 Diary studies	31
3.3 Follow up interviews	33
3.3.1 Audiences	34
3.4 Respondents	35
3.5 Data analysis	36
3.5.1 Uses & gratifications	37
3.5.2 Coding process	38
4. Findings	40
4.1 Music & identity	40
4.2 Motives	46
4.2.1 Mood	47
4.2.2 Expression	48
4.2.3 Inter-personal	48
4.2.4 Social	49

4.2.5 Individual	50
4.3 Facebook, Instagram and the imagined audience	50
4.3.1 Facebook and Instagram	52
4.3.2 The imagined audience	53
4.4 Online sociality	54
4.4.1 Commonality & connectedness	54
4.4.2 Digital souvenirs & reminiscence	56
5. Conclusion	57
5.1 Main findings	57
5.1.2 Research question 1	57
5.1.3 Research question 2	59
5.1.4 Research question 3	60
5.1.5 Research question 4	61
5.2 Limitations of the study	62
5.3 Suggestions for future research	64
References	66
Appendices	71
A. Diary study log	72
B. Semi structured interview guide	73
B1. English version	73
B2. Dutch version	78
C. Interview transcripts	83
C1. Arnold	84
C2. Frida	97
C3. Dani	111
C4. Maurice	127
C5. Iris	137
D. Initial coding scheme	149
E. Final coding scheme	154
F. Code frequency tables	158
F1. Frequency table of the individual codes	158
F2. Frequency table of the code groups	165

1. Introduction

The lock clicks when the front door shuts behind her. Romy's hand frantically scans the walls of the dark hallway in search of the light switch. In her other hand, Romy clamps her phone. She is about to post a song of a famous electro-pop musician on the Facebook timeline of her good friend with whom she had just experienced a grand night out. Just a couple of clicks further in the social networking app, the song is found. The music that was played in the nightclub is now continues to accompany Romy on her way to the – now properly lit – living room. As she flops down on the couch and kicks off her heels, Romy scrolls through her camera roll in search of the perfect clip of the infamous night out for an Instagram *boomerang* post to delight her followers with. A clip of herself and her friend laughing and sipping cocktails catches her eye. With some simple clicks, she adds the song *I gotta feeling* by the Black-Eyed Peas to the post composed of the short movie clip. This song always brings her in a party mood and contributes to the 'cool girl vibe' of the Instagram post, Romy convincingly thinks. Adding a nice filter, some nips and tucks here and there, and *voila*, it is posted.

It is the following morning, Romy reluctantly wakes up, accompanied by a hangover. While still feeling a bit dull, Romy starts scrolling through her Facebook timeline. Romy chuckles, her friend liked the song she posted on her timeline and commented with another one-hit-wonder they always impudently sing along. The Instagram notification sign pops up and Romy switches to the app. It is a comment from her younger brother on the *boomerang* she posted last night. "Omg, that song is vintage, you're so old!", the snappy comment says. Annoyed about this mismatch, Romy navigates to the alteration button of the post. The next suggested song in line does not suit the younger followers of her Instagram profile either. Romy scrolls through recommendations based on the artist and spots a freshly released *banger* of a tune by the Black Eyed Peas featuring DJ David Guetta. Party mood restored!

Office time – Ruben is checking his Facebook account on his phone parallel to his work. This multitasked mixture of work and social networking has become a natural part of his everyday activity. Music is a feature presented on this social platform, although mainly via his friend's activities. Artists and titles of songs are exposed in his friends' status updates. One line draws Ruben's attention. "Eric has been rocking out to Kings of Leon!", it says, accompanied by a link to a playlist on a streaming service. Ruben still knows Eric from high school and remembers him as one of the popular guys who played sports and owned a scooter. Recently, Eric even bought a new Harley Davidson, as was proudly presented on his Facebook profile. Bored of his ordinary tasks in the office tower where he works, Ruben taps on the playlist link.

Listening to the list of rock 'n roll tunes compiled by Eric, Ruben's weariness is eased. With his earpieces connected to his smartphone, Ruben – for a moment – feels like the popular guy driving his Harley Davidson, secluding himself from the murmur of the office soundscape. Maybe I should send a Kings of Leon song to Romy through a private Facebook message, Ruben ponders while thinking of his colleague whom he fancies for a while now. After all, Eric never lacked attention from women. "If I'll ever find the courage", Ruben mumbles softly, and skips to the next song.

The characters and stories of Romy and Ruben are two snapshots of the different ways in which one can engage with music online. In these examples, social networking sites (or social media) offer a vast array of possibilities when it comes to listening or using music in order *to musick*, a musical engagement described as *musicking* (Small, 1998). Romy and Ruben are pictured as two mainstream users of these social networking sites, listening to and using music on the platforms of Facebook and Instagram; an activity they share with the lion part of music listeners in the Netherlands. Because nowadays, the majority of music is experienced outside of concert venues, cd players, festival stages or the comfort of our homes. Since the introduction of social networking sites at the beginning of the current century, the general backdrop for music consumption has shifted to the online realm. Combine this with an increased urban cosmopolitan lifestyle and see that the relationship between music and humans concurs greater domains than ever before. Music has become ingrained into our social fabric and the corresponding social interactions.

Thus, social media platforms play an increasingly important part in the development and maintenance of sociality. Besides, social networking sites cover a wide range of formats that stimulate interaction and sociality, wherein music has a central function. However, alongside the maintenance of sociality, social media also provide a variety of affordances and limitations for performance; identity performance to be precise. And it is here that we have arrived at the grounds from which my thesis departs; the premise that identities on social networking sites are deliberately constructed performances (Goffman, 1978; Barad, 2003; Butler, 2011). In this thesis I specifically aim to delve into the matter of how *music* affords online identity constructions, how it is a sharable medium “with a capacity for imparting shape and texture to being, feeling and doing” (DeNora, 2000, p. 152). In a nutshell, how music provides the opportunity for Ruben to identify himself as a tough *rock ‘n roller*, and for Romy to maintain her image as a party girl.

Besides the promotion-oriented uses of social networking sites employed by artists, the social dynamics of *musicking* from the perspective of the social media user nonetheless remain an underexposed area of research. By examining *why* individuals engage with music on social networking sites, and how music plays a valuable part in online *sociality* and identity constructions from the perspective of the user, I intend to fill this existing gap in the body of research. In order to do so, my aim has been to make the theoretical leap from solely analyzing musical texts to discussing music’s social effects. Handling a DeNorian approach – based on the scholarly works of music sociologist Tia DeNora – it appears to be evident that the nature of musical affect, usage, and perception are appropriate subject matters for a focused and thorough empirical inquiry. Thus, that is exactly what this thesis sets out to achieve.

1.1 Research questions

With this thesis, I aim to study the relation existing between online *musicking*, online sociality and identity construction as well as performance. Thus, based on the foregoing description of the research topic, a concise formulation of the specific research questions reads as follows:

How does the act of musicking¹ articulate and/ or construct identity within the performative landscape of social media?

¹ See chapter 1.2.1 for an elaborate definition of the concept of musicking (Small, 1998)

In order to provide a more comprehensive answer, I support my main research question with three different, but intertwined, sub-questions. The first sub-question concerns the motives and traits social media users have for *musicking* online. In order to identify these “uses and gratifications” that underlie peoples’ reasons for *musicking* on social media, the following question was formulated:

What motives underlie social media users’ acts of online musicking?

In addition to the motives for *musicking* on social media, the additional aim is to investigate how the structure and use of social media channels influence how its users perform identity, whether or not through *musicking*. As this research solely focusses on the two social media channels of Facebook and Instagram, I intend to draw a fruitful comparison between the two and visualize the ways in which their characteristics influence how their users *musick* on that specific social media platform. Further, this study aims to define what kind of audience(s) users keep in mind when performing identity online. This leads to the following sub-question:

How do the particularities of the social media landscapes of Facebook & Instagram and the corresponding imagined audience(s) influence the ways in which social media users perform identity online?

Finally, in view of the emphasis scholarly literature puts on the social impact of music, I choose to focus the last sub-question exclusively on online sociality. Therefore, the final research question reads as follows:

In which ways does musicking contribute to the maintenance of online sociality?

1.2 Terminology

In the following chapter, I would like to elaborate on the terminology used in this thesis. I will provide an academic definition of the concepts of *musicking*, musical events, social networking sites, and users of social networking sites (abbreviated to ‘SNS’).

1.2.1 Musicking

The themes of this research are situated around (online) musical engagement. To describe this phenomenon, I will make use of the concept of *musicking* – a term coined by Christopher Small

(1998) – throughout this thesis. By this phrasing, Small introduces music as a verb. The term marks how music should be thought of; not as an object but as a practice, as an asset that may act upon humans and *vice versa*. According to Small, *musicking* embraces a plethora of activities and forms of engagement associated with music. It comprises every way, shape or form, in which an individual interacts with music, which then can be considered to be an act of *musicking*. In order to perform the act of *musicking*, an individual is not required to be a musical expert of any sort.

However, in this thesis, *musicking* is limited to refer to the online realm; listening and engaging with music online through the social media platforms of Facebook and Instagram. In this light, *musicking* may encompass even the smallest gestures of ‘liking’ a music video on Instagram, sharing a song on someone’s Facebook timeline, or simply noticing the faint sounds of music playing in the background in a YouTube video. Such *musicking*, where the user engages with music in one way or another, is not just a momentary, isolated experience of music but “an accumulative one built of earlier experiences” (Leijonhufvud, 2018, p. 3) within the online realm.

Within the context of this thesis, the concept of *musicking* composes a clear indicator of how music should be thought of within this study; not as an object but as a practice. Additionally, it allows me to thoroughly examine the social dynamics of online music media circulation, which is necessary as digital technologies continue to permeate societies. Notably, digital technologies propose entirely different forms of *musicking*, in contrast to its analogous counterpart (Leijonhufvud, 2018).

It should be stressed that this study describes a discursive process, an optimistic effort to empirically pin down an experience on the basis of a specific evaluative framework that possibly will not and cannot be all-encompassing. After all, how this research discusses *musicking*, should mirror how individuals actually experience *musicking*. Music, as a brief, momentary expression or experience, occurs as something temporal. Because of its fleeting nature the analytic focus is on the process. Therefore, “subjective reading” is required; a reading that takes the individual’s response into consideration (Frith, 1996, p. 116). This research thus aims to gain the kind of in-depth knowledge of this issue that comes from the individual perspective.

1.2.2 Musical events

Trying to get a better grip on the fleeting phenomenon of individual *musicking* brought me the *Musical Event*; a concept coined by DeNora (2003) (see figure 1). The very term ‘event’ proposes an obvious way of describing “the conjunction of music and experience; real or imagined” (p. 48), although the term tends to be biased in favor of transaction (DeNora, 2003). Using the *Musical*

Event provides me with an indicative, descriptive tool that assists in situating music as it is mobilized in action (*musicking*) and as it is affiliated with identity construction.

The *Musical Event* entails a particular act of engagement with music. The concept's core is comprised of five components; items **A** to **E**, which are defined as follows: *the Musical Event* consists of an actor or multiple actors (**A**), listeners, performers, fans, SNS's users and others, who engage with (**C**) music (*musicking*) (**B**) within specific environments (**E**) and under specified conditions (**D**). The term 'music' (**B**) can refer to whole 'works' as well as any component or feature of musical texts (e.g. a fragment of music or a piece of improvised or amateurish music). The aspect that is vital here is "how the music is, or comes to be, meaningful to the actors who engage with it" (DeNora, 2003, p. 49).

Time 1 – Before the event (all history as meaningful to A. Actor(s))

1. Preconditions

Conventions, biographical associations, previous practices

Time 2 – During the event (duration of the event can vary)

2. Features of the event

A Actor(s) Who is engaging with music?

B Music What music, and with what significance as imputed by Actor(s)?

C Act of engagement with music; what is being done? (e.g. liking, sharing of- or responding to music)

D Local conditions of C (e.g. how came to engage with music in this way at this time?)

E Environment In what setting does engagement with music take place? (e.g. interpretive frames provided on SNS, comments of other users)

Time 3 – After the event

3. Outcome Has engagement with music afforded anything? Was anything changed, achieved or made possible by this act of *musicking*? And had this process altered any aspect of item 1 above?

Figure 1. *The Musical Event* (DeNora, 2003)

In turn, these musical events are transiently linked to the past (**1** 'Preconditions') and the future (**3** 'Outcome[s]'). Prior patterns of musical engagement (e.g. biographical associations that individual actors may hold for certain musical texts) are examples of preconditions (**1**). Outcomes (**3**) comprise anything that the act of *musicking* comes to afford or enables, the (identity)work that it is capable of as evidenced by the actor's attitudes toward it and in their behavior in relation to it

(DeNora, 2003). For example, if the ‘act of engagement’ is liking a song a friend posted on Facebook, then what the act of *musicking* affords may be, for example, identity affiliations with being a loyal friend, a way of signaling similar musical preferences, seeking out *we-ness* or simple pleasure. As DeNora puts it; “it is in how music is drawn into connection with other things, how it is acted upon, that it comes to serve as an affordance structure” (DeNora, 2003, p. 50).

1.2.3 Social Network Sites

The grounds of this research are inevitably situated someplace. That place is where – according to DeNora – we can start to perceive *musicking* as a tool for ‘control’; “a technology of identity” (DeNora, 2003, p. 120). The grounds of this particular research are located around ‘social media’ or ‘social networking sites’. Given the extensiveness of the term ‘social networking sites’, it is necessary to provide a quick explanation of the concept before moving on to the particularities of the social media landscape. Several competing terms from slightly different perspectives have been used to loosely define the phenomenon. In his introduction to the *Social Media Reader* (2012), Michael Mandiberg lists an array of terms and concepts, which include ‘Web 2.0’ (brought to life by Tim O’Reilly in 2009), ‘user-generated content’; ‘convergence culture’ (defined by Henry Jenkins in 2006); ‘participatory media’; and ‘peer production’ (coined by Benkler & Nissenbaum in 2006), to name a few. However, the clearest definition – in my view – comes from boyd & Ellison (2007), who define social network sites (SNS) as:

Web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. (p. 211)

boyd & Ellison (2007) continue to argue that, while social networking sites have actualized an extensive collection of online technical features, their foundation is comprised of visible user-profiles; “unique pages where one can type oneself into being” (Sundén, 2003, p. 3) and where the SNS user is actively engaged in creation, instead of being single-handedly involved in passive consumption. These profiles provide a well-organized, visible list of ‘friends’ who are simultaneously users of the same social networking site. According to Seargeant & Tagg (2014) the visibility – the online public exhibition of a SNS user’s identity based on their social ties – consecutively becomes “part of the act of communicating and relating” (p. 3). However, Mjos (2013) states that the increasing inclusion of music, videos, and film clips in the language used to communicate online, makes ‘social media’ a more precise term to describe these evolving multimedia services (pp. 6-7). Considering the application of the term ‘social media’ does not

dismiss the key characteristics of the term ‘social network sites’, as pointed out above, but includes them as well, both the concepts of ‘social media’ and ‘SNS’ will be used within the theoretical framework of this thesis.

Furthermore, in this thesis I refer to the landscape of social media as being ‘performative’. As discussed by Orsatti & Riemer (2012), the majority of existing scholarly literature regarding identity and social networking sites is characterized by the usage of what has been dubbed the ‘representational lens’. This view examines identity as something essentially pre-determined, with a SNS user’s identity existing independently of its identity expression in the online realm. In order to provide a better alternative, Orsatti & Riemer (2012) propose a ‘performative lens’, described as how an individual’s identity is “perpetually articulated, co-constructed and ‘lived’ through participation in social media-enabled practices” (p. 2). Adhering to the ‘performative lens’ enables me to approach online identity as something that emerges organically and is formed and modified by everyday social media usage, instead of something that is (re)presented online. In other words, this performative view particularly dismisses the idea that objects’ basic qualities are inherent in them, and that we are able to learn about them through their representations (Barad 2003).

1.2.4 SNS users

Furthermore, in order to describe the research population I will deviate from the obvious term *listeners*. To describe the units of analysis of this study I will make use of the nouns *individual*, *user* and *SNS user* instead. As previously mentioned, “SNS” being an abbreviation of “social network sites” (boyd & Ellison, 2007, p. 210). ‘Listening’ is a term that operates with attentiveness and awareness to the music (Leijonhufvud, 2018; Adorno, 1991) which a term such as the ‘user’ is not limited to. At the social network sites, a ‘user’ is by definition someone who is assigned to the platform and does not necessarily have to be someone actually listening to the music. In this way, the concept of *musicking* embraces listening whereas the term listening is too limiting to embrace *musicking*.

1.3 Literature

This thesis aims to outline theoretical perspectives that contribute to a thorough understanding of the research topic of this study. The theoretical framework forms the lens through which the research is carried out and the results are interpreted. To begin with, this thesis draws heavily on the academic works of music sociologist Tia DeNora. Following a DeNorian approach, music is attributed power. DeNora portrays music as a practice, and as providing a basis for practice (2000; 2003). Throughout her academic work, she fruitfully illustrates how music has been associated

with identity and many other transformative themes, throughout culture and time. The theory underlying these connections is that music *acts* – on the mind, the body, and emotions (DeNora, 2003, p. 1). This belief forms a theoretical foundation of my thesis. Additionally, I consider the writings of prominent French sociologist and musicologist Antoine Hennion. Hennion's theory of mediation (2015) aims to elucidate how music is reproduced, appeals to, and affects listeners. Hennion also notes that researching music differs from studying other arts, as music is “amorphous” and “always on the verge of permutation” (Hennion, 2015, p. 291); a useful perspective I take with me in the research design.

Secondly, the theoretical concept of *self-identity* (Giddens, 1991) is put forward. Throughout this thesis, identity is approached as a product of social ‘work’. Diverse academic theorists (Giddens, 1991; Goffman, 1978; DeNora, 1995, 2000) illustrate how music may serve as a tool for expressing and stabilizing *self-identity*. Congruently, Georgina Born & David Hesmondhalgh's collection of essays (2000) provides unprecedented insights into how cultural identities are constructed in music. The two sociologists present a vast range of potential musical identifications, which will be summarized in the theoretical framework. The performative character of social networking sites and the use of music to signal identity, make these all suitable theoretical perspectives that build on the research questions. Even Erving Goffman, who, at first glance, might not be considered a media scholar, is proven to be a useful foil for understanding the online presentation of *self*. In a great amount of relevant scientific articles, Goffman's dramaturgical approach is used to this end.

A third theoretical perspective takes into account the social impact of music. Thus, the theoretical framework alludes to DeNora's analysis of music's structuring properties in everyday social (inter)action (2000). In her research, she follows actors in and across everyday scenarios as they draw music into (and draw on music as) social practice (DeNora, 2000; 2003). In this light, another book of interest is Michael Bull's *Sounding out the City* (2007). Bull, who is a Professor of Sound Studies at the University of Sussex, offers a fresh and incisive approach to urban studies, cultural studies, and sociology, placing the 'everyday' detail at the center of his analysis. Throughout the theoretical framework, I elaborate on Bull's fascinating phenomenology of the ‘personal stereo’, ‘we-ness’, and the ‘sonic bubble’.

Fourth, the theoretical focus shift to the particularities of the social media landscape. Initially by involving theories from the field of linguistic anthropology, the theoretical framework zooms in on the multiple and intertwined semiotic materials the fabric of social media is woven from. Studies from leading language researchers (Iedema, 2003; Blommaert, 2005) and experts on

social media (Leppänen et al., 2014; Seargeant & Tagg, 2014) explore how social media has impact on the ways in which we relate to others and how we digitally present a sense of *self* in a socially significant and culturally valuable way. Subsequently, the chapter discusses how entextualization (Blommaert, 2005) and resemiotization (Iedema, 2003) are essential materials for identity works on social networking sites.

Finally, the theoretical framework refers to Henry Jenkins, Sam Ford and Joshua Green, who shed a light on the concept of ‘spreadable media’ (2013). This concept contributes to explaining *why* individuals *musick* online, as Jenkins et al. give a comprehensive look into the rise of participatory culture and the impulses that drive how people interact with each other online. In the theoretical framework, I dive deeper into this hybrid model of circulation in which a combination of top-down and bottom-up forces regulate how texts are exchanged among SNS users. Here, I also include the concept of *online sociality* (e.g. seeking out connectedness) as a possible motive for *musicking* online. Further, I apply the concept of ‘imagined audiences’, as defined by Litt & Hargittai (2016), to social media platforms in order to elucidate the social dynamics and the significance of online music circulation.

By using theories of DeNora, Bull, Goffman, Born & Hesmondhalgh, Seargeant & Tagg, and Jenkins et al. this research aims to draw concepts from sociology, musicology, and media studies together, to explore music – according to DeNora arguably “the cultural material *par excellence* of emotion and the personal” (2000, p. 46) – in relation to the constitution of *self* within the performative social media landscape.

1.4 Thesis Structure

In order to provide a comprehensive understanding of the research topic and to give a clear explanation of the research method, the thesis is structured as follows: the coming chapter (chapter 2), outlines an elaborate theoretical framework. The body of theoretical material is divided into two main themes. First of all, I aim to delve into the relationship between identity and music and illustrate how this link is currently theorized. Next, I will present a summary of previously conducted, relevant research. Subsequently, the focus shifts to the particularities of the social media landscape. The potential of online *musicking* for fulfilling (a part of) individuals’ identity performance is discussed. Scholars’ most relevant perspectives in this regard are presented, paying specific attention to online *identity* and online *sociality*.

The third chapter introduces the methodological approach of the research phase of this thesis. In addition to defining the two employed methods (diary studies and semi-structured interviews), the chapter explains how these methods were operationalized. Hence, I intend to make the study replicable and therefore increase its reliability.

The gathered data is condensed into the consecutive fourth chapter, in which the findings of the research are presented. In order to provide structure, the findings are classified in four main themes, which are derived from the research questions and the theoretical framework. The main findings are substantiated with relevant quotes from the conducted interviews, which refer to the complete corresponding interview transcripts that are included in the appendix.

Finally, in the concluding chapter, the main findings of the study are restated, providing summarizing answers to the research questions. In addition, the findings are interpreted and described in light of what was previously known about the research topic being investigated. Finally, the chapter, as well as the thesis, closes with the discussion of the limitations of the study and suggestions for future research.

2. *Theoretical framework*

In the following chapter, I aim to introduce a theoretical framework that supports the main theme of this thesis – *musicking* on social media – and provide background for the further analysis of the corresponding issues. The following chapter elaborates on the theoretical connection between music and identity. Themes discussed read, among other things, the social impact of music, experiencing collective identity through music, and *musicking* as a part of the (re)formation of self-identity. Furthermore, section 2.2 of this chapter will delve into the matter of online sociality and draws out the particularities of the social media landscape. Throughout this chapter, any online interaction or engagement with music will be referred to as ‘musicking’ (see terminology, chapter 1.2.1).

2.1 *Music acts*

Many academic studies have been dedicated to the social impact of music. The theories extend from Nick Zangwill, who claims that listening cannot be social as listening to music is a solitary and isolated encounter with a different world; “a disembodied world of beautiful sound, far from the world of human life” (Zangwill, 2012, p. 389), to the other end of the spectrum where David Hesmondhalgh is located. The British sociologist describes listening to music as a fully social experience (Hesmondhalgh, 2013). Between the opposing theories of Hesmondhalgh (2013) and Zangwill (2012), this study draws upon the works of music sociologist Tia DeNora. What is remarkable about Tia DeNora’s work is her ability to establish a concise link between music as a cultural resource, and the intrinsic, intelligible, and subjective meaning that individuals attribute to such compositions.

Following a DeNorian approach, music is attributed power. DeNora (2003) illustrated that, across culture and time, music has long been connected with persuasion, redemption, identity and a variety of other transformative issues. The idea underlying these linkages is that “music *acts* – on the mind, the body, and emotions” (DeNora, 2003, p. 1). This is consistent with the beliefs of Antoine Hennion; a French sociologist who stated that “it must be strictly forbidden to create links when this is not done by an identifiable intermediary” (Hennion, 1995, p. 248, quoted by DeNora, 2000, p. 4). Via this, Hennion suggests that, although music can or might appear to be intertwined with ‘social’ matters – such as cognitive patterns, modes of behavior, or beliefs – these connections cannot be assumed. Instead, as this study aims, they need to be defined (observed and described) at their operational stages. In short, this requires following individuals in and across different scenarios as they employ music as- and draw music into social practice (DeNora, 2003).

DeNora’s academic work (1995; 2000; 2003) portrays music as a kind of practice and music as providing foundation for practice. Music is examined as a formative medium in terms of consciousness and action, as providing a basis for – instead of being a medium about – identity and reflection of the *self*. Due to this dynamic, the emphasis shifts from what music portrays and represents, to what it makes possible. Moreover, speaking of ‘what music makes possible’ is similar to speaking of what music ‘affords’. The notion of ‘affordance’ originates in social psychology and defines the role of music as a ‘mediator’ of the social, as argued by Antoine Hennion (1995). Hennion describes how the ‘attachments’ people form to musical works or aspects of musical sound (a type of texture or sonority) constitute identity and feelings of being together (Gomart & Hennion, 1999; Hennion, 2007), or *we-ness* as Bull (2000) would call it.

Conceptualized in this way, the notions of ‘affordance’ emphasizes music’s capacity as an organizing medium, assisting in adding structure and organizing things as identity, ideas or sociality. Furthermore, to claim that music affords things is to imply that it is a medium “against which things are shaped, elaborated through practical and sometimes non-conscious, action” (DeNora, 2003, pp. 46 - 47). On the basis of the concept of musical affordance, this thesis focusses on how music is brought into action and in which ways music may be perceived to participate in identity formation. This entails shifting the gaze from ‘what’ music does to ‘how’ may be perceived to afford and provide actors with resources for any type of social-musical identity formation. According to DeNora (2003, p. 154), this approach brings sociology and musicology closer together into a different sort of interdisciplinary endeavor that surpasses both disciplines’ conventional limits, and that, I believe, forms the starting point of a really fascinating adventure.

2.1.1 Identity works

The following section will discuss the capacity for music consumption habits to play an active part as a recourse for the formation of *self-identity*. The concept of *self-identity* has undergone a substantial transformation recently, as is pointed out by current social theory. Instead of being conceptualized as a unitary entity or fixed inner ‘essence’, identity should be approached as the product of social ‘work’ (Giddens, 1991; Goffman, 1978; DeNora, 1995, 2000). DeNora, for instance, focuses on the reflexive project of the *self* “whose care and cultivation rests upon a somewhat fragile conglomerate of social, material and discourse practices and the forms of identification linked to these practices” (2000, p. 32). It is curious, then, that music – a suitable medium for identity works (DeNora, 2000) – received little attention in relation to the formation of *self*. Thus, this thesis proposes that music should be recognized as a cultural resource that individuals may use to aid them in their continuous self-identity works over time.

Correspondingly, music and *musicking* can both be linked to Giddens' (1991) conceptualization of the *self* as a reflexive project, implying the active formation of self-identity.

Music is tied to identity in different ways, which is evident on the individual as well as on the collective level. Besides the individual project of self-identity, music can furthermore convey group identity, as pointed out by Radocy and Boyle (2012). From, for example, national anthems to political protest songs; they all fulfill “a very explicit social function” (Hargreaves & North, 1997, p. 74). To reinforce this point, I will now elaborate on two recent popular media reports (The Telegraph, 2013; Billboard, 2015). “Music is fundamental to Britain’s identity as a nation, and the world is singing with us” is stated by Geoff Taylor in The Telegraph (2013). This quotation refers to how music – British music in particular – functions as a significant feature for the British nation. Of course, music creates revenue as well as job opportunities, but perhaps most important: it contributes to the country’s self-esteem.

This affiliation between music and identity indicates that it is not solely the country exporting music but also the music selling the country. Moreover, the media show how the public perceives music as an important marker of an individual’s identity. It graced the headlines when British Prime Minister David Cameron met US President Barack Obama in the White House, who in turn had asked mister Cameron for his favorite music (The Telegraph, 2013). Vice versa, music artists will surely counteract if they would rather not see an individual’s negative image associated with their music. As happened to the US Republican Donald Trump, at the time running for the presidency in the US, when he was publicly banned by Aerosmith’s frontman Steven Tyler as well as the members of the band R.E.M. on behalf of using their songs in public (Billboard, 2015).

These media articles show how music, in contemporary society, is not merely an issue connected to the identity of political mega stars, but also demonstrates that music has a rather prominent position in society as it creates headlines like the ones mentioned here. Besides, the examples signal that music is an important factor of *identity*. As DeNora (2000) elaborates, music may be employed to communicate emotional states linked with the *self*, as well as means for self-reflection, self-presentation and self-expression. In other words, “musical materials provide terms and templates for elaborating self-identity” (p. 50), hence it becomes important for individuals to find the right music that mirrors their self-identity, ideology, and beliefs (Leijonhufvud, 2018). However, while mostly perceived as ostensibly private experiences that involve a high level of autonomy, everyday acts of *musicking* are profoundly rooted in a social environment that has a strong – although sometimes implicit – impact on our *musicking* behavior. Thus, our acts of *musicking* are deeply intertwined with the social world. So deeply that we might lose sight of the foundations on which our actions are predicated (Sloboda et al., 2001). Therefore, this research finds viability in looking closely at this process, highlighting how music is an active – though tacit – component of identity works.

Why then, is music “the medium par excellence of feeling and all things personal” (DeNora, 2000, p. 32)? As by argued Born & Hesmondhalgh (2000), because music, unlike the visual and literary arts, lacks denotative meaning and therefore it possesses unique connotational qualities. Music’s *hyperconnotative* character, its’ intense cognitive, cultural, and emotional associations and its qualities of abstractness, are what grant it a unique role in shaping and reflecting individuals’ *self-identity*. Musicologist Simon Frith (1996) adds that this looseness of reference makes music immediately accessible; we easily absorb songs into our own lives, rhythms, and bodies – or individual ‘sonic bubbles’ as Bull (2007) would describe them.

The sonic bubble is suggested to create a *we-ness* (Bull 2007, Small 1998). First of all, we perceive things as music because it conforms to a familiar cultural framework. Secondly, we are lured into “emotional alliances with the artist and the artist’s other listeners when we respond to a song” (Connell & Gibson 2003, p. 71). Simultaneously, music symbolizes and offers an instantaneous experience of a collective identity. Specifically, music expresses in itself an awareness of both collective identity and individuality, “of the subjective in the collective” (Frith, 1996, p. 111). When further identifying this *we-ness*, Bull refers to Adorno who claimed that the human desire for ‘the social’ with other humans might be replaced with an association to music as ‘the other’ (Bull, 2015, p. 5). In other words, the sonic bubble provides a cocoon into which its users may retreat in order to experience a tranquil state of being, endorsed by music. This affords a moment of privatized ‘we-ness’. In Adorno’s terms, ‘we-ness’ is characterized as a state of

‘being with’, in which the direct experience can thus be substituted by technologically mediated (e.g. online *musicked*) forms of experience (Bull, 2015, pp. 26-28). Music is, in this way, able to “draw the world into you” (Chambers, 2008). As such, music may represent the “utopian longing for what humans desire but cannot achieve” (Bull, 2015, p. 6).

However, this picture painted by Bull is just one example of the many musical identifications to which individuals are susceptible. Rather than conceiving individual musical identity works as transparent and coherent, Born & Hesmondhalgh (2000) developed an awareness of a vast range of potential musical identifications (pp. 32-33). The two sociologists expand theoretically on the assumption of a metaphorical and substantive equation between identity and music per se (see Frith, 1996) by clarifying that not all forms of musically articulated ‘identity’ are the same (Born & Hesmondhalgh, 2000, pp. 35-36).

To elucidate the wide range of musical representations of identity, Born & Hesmondhalgh propose an initial distinction between musical constructions of identity that are *primarily* experiences of the cultural imaginary, what Born has termed “musically-imagined communities” (2011), and music that is driven by sociocultural identities that are *ontologically and sociologically prior*, even if their enhancement and enactment through *musicking* produce effects on those identity formations. This clear dichotomy has been further developed into a series of four distinct *quasi-temporal* forms of music’s articulation of (sociocultural) identity. Born & Hesmondhalgh articulate this as following:

(1) When *musicking* establishes a *purely imaginary identification*, with little intention of actualizing those identities: a kind of psychic tourism through music. For instance, the music listener imaginatively placing him- or herself in the (unfamiliar) situation that lyrics of a song describe. This is an identification that solely resides in group or individual fantasy, and thus works covertly but powerfully to inscribe and reinscribe existing boundaries of *self* and other. This moment may be a precondition for the emergence or negotiation of new identities, but it also commonly operates as a *substitute* for such real identifications.

(2) When the act of *musicking* works to *prefigure*, crystallize or potentialize *genuine, emerging* forms of sociocultural identification of affiliation; and thus how labile or emergent sociocultural identities come to be prefigured, negotiated, and constructed in music, so *reforming* the boundaries between social categories, between *self* and other. In similar vein, Goulding et al. (2002) describe how dance culture and its corresponding social communities, alternative identities and cultural forms were able to develop as a result of the consumption of dance music. This

acknowledges how music plays a significant role in the formation of subcultural meanings, experiences, and discourses.

(3) When the musical imaginary works to *reproduce*, reinforce, actualize, or memorialize *extant* and stratified sociocultural identities, in some cases also forcefully *repressing* both transformation and alternatives. Around the time of the public festivity ‘Sinterklaas’, many Dutch primary school teachers, for example, still adhere to traditional Saint Nicolas songs that include the emotionally-charged blackface character of ‘Zwarte Piet’. In this case, the teaching of music acts as a process of social and cultural reproduction in primary schools, which simultaneously make this a contentious topic and the subject of lively social debate.

(4) When the musical representations of sociocultural identity come, *after the fact*, to be reinterpreted and debated discursively and, out of this process, ‘reinserted’ as representations into the changing social-cultural formation. This illustrates the *historical*, transformative dynamic to which all works and genres of music are subjects: that is, how music “becomes subject to inevitable historical processes of reinterpretation and then reinsertion into the changing sociocultural formation” (Born & Hesmondhalgh, 2000, p. 36). This can be illustrated with an example from Northern Irish soccer culture. Fanatic supporters of Wigan Athletic have turned – and thereby reinterpreted – an old dance song into their anthem, which now regularly reverberates through the stadiums during matches. The infamous and fanatic supporters group made their ‘Will Griggs on Fire’ go viral and all over the world, many people nowadays recognize this reinvented tune as the anthem of Northern Irish soccer culture. The song is sung to the tune ‘Freed from Desire’ by Gala from 1996; a song that formed the soundtrack to dance-oriented nightlife in the nineties. The creatives who came up with the Northern Irish variant intended to pay a beautiful tribute to Will Griggs; the striker of Wigan Athletic who did not play a single match and was therefore appointed to the bench for the whole of the season.

Altogether, these four categories will provide guidance during my research. In the realm of social media, I am curious whether online socialities are engendered by *musicking*, or that the social and institutional conditions provided by Social Networking Sites inherently afford certain types of *musicking* – even though they invade the nature of the musical experience, infiltrating music’s intimate sociality and communities.

In conclusion, based on the theories of Born & Hesmondhalgh (2000), Bull (2000) DeNora (1995; 2000; 2003) and Hennion (1995; 2007; 2015), I believe it is fair to say that music forms an available technology of the *self*. Concerning the *self*, music and *musicking* offer a plentiful display of cultural resources for the continuous (re)formation of identity: it has the ability

to serve as a blueprint for *quasi-temporal* articulations of sociocultural identity, it supplies a variety of semiotic fragments that can be deployed to signal self-identity and it provides an understanding of both collective identity and individuality. In the words of Tia DeNora, the act of *musicking* “may contribute to or color the shape and quality of social experience, self-perception and identity” (DeNora, 2000, p. 44).

2.1.2 Previous research

I will now give examples of some previous research by Hargreaves & North (1999), Zillmann & Gan (1997), DeNora (1999; 2000), and Byrne & Sheridan (1998). First of all, extensive research by Hargreaves & North (1999) pointed out that individuals do indeed, as previously mentioned, intentionally and actively utilize music in various inter-personal and social situations in order to generate various psychological states. They conclude that the resultant musical experiences take place on different levels of engagement and that the value placed upon the musical experience is dependent on these contexts. Consequently, the research findings lead Hargreaves & North (1999) to a description of a variety of social functions of music in everyday life. These “functions of music are manifested in three principal ways for the individual, namely in the management of self-identity, interpersonal relationships, and mood” (p. 71). This places the social dimension at the core of music sociology, which is consistent with the findings of a study conducted by Dolf Zillmann and Su-lin Gan (1997). They developed a view on the role of music in inter-personal and inter-group relationships, specifically describing the functions of music in adolescence. Particularly, Zillmann & Gan argue that music has the potential to “serve as a badge of identity by which adolescents define themselves and others” (Zillmann & Gan (1997), quoted by Hargreaves & North, 1999, p. 78).

Furthermore, in an interview and participant observation study involving 52 British and American women (18–77 years of age), DeNora (1999) focused on her respondents’ uses of music in four different settings where music is prominent: aerobic sessions, chic shopping malls, karaoke parties, and music therapy sessions. Based on the findings, DeNora argues that music in everyday life is a way of structuring one’s internal and social world; in other words, a valuable source that individuals use to generate and shape a variety of social matters, along with their own emotional states. Her respondents, for instance, explained in detail how they utilize music to change and maintain their on-going moods and emotional states – a conclusion supported by North & Hargreaves (2000) in a similar research context – while simultaneously exhibiting extensive awareness of the music they ‘needed’ to hear in different contexts and across different times. Thus, DeNora (1999) argues, music serves as more than a simple backdrop to a variety of activities; it also serves as a resource in the ongoing constitution of activities and the activities’

objectives. In a nutshell, “music is regarded more as a process than an object” (North & Hargreaves, 2000, p. 43).

A similar mass observation study conducted by Byrne & Sheridan (1998) points clearly to how people utilize music “as a resource for the ongoing constitution of themselves and their social, physiological, and emotional states” (DeNora, 2000, p. 109). The research involved a sample of 500 British individuals who, two or three times a year, responded to sets of open-ended questions they received by mail. According to an exploratory analysis of the responses, those involved indicated generally utilizing music for six main purposes: memory, spiritual concerns, sensorial matters (e.g. for enjoyment), mood change, mood enhancement, and activities (e.g. exercise, working, relaxing). This research portrays music’s role as a collective ordering system, while at times unwittingly employed, that organizes conceivably contrasting respondents in such a way that their actions look intersubjective, mutually determined, qualified, and aligned (Byrne & Sheridan, 1998).

Byrne & Sheridan’s study (1998) shows that music may be used to determine the potential “parameters of agency’s aesthetic dimension”. A clear example of this issue is given by individuals’ efforts to establish so called “musical pre-texts” for behavior and action within, for instance, inter-personal and group relations. Hence, it is interesting to revisit the in-depth interview data retrieved by DeNora (1999) to contemplate how the female interview respondents characterized their attempts to set the social scene using music. Looking through the lens provided by this data, music may be seen being utilized and operating as a mechanism for defining social order, regulating subjectivity (the emotive dimension of interaction), and for establishing a basis for collaborative action (DeNora, 2000, pp. 110-111). In other words, music is a resource for the production and maintenance of social life.

2.2 Particularities of the social media landscape

As previously mentioned, this thesis is located around the theme of social media, or ‘social networking sites’. These online platforms have been catapulted into the mainstream and, in 2012, already connected one-third of the world’s population. Many of whom have already incorporated these platforms into their daily activities (boyd & Ellison, 2007; Nelson-Field & Taylor, 2012). Nowadays, social media are to a greater extent accessed via mobile devices. This enhances the degree to which social media-related activities are integrated into the routines of everyday life. In other words, it exacerbates the ‘always on’ mentality (Baron, 2010) that exists for anybody who possesses a smartphone or other mobile device with a working internet connection.

As social networking sites are becoming more and more embedded in our everyday lives, it stands to reason that links between SNS usage and music consumption habits and conventions will emerge. Thus, an individual's music consuming habits may disclose a great deal of information about their online sociality, online identity and presentation of *self*. Therefore, this thesis aims to investigate how the structure and use of social media channels influence how its users perform their online identity. In order to do so, the following sub-questions were formulated: ***How do the particularities of the social media landscapes of Facebook and Instagram influence the ways in which, and the audience for whom, SNS users perform identity online? And in which ways does musicking contribute to the maintenance of online sociality?*** This research focuses largely on internet-based social media platforms that allow for the creation and maintenance of visible networks through the exchange of messages and mixed media (e.g. music). Thus, the social network sites of Facebook and Instagram – who carry this as their primary function – were picked as the ‘somewhere’ of this research. The following section aims to explore the relations between social networking sites (Facebook and Instagram in particular), *musicking*, identity, and sociality. Correspondingly, this section is divided into five themes that are derived from the analyzed theoretical works which have been published in this regard. The topics that will be discussed are as follows; spreadable media (Jenkins et al., 2013), resemiotization (Blommaert, 2005) & entextualization (Iedema, 2003), online identity (Seargeant & Tagg, 2014; DeNora, 1999; Goffman, 1978; Bull et al., 2000), online sociality (Leppänen et al., 2014; boyd & Ellison, 2007) and imagined audience (Litt & Hargittai, 2016).

2.2.1 Spreadable media - The online circulation of music

According to Jenkins et al. (2013), the sharing and recommending of multimedia texts (e.g. music) are “impulses that have long driven how people interact with each other” (p. 2). As Ian Condry (2004) joyfully explains; “unlike underwear or swimsuits, music falls into the category of things you are normally obligated to share with your dorm mates, family, and friends” (p. 348). Insert social media; these platforms offer increased opportunities for communication and new abilities for SNS users to exchange and share mixed media texts. In other words, the more participatory means by which people can circulate music and music-related multimedia texts (e.g. video clips, soundbites or Spotify plugins) have proliferated since the introduction of social networking sites. And besides sharing your favorite song of the moment with your roommates, friends and family, SNSs allow users to disseminate online content far beyond their direct geographic proximity (Jenkins et al., 2013).

Thus, music is deeply integrated into the social media landscape and, vice versa, Facebook and Instagram – among other social networking sites – have increasingly become part of the music industry, as many music listeners and practitioners have become adept at using the services the SNSs offer (Mjos, 2013). For example, music practitioners can use social media to get in touch with each other and their fans, and fans may link or communicate with artists. An artist's Facebook profile may include an elaborate biography, a list of upcoming gigs and concerts, the opportunity for fans to listen to their music and watch videos, and importantly, to link their own social media profile to the artist's profile and become one of their 'friends' or 'followers'. The users may then receive information about the artist and will be able to signal their musical *identity* and admiration for the artist to other users. Furthermore, Facebook collaborates with, for example, the online music streaming service Spotify. This means that users of Facebook and Spotify can post playlists from the music service on their social media profiles (Mjos, 2013, p. 21).

In short, social networking sites propose a rising hybrid model of circulation, in which a combination of top-down and bottom-up forces regulate how texts are shared across and exchanged among SNSs users in considerably more participatory (and chaotic) ways (Jenkins et al., 2013). The affordances of SNS provide a catalyst for its users' ability to shape, share, reframe, and remix multimedia text in ways that they see fit. When taking *musicking* as an example, it may be argued that online identity is performed partly through managing – or 'curating' – the musical contents of a personal social media profile. Thus, from a user perspective, the online circulation of music and music-related multimedia texts might, for example, publicly signal and articulate their digital identity, aid SNS users in creating and curating (re)presentations of *self* or spark the exchange of memories. A single Facebook page, say, dedicated to high school grads of a particular year, may frequently post or share music clips of songs that marked their time in high school as "a springboard for the exchange of shared memories" (Jenkins et al., 2013, p. 204). Or someone could pay homage to their late grandmother by sharing that one song played at her funeral on their social media profile, which resonates deeply with fellow family members.

2.2.2 Resemiotization & entextualization

As mentioned earlier, the language of social media is constructed from a variety of interwoven semiotic elements (Blommaert & Rampton, 2012; Jenkins et al., 2013) which are "socially significant and culturally valuable to SNSs users involved" (Sergeant & Tagg, 2014, p. 113). In other words, interaction on social networking sites is not solely composed of resources provided by language, yet also of multiple other semiotic materials (e.g. still and moving images, sounds, and music). The mobilization of these semiotic resources (or texts) happens in processes

called *entextualization* (Blommaert, 2005, pp. 46-48) and *resemiotization* (Iedema, 2003). Drawing on insights provided by linguistic anthropology, Leppänen et al. (2014) proposes that the processes of entextualization and resemiotization are vital sources for the performance of online identity on social networking sites. Within the scope of this thesis, these notions provide a complementary analytical tool in understanding complex social media practices, since both concepts allow me to trace how interactions and activities on SNSs regularly build on the active circulation and appropriation of intricate multi-semiotic texts, like music.

First of all, what the concept of *entextualization* entails is the identification and examination of the paths, reinterpretations and re-uses of language and multimedia texts as valuable resources in meaning-making (Blommaert, 2005). Entextualization explains how this re-use is comprised of two analogous processes: decontextualization – taking discourse material that originating elsewhere out of its initial context – and recontextualization – repositioning and remodifying this material into a meaningful element that fits in a new context (Leppänen et al., 2014). The evolution of the hashtag provides a good example of the process of entextualization. The hashtag (#) is a symbol that originated from programmer culture where it was used to designate coding channels. However, when extracted from its original context by the social media platform Twitter – and subsequently Instagram and Facebook – the hashtag symbol was remodified and re-inserted as a meaningful element in a new context. On social media, hashtags offer SNS users the opportunity to concisely summarize a message or opinion in one word, preceded by a hashtag. Thus here, circulable texts are produced by extracting discourse from its original context (Bauman and Briggs, 1990).

Within the social media landscape, entextualization enables social media users to become active agents for whom entextualization is ‘an act of control’ by which a certain degree of social power can be asserted. This social power expresses itself in different manners. For example, it demonstrates that one has access to the practice of entextualization and shows validity and competence in the re-use of texts and the distinct attached values. Thus, according to Seargeant & Tagg (2014), entextualization allows for the analysis of how SNS users engage in extracting multi-semiotic ‘instances of culture’ and situating them in *their own* discourses and individual repertoires. This exemplifies how – at grassroots level – entextualization allows for online identity performance (pp. 115-116).

Furthermore, *resemiotization* emphasizes the need for “socio-historical exploration and understanding of the complex processes which constitute and surround meaning-makings” (Iedema, 2003, p. 48). Thus, *resemiotization* examines the process of semiotic change – which takes place through the unfolding and re-articulation of meaning – in the circulation of discourses

across social and cultural boundaries; from some groups of people to others. French philosopher, anthropologist and sociologist Bruno Latour articulated similar ideas, making use of the terms *shifting out* and *delegation* (Latour, 2001). Both of these concepts address what is at stake in the shift of meaning from, for example, (1) someone asking those arriving to close the door behind them, (2) to a written note mentioning ‘please keep this door closed’, (3) to a hydraulic door-closing arm (Latour 2001, p. 250). The example given by Latour (2001) can also occur on social networking sites. Let’s take, for example, that picture your close friend recently posted on his Facebook profile, depicting him heroically posing at the top of the Bromo volcano he climbed that year while traveling Indonesia. Instead of posting a textual remark in the comment section, you decide to post a song in order to allude to his bravery. After some deliberation, you pick ‘Ride of the Valkyries’ by the German composer Richard Wagner (1813 - 1883); a bold, bombastic classical piece that has established itself in popular culture. For you, this now comprises a moment of online social interaction and perhaps satisfies the motive that underlies your reasons for *musicking* online. However, while exploring the latter situation from the perspective of *resemiotization*, one would question whether or not that piece of classical music has directly or indirectly reflected the semiotic structures of its original use, either seriously, ironically, or comically (Leppänen et al., 2014). In other words, did ‘Ride of the Valkyries’ retain components of its original meaning? Additionally, how does this appropriation of music provide opportunities for the articulation of *online identity* and *online sociality*?

To conclude, I argue that, although entextualization and resemiotization are closely related, both concepts provide an analytical tool for examining how music – as a semiotic recourse – is translated from one into the other within social processes, as well as tracing why music (rather than other semiotics) is organized to do certain things at certain times (Iedema, 2003). Thus, these concepts are a useful addition for analysis of identity performance on social networking sites, revealing various facets of the multi-semiotic nature of meaning-making in the social media landscape (Leppänen et al., 2014). Next, I will shift my focus to how communicating on social media – through semiotic recourses – conveys important information about who we are and how we want to be seen. In short, the signaling of identity.

2.2.3 Online identity & online sociality

A significant feature of how users engage with social media is the great extent of interactivity: the ability to make interactive choices. As stated by Dolan et al., the interactive qualities of social networking sites have converted SNS users from “passive observers to active participants” (2016, p. 261). Every single time we open Facebook, for example, we encounter the volitional dimension

of who we are: we may get notified of a friend's comment to which we reply, browse around the chat section, accept a pending friend request, share a music video, react to a shared photo, et cetera. 'Interactivity', in this case, stands for more than just 'interaction'. It concerns both (a) the capacity to modify what is represented online, rather than simply reading or consuming it, and (b) the given fact that it takes place in a social environment in which we are consciously interacting with others and reacting to their representations (Sergeant & Tagg, 2014).

According to De Mul (2015) the shift from consumption to dialogic interactivity promotes a playful, exploratory, yet social, mindset. As a result, the online realm is transformed into "a playing field that enables us to (re)configure all kinds of different worlds through our (inter)actions" (p. 262). When engaging in this playful state of mind, SNS users mobilize and demand a specific sort of *self*, including a specific collection of social connections. Accordingly, this is how online interaction (through text, musical elements, and images) transmits "important information about who people are, how they want to be perceived by others, and how they perceive the world" (Sergeant & Tagg, 2014, p. 27). This comprises a vital part of this thesis: the online identity.

As mentioned before, identity is primarily viewed, in sociology as in other fields of study, to be an assemblage of multiple resources that individuals utilize to present and express the *self* (as discussed by Bucholtz & Hall, 2005), rather than a fixed, predetermined feature of a person. Thus, according to Sergeant & Tagg (2014), individuals actively and continuously (re)construct and mediate their identity (inside of limitations given by a range of social and individual aspects) and, based on these particular contextual conditions, present the *self* and seek out connectedness in various ways. In this respect, the usage of social media is interesting for two reasons: first off, since the context that surrounds individual online identity performance, and the available resources needed for this performance, in many ways, differ a lot from offline conditions. Secondly, because of the newness and unique properties of social media, modern "constructivist ideas about the nature of identity" (Sergeant & Tagg, 2014, p. 6) are brought to the foreground. Thus, using the works of Erving Goffman, Michael Bull, Philip Sergeant & Caroline Tagg, I will now delve into the two essential social dynamics that lay at the core of the usage of SNS: the presentation of *self* (i.e. matters revolving around the concept of *online identity*) and the establishment and maintenance of networked social connections (i.e. matters revolving around the notion of *online sociality*).

Online identity

In line with Blommaert (2005), I suggest that in the online realm, identities are not easily presumed or hardly transparent. Instead, they are carried out – *performed* – through an entangled web of action and interaction. Identities are formed via active processes of identification and self-reflection, seeking or rejecting commonality, connectedness, and groupness (Blommaert, 2005, pp. 203-214). The linking of these performed *online identities*, in the form of personal profiles, is crucial in defining today's social media landscape. On social networking sites like Facebook and Instagram, individuals are consciously able to reflexively conceptualize and performatively construct an online representation of the *self*, guiding themselves along as specific types of personae in relation to their environment. In this manner, identity is simultaneously actively 'done' and consciously 'achieved' (Leppänen et al., 2014).

According to Goffman (1978), our actions take place on a stage, as it were, under the watchful eye of an anonymous and general audience (Dugay, 2017) and in the case of SNS, the stage analogy is emphasized: On social networking sites, users can (and must) consciously, digitally display their identity. In this online environment, both the identity cues that are deliberately 'given' – via intentional and conscious impression management – and the identity cues which are 'given off' – less consciously disclosed through interaction – are conveyed not by being physically present, but mainly through the use of language (Goffman, 1978). In a similar vein, boyd's suggests that online identity performance on social networking sites is really "about writing oneself into being" (2010, p. 4), emphasizing the fact that these identities are most often performed through the written word rather than the spoken word.

However, besides the written, the 'language' of SNS is comprised of a variety of interwoven semiotic elements. As previously discussed, social networking sites have made a plethora of multi-semiotic recourses available for identity construction in recent years and continue to do so. Instagram, for example, started as a social media platform for the sole purpose of sharing pictures. Nowadays, Instagram extended their visual semiotic elements to the use of pictures, photo carousels, videos, music, GIFs, stories, InstagramTV, interactive live video's and reels (Moriuchi, 2021). With multimedia elements becoming increasingly integrated into the fabric of social networking sites, these semiotic materials are equally becoming "an increasingly important aspect of self-representation" (Sergeant & Tagg, 2014, p. 6).

Still, the disembodied character of multi-media-related online interaction simultaneously implies that other physical elements of identification – reaching from tone of voice and facial expression to gender and age – are less important if even available. Disembodied online

interaction allows for a selective approach to presenting *online identity*. Additionally, as pointed out by Kennedy's study of online communication (2011), it encompasses a certain amount of anonymity or even a "complete freedom to reinvent oneself" (Seargeant & Tagg, 2014, p. 7).

Congruently, Goffman's work on self-presentation in everyday life (1978) exhibits individuals as they enact significant social scenarios using pre-given scripts, methods, pictures, and other externally supplied semiotic recourses (e.g. music). Goffman's individuals – or 'actors' – construct their representations of *self* as types of personae, while conveying signification through non-verbal means. In line with Goffman, Michael Bull's book *Sounding out the city* opens up a new area of urban studies, focusing on the auditory experience of *self* and place. In doing so, it fosters a better awareness of the role of media and technology in daily life. Bull coined the term *personal stereo* that has become a powerful artifact symbolizing contemporary urban life. Putting the 'everyday' element at the center of the study from the outset, similar to Goffman (1978), emphasizes the importance of grounding theoretical categories that pay attention to the underexposed details of everyday experience, bringing together the "structure of experience [...] with the sedimented meanings underlying the daily experience of subjects" (Bull, 2000, pp. 10-11).

The use of a *personal stereo* signals something that is both individual and private, allowing individuals to retain a sense of *self* within impersonal environments, like the anonymous social media landscape (Kennedy & Moss, 2015). Therefore, according to Bull (2000), in spaces devoid of significance, the usage of a *personal stereo* makes individuals aware of the importance of their own narratives; the presentation of the *self*. In this case, making use of a personal stereo can be perceived as providing a memory bank of meaningful biographies by facilitating "an aural mnemonic whilst users move through the more anonymous spaces of daily life" (p. 24). To this, Bullingham & Vasconcelos' essay on Goffman's presentation of *self* in the online world (2013) adds that the online realm is capable of blurring the boundaries of the intimate personal stereo, as online *musicking* straddles the frontstage and the backstage; it intertwines private listening and public performance (Bullingham & Vasconcelos, 2013). So, the question remains whether or not personal stereos provide a useful compass in navigating the landscape of social media, or whether or not it already was – and will be – an unnavigable, borderless wasteland from the beginning onwards.

Ultimately, it seems like Bull takes to heart Goffman's (1978) conception of treating everyday interactions as performances, with performance being completely ubiquitous in everyday life and virtually constitutive of it. In some ways, DeNora's *Music in everyday life* (2000) expands on the themes raised by Bull and Goffman. Whereas Bull aims to elucidate the

everyday usage of personal stereos, DeNora, as discussed in the previous section (see chapter 2.1), focuses on the social effects of music. In all likelihood then, social networking sites propose a modern strategy, as described by DeNora, “through which music is mobilized as a resource for producing the scenes, routines, assumptions, and occasions that constitute social life” (2000, p. xi). Thus, music should be perceived as a cultural expression that functions as a mediator of social life and is involved in social (inter)action. This brings me to the concept of online sociality.

Online sociality

As previously mentioned, both online and offline identities are partly performed by associating oneself with various social groups, mindsets, opinions and cultural themes. According to Leppänen et al., individuals often seek commonality (what they have in common with other people) and connectedness (ties that connect them to other individuals) when performing identity. Commonality and connectedness, in their turn, contribute to a sense of groupness; the ideological notion of belonging to a group (Leppänen et al., 2014). In this sense, identity performance cannot be examined separately from the communities with which individuals identify themselves and how those communities form and maintain the relationships that comprise them. Also, seeking out commonality and connectedness through acts of *online sociality* might form a solid motive for *musicking* online. Therefore, it is important to examine how individuals connect with each other through SNSs as well as how they discern and value *online sociality* in an increasingly internet-mediated world. In this thesis, I will adhere to the notion of *sociality* based on Émile Durkheim’s conceptualization of the social – appointed as the ‘social fact’ – which he defines as follows:

A social fact is every way of acting, fixed or not, capable of exercising on the individual an external constraint; or again, every way of acting which is general throughout a given society, while at the same time existing in its own right independent of its individual manifestations. (Durkheim, 1982, p. 59)

On social networking sites, which are based on perceptions of connectedness and the formation of visible social networks, active *online sociality* plays a prominent role. According to boyd & Ellison (2007, p. 219) the visible displays of online connections serve as valuable signals for identity that guide users through the realm of performative social media platforms. Consequently, an elaborate online network serves to evaluate and authenticate identity signals and information given in personal social media profiles. The infrastructure of the SNSs includes online tools for realizing and displaying these networked connections. These tools include, amongst other things: the public display of an online network of followers (Instagram) or friends (Facebook), the capacity to ‘like’ other SNS users’ posts (Facebook & Instagram) and the

possibility for this information to be (re)shared amongst one's own network (idem), the ability to place comments (idem), and the opportunity for SNS users to assemble – seek out commonality – around concepts or themes by using conventions such as the hashtag (Instagram) (Seargeant & Tagg, 2014, p. 9). Studies of, for example, Lave & Wenger, turn to the idea of 'communities of practice' in order to elucidate how individuals are able to concurrently belong to multiple groups that are not necessarily distinguished by their geographical proximity or similarity in backgrounds, but rather based on the collectively coordinated and goal-oriented efforts of their members (Lave & Wenger, 1991; Wenger, 1998). Also related to the above is a study by Zappavigna (2011) on 'hashtag communities'; the kind that form on photo-sharing SNSs like Instagram, on which users tend to have an 'ambient affiliation' with a subject or theme which forms the basis for online engagement and interaction (Zappavigna, 2011).

So, the second key feature of social media, then, is how these platforms facilitate the building and maintenance of networked relationships. This includes many forms of social organization, such as those based on ambient affiliations, common interests, or the expansion of existing offline groups. As a result, the online social dynamics frequently vary from or expand the sorts of social interaction that are possible offline. This is by virtue of the comprehensive affordances of *online sociality* and the connective and communicative possibilities it therefore provides.

2.2.4 Imagined audiences

Further, the assumed character of the audiences that are present online, constrains the expectations of identity performance on SNS. Then, who do SNS users envision as their audience when they upload, post and (re)share music on social media? How would they define this fictitious – or, in other words – *imagined* audience? Perhaps they ponder a specific target audience (fans who like the same rock band, for instance)? Or maybe they keep in mind a more general and abstract crowd? In this respect, the notions of 'context collapse' and 'imagined audience' appear to be important.

Context collapse (initially coined by Michael Wesch, 2009) regards the almost limitless amount of potential audiences that exists in the online realm, and "the way that the different local contexts which give individual utterances of other semiotic acts their meaning all run together in communication via the social web" (Seargeant & Tagg, 2014, p. 8). Marwick & boyd used Wesch's concept of the *context collapse* to explain how individual SNS users compose the possible audience on the basis of a combination or mixture of the variety of other SNS users that make up their online network of 'friends'. Therefore, the precise content of the actual audience for

any particular online post is incomprehensible (Marwick & boyd, 2011). The consequences this imposes on online identity performance imply that social media users should negotiate different modes of communication and interaction while, simultaneously, present the online *self* in a consistent manner to a range of possible audiences.

As Seargeant & Tagg show in their study of Facebook (2014), SNS users thus develop methods for differentiating the various strands of possible audiences, as well as performing or presenting the *self* in such a manner that enables them to address specific people and groups while excluding others. In light of this, the presentation of *self* on SNSs appears to be a more intricate and nuanced process than in real-life (offline) situations. Additionally, the newness of the social media environment – where communication standards and *etiquettes* have not yet stabilized – highlights the digressive and selective character of identity performance in which people engage online as well as in offline interactions (Seargeant & Tagg, 2014).

A research carried out by Litt & Hargittai (2016) showed a similar outcome. Their findings revealed that while users frequently interacted with broad and divergent audiences when posting or sharing online, they managed their expectations by conceptualizing either large, abstract *imagined audiences* or a more focused, distinct *imagined audience* comprised of intimate friends, acquaintances, work connections, community members or imaginary associations. When SNS users thought of *imagined audiences*, they were mostly homogeneous and consisted of SNS users' personal friends and families. Social media users' imagination usually shifted among various audience categories when posting or sharing, despite the fact that the possible audience – as determined by the privacy settings of their social media posts – often remained consistent (Litt & Hargittai, 2016). The concept of the imagined audience is defined by Litt as a “mental conceptualization of the people with whom we are communicating” (2012, p. 331). In other words, it provides guidance for sharing or posting what is suitable and relevant when it is not possible to identify a specific audience (Litt & Hargittai, 2016; Marwick & boyd, 2011). Due to users' dependency on their imagination during everyday online interaction, SNSs catapulted the concept of the imagined audience foreground (Litt & Hargittai, 2016).

Thus, based on the literature, it can be concluded that individuals are significantly reliant on an “imagined audience” (Litt, 2012) when they share and post on social media since they frequently maneuver through “context collapse” (Marwick & boyd, 2011), in which they communicate with and present the *self* to vast audiences composed of people from a variety of categories. The composition of different possible audiences results in a reliance on a self-conceptualized *imagined audience* as it is challenging to attend to so many different individuals at once (Litt & Hargittai, 2016). Although users may rely on the *imagined audience* to assist in

navigating different situations, the challenge is, however, that on the other side of the computer screen, there are real people forming real impressions, and the *imagined audience* may not always correspond with the actual audience. An SNS user might, for example, think of their coworkers when posting a song on, say, Instagram. Therefore, he or she might modify the content of the post on the basis of the newly-targeted audience, since each personal life sphere or audience category might foster their own expectations about what is valid and relevant to share in that particular context (Nissenbaum, 2020). Hence, misalignments and discrepancies between the *imagined audience* and the definite audience might therefore cause challenging problems and impose repercussions (Litt & Hargittai, 2016).

3. Methodology

The following chapter will define the methodological approach of the thesis. In more detail, I will outline the research methods, the sampling of the respondents, the methods of data collection, and the desired type of data analysis.

3.1 Research method

The methodological approach of this thesis comprises extensive online and offline research consisting of mixed-method research to integrate different forms of qualitative data collection and analysis. The overall scope of the research will be explorative and qualitative, in order to adequately meet the objectives of this study. As the social dynamics of the dissemination of music media remains an underexposed area of research, this thesis aims to clarify the exact nature of the problem to be solved. The main feature of qualitative research is that it is most suitable for small samples, which provides the opportunity for a comprehensive description and thorough analysis of the topic being studied, without restricting the scope of the study (Silverman, 2020). The general approach of the research is exploratory; the aim is to investigate the practices of *musicking* online, and to examine music as an organizing force in identity performance and online sociality.

3.2 Diary studies

Within this research, the data will be collected using two different, but complementary qualitative research methods. In this thesis, I aim to seek out a contextual understanding of SNS users' music-related behavior and their overall experiences regarding *musicking*. Though, this poses a challenge as it may be quite challenging to create the appropriate situations in a research-like

environment that yield the opportunity to gain these kinds of insights. Therefore, the first research method that I will use consists of diary studies; a form of elicitation studies that collects qualitative information (Sun, et al., 2011) through log-keeping of the respondents. Diary studies offer a useful outcome for understanding behaviors such as *usage scenarios* – that explore the many ways in which SNS users are able to engage with *musicking* online – and *attitudes and motivations* – that illuminate SNS users’ individual motives their acts of online *musicking*. Also, it enables me to examine to what (satisfactory) extent online *musicking* articulates identity. Thus, for this research, six social media users recorded entries about their social media outings – connected with or related to the act of *musicking* – in a log over a set period of one week.

In order to conduct this diary study, I firstly had to clearly describe the objectives of the research, the social-cultural phenomenon and corresponding user behaviors that I sought out to understand, as well as set up a timeline and prepare a research log – or, diary study form – for the participants to report their data (see appendix A). After the sampling of the participants that followed (see chapter 3.4), I reserved some time upfront to prepare the participants for the coming phase of the research. A preliminary meeting or phone conversation was scheduled with all individual participants in order to evaluate their participation in the research. The participants and the researcher discussed a quick walk-through of the planned timeframe of the reporting period and reviewed the diary study form (see appendix A) they would be using. The participants were provided with a diary study form for log keeping (printed on paper or to be printed at home) that consisted of a simple framework to support effective activity logging. The items collected in the log will be processed in the same way DeNora (2003) captures her *Musical Events* (see chapter 1.2.2). After the participants familiarized themselves with the main goals and objectives of this research and the process of log-keeping, there was time to pose any questions the participants still had before beginning.

The method that was employed to gather diary-study data from the respondents is known as ‘In-Situ Logging’ (Silverman, 2020). This approach is described as one of the most straightforward ways for obtaining data first hand. Respondents are requested to record information about relevant activities and interactions as soon as they occur (*in situ*). So, when respondents were engaged in the significant activity of – in this case – online *musicking*, they had to report all valuable facts about that specific activity as soon as they were able to do so. I prefer this method because it suits the context as a manageable amount of diary entries is requested. Furthermore, SNS usage is an activity mostly undertaken alone and logging *in situ* has therefore no negative impact on the respondent’s other daily activities.

With the consent of the respondents, I collected additional data from their personal Facebook- and Instagram profiles. I observed their most recent social media outings that fell within the act of *musicking* (e.g. anything participants had shared, posted, commented on, or liked on Facebook and/ or Instagram). These observations provided me with additional knowledge of the context of the respondents' *musicking* behavior close in time without disrupting to the process of posting, sharing, or interacting, as well as aiding with memory recall during the subsequent interviews.

The diary study had a duration of one week and consisted of the aforementioned allowed observations of the respondents' personal social media profiles as well as the self-fulfilled research logs. The diary study was conducted on two occasions. The first batch of three respondents began the diary study in December 2020, while the second batch started a couple of months later, in February 2021. The minimal time in between surveys reduces the chance of the occurrence of mitigating potential observer effects.

Beforehand, I had also planned to check in with the respondents and provide periodic reminders when required. So, to help increase completion rates, I have sent email reminders when required during the log-keeping period. The participants were informed upfront about the means and frequency of these small "check-ins", as I did not want to be overly intrusive. These check-ins appeared to be a welcome motivator for the participants as some became noticeably less engaged over the span of one week.

In the end, the data captured through the diary study offered a vast amount of contextual information, which was used as prompts for discussion in follow-up interviews. Therefore, the diary study was carried out before a series of face-to-face, semi-structured interviews, which subsequently forms the second method used in this particular research.

3.3 Follow-up interviews

After the completion of the first phase, six ($N = 6$) non-directive, in-depth interviews were planned to be conducted, following up on the diary studies. I follow the discourse of the 'creative interview' as explained by Jack Douglas (1984); trying as much as possible to stay away from formal settings or tools that are readily used for non-naturalistic interviews. The discourse of the creative interview allows for deeper topics to emerge gradually. Additionally, I make use of the uses and gratifications model (see chapter 3.6.1) (Ruggiero, 2000, p. 3-37) as this research seeks to identify these deeper topics; the motives and traits that underlie people's reasons for *musicking* in a social media environment. Altogether, all topics and themes regarding my research interests

are converted into an elaborate interview guide. As I expected that some of the respondents would have a preference for conducting the interview in Dutch, I have prepared a Dutch as well as an English version of the interview guide, both of which can be found in the appendix (see appendix B1 & B2).

Furthermore, the music-related questions were interspersed with other questions to keep the respondents from getting overly sensitive to their online *musicking* habits during the interview. The majority of these questions will still be relevant to the research, including questions regarding social media usage and their associated *imagined audiences*. Moreover, instead of mainly devoting the interview questions to the motives people have for *musicking* online – as research based on the uses and gratifications model largely does – this thesis will additionally examine whether or not the music effectively satisfies those motives. Although social media users may use music to communicate their identities to others, it is an empirical question as to whether or not music does this effectively in the eyes of the social media user. Besides, during the interviews, I will refer to some – two to three – of the recorded *musical events* derived from the respondents' diary logs. In this case, the diary log provides data samples that can be viewed as specific moments – or 'snap- shots' – within the cycles and processes of online *musicking* that are of value to this research.

3.3.1 Audiences

When approaching identity as a performance, it is vital to keep the idea of an audience in mind “as audiences are groups of people before whom a performance of one kind or another takes place” (Abercrombie & Longhurst, 1998, p. 40). To provide more contextual information about online identity performance through the act of *musicking*, some of the semi-structured interview questions will be devoted to the *imagined audience* respondents have in mind when interacting on social media. Some respondents may consider a more ‘generalized online audience’ when *musicking*. Some, on the other hand, may think of a more specific imagined audience, such as close friends and family members as well as people with similar tastes and affiliations (e.g. rock music) (Litt & Hargittai, 2016). On the basis of the works of theorists Abercrombie and Longhurst three different types of audience will be distinguished: simple, mass, and diffused. The *imagined audiences* – as described by the respondents – will each be categorized in the basis of this distinction.

As shown in table 1, a simple audience could be comprised of an audience of an actual event, like a concert or a theatre performance, taking place right there and then. A mass audience is best defined as anything seen by a vast amount of people or ‘mediated forms of

communication’ (e.g. cable television or radio). The term ‘diffused audience’ refers to how audiences are linked to the media; audiences might be scattered or compacted. However, no matter how dispersed, they all view the same thing. This implies that audiences, despite being fragmented, are continually connected with the media, being a member of an audience is therefore an everyday occurrence, instead of a special event (Abercrombie & Longhurst, 1998).

Table 1. *Three types of audiences defined by Abercrombie & Longhurst (1998)*

	Simple	Mass	Diffused
Communication	Direct	Mediated	Fused
Local/ Global	Local	Global	Universal
Public / Private	Public	Private	Public and private
Distance	High	Very high	Low
Attention	High	variable	Civil inattention

3.4 Respondents

In order to find and select information-rich cases relevant to the research topic, this research made use of purposive- and quota sampling strategies. The respondents were recruited through purposive sampling and therefore sampled according to a preconceived strategy and the corresponding preselected criteria. Respondents were eligible, if they are: (1) Living in the Netherlands, (2) Users of the social media platform of Facebook, (3) Users of the social media platform of Instagram, (4) frequently (≥ 1 a week), and actively generating post(s) on both of these platforms, and (5) if they are aged between 18 and 34 years old. Recruitment was conducted within this certain age group, since demographic research conducted by the NapoleonCat database (see figure 2) shows that, in the Netherlands, the age categories of 18-24 and 25-34 years of age, were by far the most active on these social media channels (Pokrop, 2019).

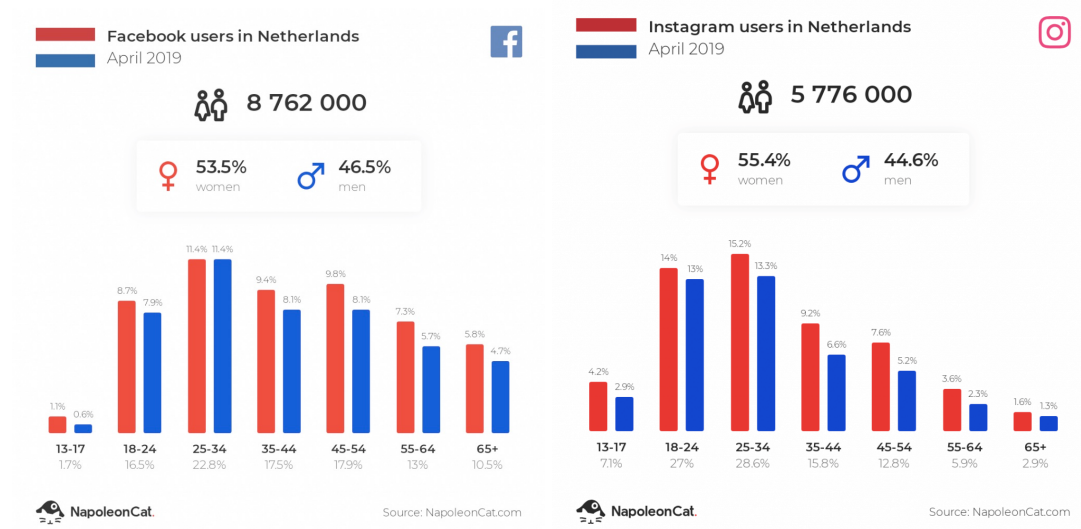


Figure 2. Age distribution of Facebook and Instagram users in the Netherlands, retrieved from NapoleonCat (Pokrop, 2019)

In line with the schedule, I decided upfront how many respondents to recruit ($N = 6$). I continued recruiting until hitting the pre-set quota of six respondents. Due to the current pandemic, the possibilities for active recruiting and selecting of respondents through interpersonal contact were greatly reduced. Potential respondents reacted reluctantly when requested to participate in a face-to-face interview. Because of these limitations, I made use of snowball sampling; “a nonprobability sampling technique where existing study subjects recruit future respondents from among their acquaintances” (Heckathorn, 2011, p. 256).

Even though I was able to build a foundation with all six of the respondents, there was one respondent who, in his own words, was not ‘in the mood’ for the interview when I arrived at the at the agreed time and place. To begin with, the respondent stated that he did not have the opportunity to fill in the dairy study form. However, he did agree to be part of the interview, probably out of moral obligation, although his disinterest was quite evident during the interviews as they provided one-word responses and seemed distracted. Since this interview did not work out as I had hoped and did not add anything to the research, it has been excluded from analysis.

3.5 Data analysis

The data was be provided through log-keeping (diary studies), capturing acts of *musicking* based on the *Musical Event* (DeNora, 2003), and the actual recording of the interviews. The first step after conducting the interviews was the transcription of the audio files. I made use of a standard verbatim transcription style, which involves detailed transcription with light editing, to create a

transcript that is highly accurate, yet not overloaded with unnecessary detail. All respondents are treated anonymously and therefore shown in the transcripts with fictional names. All the individual respondents were appointed an additional identifier (e.g. R1, R2...), to which will be referred in the coming chapters. The conducted interviews were approached using thematic or content analysis of qualitative research. A thematic analysis aims to recognize themes or patterns evident in the interview data. According to Braun & Clark (2012), this particular methodology sorts out all the data collected from qualitative research methods, preparing it for further analysis. In line with the thematic analysis, the main coding method that I use in this study is qualitative, deductive or concept-driven coding, in order to search and identify concepts in the transcripts and to help formulate the relations that exist between them. To aid with coding, I use Atlas.ti coding software.

3.5.1 Uses & gratifications

Besides seeking to identify the motives and traits that underlie people's reasons for *musicking* on SNS, this research aims to examine whether the music effectively satisfies those motives. To do so, this research makes use of the uses and gratifications theory; UGT in short. This well-established theoretical perspective of UGT was developed by Katz & Foulkes, (1962) in order to comprehend why and how people actively seek out and use certain media to meet specific needs. At that time, UGT was one of the first methods to emphasize the audience's active participation in media selection and consumption, proposing that people actively look for, identify with, and use media to meet particular needs (Dolan et al., 2016).

According to Ruggiero (2000), "UGT provides valuable insights into media channels that allow for consumer choice and interaction, such as social media" (p. 262). There could be unique reasons for *musicking* within the platforms of Instagram and Facebook. In her elaborate participant observation study (1999) DeNora, for example, demonstrated that offline music listening has social-psychological uses and gratifications (such as changing and reinforcing moods and energy levels) and therefore similar qualities might be observed in online *musicking*. Thus, in the analyses of my data, I pay close attention to how individuals choose the media (in this case; music) that satisfies their needs (e.g. online self-presentation), allowing me to realize gratifications such as, for instance, social interaction and reward, motivation to participate, identity performance, entertainment or relaxation. During the coding process, some of the codes and nodes are devoted to seeking out these uses and gratifications.

3.5.2 Coding process

With the audio files of the interviews transcribed, the following essential step was to familiarize myself with the data collected (Braun & Clark, 2006). I re-read the transcripts multiple times and went over them again in order to get a broad idea of what kind of information has been obtained. Thereafter, I started the coding process by setting up an initial coding scheme (see appendix D). The initial codes were based on concepts derived from the literature studied (chapter 2), the research questions (chapter 1.1) and the interview guide (appendix B). Secondly, I categorized the codes into broader themes, individual codes and corresponding sub-codes. The main coding method used while formulating the initial coding scheme was deductive or concept-driven coding, in order to search and identify concepts in the transcripts and to formulate the relations that exist between them (Miles & Huberman, 1994). Eventually, this resulted in an elaborate and predetermined coding scheme that functioned as a reference in guiding me through the coding process.

The next step involved approaching the data with the initial coding scheme (see appendix D). From this step on, I made use of the program Atlas.ti. Atlas.ti is a software program that supports qualitative research. The software helps to organize, analyze and create insights in unstructured, qualitative data. Thus, I digitally assigned the initial codes and sub-codes to the data in order to describe the content, while simultaneously adding and modifying (sub-)codes as needed, as the initial coding scheme functioned only as a guideline. In this case, these additional (sub-)codes were developed using open coding. This was done by matching various data received from the respondents with specific codes like ‘broadening of horizon’ and ‘musicking: intimate’. Additionally, simultaneous coding was used. This form of coding is appropriate when multiple codes are needed to be applied to the same text, according to Miles & Huberman (1994). Altogether, the coding scheme has changed during the process of coding; new codes were added, and categories were organized in a way that reflected the structure of the data the best. The final coding scheme can be found in table E (see appendix E). Additionally, the coded data has been translated into two frequency tables (see appendix F): one frequency table of the individual codes (table F1) and one frequency table of the code groups (table F2).

Furthermore, in order to structure the data and exhibit the emerging patterns, multiple code co-occurrence tables were created. Atlas.ti provided two available analytical tools: the code co-occurrence explorer and the code co-occurrence table. As is already implied by the name, the code co-occurrence explorer was used as an exploratory tool to identify possible co-occurrences in the data. Based on these results, the analysis was taken a step further by setting up the code co-

occurrence tables. The code co-occurrence tables are presented in the following chapter in order to provide a deeper understanding of the main findings.

4. Findings

The following chapter aims at presenting the findings acquired during the analysis of the data, and simultaneously providing an interpretation of the same. In line with the methodology that was applied to gather information, the findings section includes quotes derived from the conducted semi-structured interviews. Each quote is accompanied by an identifier (e.g. R1) that refers to the individual respondent, as described in the interview transcripts (see appendix C). The order in which the results will be presented follows the research questions of this study (see chapter 1.1). Thus, the findings of the research are arranged around the following topics: music & identity, motives, Facebook, Instagram & the imagined audience and online sociality.

4.1 Music & Identity

When it comes to music and identity, the majority of the respondents actively confirmed that they relied heavier on music in aiding their construction of personal identity during their youth. *“In high school and as an adolescent you are lost – searching, and very insecure. And yes, in that formative phase of your life, you just use music [...] as a kind of building block that you add to that very big edifice of what identity actually is. It's also kind of enriching yourself”* (R2). Or as Maurice described: *“I played a lot of guitar in the past – really made music myself for a long time – and then I really experienced that as my identity; I'm Maurice and I play guitar. I used to be really good at it, but I don't anymore. But yes, that has shaped me, I think, also to perhaps appreciate music more”* (R4). Additionally, *musicking* enabled the respondents to feel part of a group and played an important role in social interaction. *“I used music to feel more connected with the group of friends I was in then, and I tried to really keep up with that”* (R4), *“I used to visit friends to burn CDs on the computer together. And yes, then you took a newly burned CD*

with you to the skate ramp. Of course, that still had to be approved in your group” (R1). This corresponds with Zillmann & Gan definition of music as a “badge of identity by which adolescents define themselves and others” (Zillmann & Gan, 1997).

However, the importance of this collective identity and the search for a sense of belonging has diminished over the years, or as Arnold puts it: *“In the past, say - as a young teenager, you’d rather belong to some kind of club or identify yourself with something. And for me, at the time, that was skater and skater music [...] And as you get older, at least in my case, that starts to diminish. As a result, I no longer dress like the music I listen to, as you become, I think, more confident. So you don’t have look for confirmation in music”* (R1).

Nowadays, respondents are less dependent on *musicking* when constructing identity. The findings hint that there is no static relationship between music and identity, instead, it is better described as a fluid, ever developing process, in which *musicking* actively shapes the *self*. Thus, *musicking* plays a more nuanced and balanced role in articulating identity. When looking at the first research question of this study - **how does the act of musicking articulate and/ or construct identity within the performative landscape of social media** - the present findings altogether demonstrate that, in the online realm, the act of *musicking* mirrors identity and beliefs, aids in identity formation, provides role models and allows for the experience of we-ness (see appendix F).

First, the reason why *mirroring* provides a better fit than *articulating* and *constructing* identity is because the respondents approached their online identity as if it was a digital portfolio of the *self*, of which music is an appraised section. The respondents that showed a higher degree of social media integration in daily life, perceived their online ‘scrapbook’ or ‘collage’ as an extension of identity, in which music had to ability to, for instance, function as a token or digital souvenir of actual musical events. *“Musicking is much more than just listening to music [...] what I do a lot nowadays is watch live streams of concerts from artists online. Just that interaction that is much broader than just listening to music. Yeah, I think it's really shaping”* (R2). Besides, the respondents highlight the importance of authenticity when it comes to presenting your digital portfolio, and – in accordance – being authentic in the way in which we reshape music into our own narratives. *“I think I'm rather careful in guarding an authentic concept; that my SNS profiles should be a true reflection of who I am [...] When I'm dancing to a guilty pleasure on a whim, I should be able throw that on my Instagram without having to think about it”* (R5).

The most notable shift derived from the findings is that the emphasis is not placed on what music the respondents listen to and how it is linked to their online identity, but how the act of

musicking is experienced: in which social settings, the backdrop, the context and the social interactions that surround it. “*It is not that my identity is linked to a certain type of music or a certain artist, but perhaps more the way I deal and interact with music [...] Indeed, I see music more as a kind of, erm, art form where the artists express their own ideas, visions, identity*” (R5). “*I think that the reason for online musicking is often active; that you listen to a song, for example, which then evokes memories, which you turn into action [...] It's more the action that follows that makes musicking active*” (R3). Additionally, a common motive for online musicking turned out to be ‘recommendation.’ “*So that you can present yourself as: I give you music tips, so if you ever have a question about a song or if you want a recommendation, you can contact me. So I think, in that sense, it's also self-presentation*” (R3), as Dani describes it. This places the social dimension at the core of online *musicking* and demonstrates how interactions and activities on SNSs build on the active circulation and appropriation of music.

Another way in which *musicking* aids in identity formation within the performative landscape of social media, is by providing role models. First of all, social media provide the respondents with opportunities to seek connectedness with artist whom they admire, as Iris explains: “*Merol [Dutch artist, ed.] is a real example: a real role model. Maybe not because of her literal ambitions, but maybe you will learn a lesson from it [...] So I find her super inspiring, I get inspiration about things that I might do differently or try sometime*” (R5). Also, online *musicking* aids in forming an image of the *self* we would like to be; the aspired version of ourselves functioning as a role model. “*Musicking has shaped me a lot. I can actually still find a kind of reaffirmation of who I am in music today, also emotionally and all that... And yes, I am really inspired by it and it provides me with ways I would like to see myself: as someone who's very active, expressive, and inspired*” (R2). Altogether, from the findings can be concluded that online *musicking* experiences occur at a range of different degrees of engagement and that the value ascribed to the acts of *musicking* is contingent on the (often social) contexts that surround it.

Besides, the findings of this study also confirm DeNora’s conceptualization of music being the “the cultural material *par excellence* of emotion and the personal” (2000, p. 46). In relation to the constitution of *self* within the performative social media landscape, this means that *musicking* is used for expressing individual emotional states after which music is used as a vehicle for communicating and sharing these emotional states with others on SNS’s. Like Dani states: “*When I share songs online, in my case, it very often shows what state of mind I am in*” (R3). All respondents demonstrate equal attitudes towards the expression of their emotions through *musicking*. “*I can express myself very well with music. If I feel a certain emotion, there is always a music genre or a song that matches it, so that it also enables me to deal with that emotion*

better. Just to express my joy, but also my sadness; just let myself go” (R4). Perhaps more than the relationship between music and identity, this emphasizes the linkages between music, the mind, the body, and emotions (DeNora, 2003, p. 1). In short, music *acts*. Or as Arnold and Frida describe it: *“Music taps into my emotions, so to speak [...] every piece of music touches me in its own way, and that doesn't necessarily have to do with my identity [...] Emotions and music stand separate from the bubbles “who am I” and “how do I present myself”. I don't think about that, I just enjoy the music”* (R1). *“Music didn't necessarily shape my identity, but it gave me the space to be and maybe become who I am, or something like that, because I could express myself very well through music and really lose myself”* (R2). It is safe to say that here, *musicking* can be perceived as affording individuals resources for expressing emotional states of any kind. Besides, Iris adds: *“That freedom that you have in that to find your own connection with music, it also seems to me that that is the reason why so many people choose to use it to express themselves, you see”* (R5). This statement refers back to music's *hyperconnotative* character, as previously described by Born & Hesmondhalgh (2000). Music's lacks denotative meaning makes it more susceptible to cultural, and emotional associations.

Thus, on the one hand music's intense emotional connotations grant it a unique role in expressing individuals' emotional states and reflecting their self-identity. On the other hand, however, these qualities cause the experience of online *musicking* to be very intimate and personal for some respondents. This concerns the respondents who, at the beginning of the interview, indicated that music is – to a high degree – central to their identity. As a result, they feel vulnerable when *musicking* online and are reluctant to share this intimate experience with the vast online audience of SNS. *“I think it's a big part of my identity, but I wouldn't actively share it with the world. It's more for myself; that I can shape, inspire [...] It is a very intimate connection, and I don't know if I want to actively share it with the outside world in that way, no. I might not emphasize that music is so central to my identity. Of course I'll share something, but it is always only a fraction of what is really you”* (R2). Or as Dani describes it: *“I think it's just a little more intimate for me, or something. If I share something with someone in terms of music, I think it's quite intimate and not everyone needs to see that”* (R3). Therefore Dani prefers to seek out interpersonal contact through the more shielded social media platforms (e.g. private messages and WhatsApp conversations) for her acts of *musicking*: *“Very often I just share or forward songs to other people; via YouTube or via Spotify. Yes, it is often very emotional, very personal for me when I share a song with you, so that doesn't have to be... Say, everyone on the world wide web has to be there. At that moment that I share it with you, I'd rather have that kind of closed off”* (R3). Additionally, Frida expresses her concerns about possible assumptions that could be made about her identity, based on her online *musicking*: *“I might be a little more reserved about that at*

first. Also because I see myself as a kind of musical omnivore [...] I'm not a skinhead, I'm not a hip-hopper, I'm not a metalhead, but I do listen to metal sometimes, or a little bit of trance, or hip-hop. So I think, if I were to share a lot of music, it'd come across to others as if it were some kind of loose blanks; they might think it's weird [...] Perhaps because there is such a strong link between music and identity on social media, that assumptions are immediately made" (R2). In accordance, these respondents displayed greater awareness of the characteristics of the social media landscape. They demonstrate to be aware of the vastness and the anonymity of the potential audience on social media and stress the potential risk of your personal information being stored in the depths of the web forever.

So, for some, online *musicking* appears to be intimate, personal, and evoking a fear of being judged. As a result, the respondents to whom this applies, demonstrated to place a facade in front of them in order to be less vulnerable while exposing themselves online, which – in a way – can be perceived as a performance. This is an important finding in the understanding of online identity. The respondents that describe their online identity as a curated performance also projected this expectation on other SNS users: *"I can re-think everything twenty times, recompose, post and then delete again. You know, it's just so easy to 'create' an identity that I genially wonder who thinks it's worth it to show their real identity"* (R2). Or: *"I think that, whether you like it or not, everyone unconsciously – especially on social media – always pretends to be just a little bit nicer. Because you use filters on your photo's, solely post the highlights of your life, or when you're wearing something nice. It's not like I'm posting: it's Sunday morning, I'm in bed, I'm not going to do anything today"* (R3). The respondents also apply this view to the act of *musicking*: *"I do think that people share certain songs because it looks 'good'. But I can't really judge that either, because it could also be that they, like me, have a very subjective experience with that song, which is not clear to me because I'm not very close to that person. Then it rather comes across as: oh, somebody wants to be cool, like, look at what obscure music I'm listening to"* (R3). A conjecture which – to some extent – is confirmed by vlogger by profession Iris: *"I'm affiliated with a social influencers agency that really taught me to look at how you can use music as a tool for self-presentation in a business context; that it is very useful to be able to enhance your online brand image with the use of music. When that's consistent, it contributes to the presentation of yourself. But in this case 'yourself' is very much approached as a concept"* (R5).

The remaining respondents illustrate their online identity and that of others as transparent and to be a true representation of *self*, or: *"a full open transparent version! Just Maurice in the wild [...] I definitely say what I think. I always react as I would in real life, I think"* (R4). They recognize this in other SNS users too: *"With my stepmother from America you see a real*

reflection of her life, so even when things go wrong. She is ‘real’ online” (R1). However, “when the aim is to come across as yourself, the pressure is also increased because it can very easily be interpreted differently” (R4). Or: “You are never sure how someone means something. That is difficult sometimes” (R4). In line with Maurice, other respondents also confirm that the online language of SNS falls short in certain areas. Likewise, when looking at the respondents’ subjective experiences with the language of social media, an interesting dichotomy emerges from the findings (see table 2).

The code co-occurrence table indicates that those who intend to give a transparent representation of identity, point out that the online language lacks non-verbal communication to complement and complete their online identity. As a result, they describe the social media language as prone to miscommunication and misinterpretation, which, in their view, complicates the online presentation of *self*. The respondents who lean more towards impression management – curated online identity – already pay a lot of attention to how they come across online and what impression they leave behind. Therefore, they already take into account the lurking risk of miscommunication and subsequently, aim to prevent this through impression management. However, the social media language is still faulty: by being aware of their own impression management, the respondents also project this online behavior onto other SNS users. As a result, they generally point out that, in their eyes, the language of social media lacks sincerity and transparency.

Table 2. Code co-occurrence perception of identity and online language

	Online Identity: performance of identity (curated)	Online Identity: representation of identity (transparent)
Social Media Language: easy, approachable	2	0
Social Media Language: hostile	2	0
Social Media Language: lacking nuance, non-verbal communication	1	4
Social Media Language: lacking sincerity, transparency	3	0
Social Media Language: multi- media language	1	0
Soc. Med. Language: prone to mis- interpretation/ miscommunication	2	2

4.2 Motives

One of the aims of this study is to identify the motives and traits that underlie SNS Users' reasons for *musicking* on social media. Therefore, the second research question reads as follows: **What motives underlie social media users' acts of online *musicking*?** From the final coding scheme (see appendix E), it is clear that a wide variety of motives emerged from the interview data. At first glance, this seemed to produce scattered results. However, due to the use of simultaneous coding, I was able to set up code co-occurrence tables of both the 'uses' and 'gratifications' that came forth from the interview data (see table 3 and table 4). Thus, when analyzing the overlap or common occurrence of two or more codes for a particular segment, it became clear that the motives and gratifications could be grouped in coherent clusters. This resulted in the following overarching themes: mood, expression, inter-personal, social and individual. These themes are not mutually exclusive; all respondents displayed multiple personal motives for *musicking* online, that fell under different themes.

Table 3. Code co-occurrence motivations

	Expressing identity	Expression of emotional states	Inspiration	Interpersonal relationships	Mood-control, self-regulation	Recommendation, admiration	Reframing, own narrative	Reminiscence, dig. souvenir	Seeking commonality	Seeking connectedness	Self-presentation
Expressing identity		2	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Expression of emotional states	2		0	0	1	1	0	2	1	0	0
Inspiration	0	0		1	0	1	0	1	2	0	0
Interpersonal relationships	0	0	1		1	4	0	2	1	1	0
Mood-control, self-regulation	2	1	0	1		1	1	0	0	0	1
Recommendation, admiration	0	1	1	4	1		0	3	2	3	0
Reframing music, own narrative	0	0	0	0	1	0		0	0	0	0
Reminiscence, 'digital souvenir'	0	2	1	2	0	3	0		0	2	1
Seeking commonality	0	1	2	1	0	2	0	0		1	0
Seeking connectedness	0	0	0	1	0	3	0	2	1		0
Self-presentation (to others)	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	

Table 4. Code co-occurrence gratifications

	Ambiance, setting the mood	Att. of subj. meaning	Broadening of horizon	Entertainment or relaxation	Exp. emotions, reminiscence	Exp. of we-ness	General social interaction	Mood control, self-regulation	Motivation to participate	Ownership control	Social status, recognition
Ambiance, setting the mood		0	0	0	1	1	0	5	0	0	1
Attachment of subjective meaning	0		0	1	5	0	1	0	0	0	2
Broadening of horizon	0	0		0	0	1	1	1	0	1	0
Entertainment or relaxation	0	1	0		0	2	1	1	0	1	0
Exp. emotions, reminiscence	1	5	0	0		0	1	1	0	0	0
Exp. of we-ness (connectedness)	1	0	1	2	0		1	0	0	0	0
General social interaction	0	1	1	1	1	1		0	1	1	0
Mood control, self-regulation	5	0	1	1	1	0	0		0	0	0
Motivation to participate	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0
Ownership, feeling 'in control'	0	0	1	1	0	0	1	0	0		1
Social status, recognition	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	

4.2.1 Mood

Corresponding codes: 'mood control', 'ambiance, setting the mood' and 'experience of emotions'.

This theme comprises how “*music is a very important mood indicator*” (R1) and how the respondents use *musicking* to change and reinforce their on-going moods and energy levels. As Dani describes it: “*I often use music to set my mood, improve my mood when it's bad, or amplify it when it's good. If you are happy and there is nice music playing it think: oh yes, nice, nice song*” (R3). While satisfying personal mood-related goals through various acts of *musicking*, the respondents also displayed a high level of awareness of the kind of music they ‘needed’ to listen to in various situations and at various times, like Arnold: “*If I'm feeling a little sad, for example, heavy rock always works very well, it gives me a very calm feeling. Well, if you feel like stirring up a party, then anything with a beats per minute between 120 and 140 is always good [...] for both confirming the state of mind I am in or reaching the state of mind I want to be in*” (R1). In line with DeNora (1999), who argues that music is more than merely a background for a variety of activities, vlogger Iris exhibits how she picks the music to go with her video's: “*It is very much*

about atmosphere. It goes by feeling I would say. I always look at what certain music does with certain images and whether or not that conveys the right atmosphere in my view [...] I just think that the music makes it complete: without music it never feels like a finished product. It is as if you are now going to watch a movie and turn off the sound, then you will notice that the power of the image also decreases, because of the absence of music” (R5).

4.2.2 Expression

Corresponding codes: ‘expressing identity’, ‘expression of emotional states’ and ‘self-presentation’.

The following coherent set of motives falls under the theme ‘expression’. As already discussed in detail in the previous sub-chapter (see chapter 4.2.1), a common motive for online *musicking* is the expression of emotional states and the presentation of *self* to others. In accordance, music is used as a vehicle for communicating and sharing these emotional states with others online. “*When it comes to emotions, for example, those are often topics where you can... You can talk about that, and I don't find that difficult, but I often find that music does that just a little better [...] then, I think, a song is easier, much more accessible and it often more effective in conveying the message” (R3).*

4.2.3 Inter-personal

Corresponding codes: ‘recommendation’, ‘inter-personal relationships’, ‘reminiscence & digital souvenir’ and ‘seeking connectedness’.

Another motive mirrored in the respondents’ acts of *musicking* is ‘inter-personal connectedness’. The respondents’ capacity to express emotional content through *musicking* has been discussed previously. Still, following the interview data, *musicking* should be considered not only for transmitting basic emotions, but also for social attitudes. Experiencing *musicking* together – either listening, sharing or recommending music – increases general feelings of connectedness and promotes interpersonal relationships. As Arnold and Maurice illustrate: “*I'd post it to someone rather than throw it out into the internet, on my brother's timeline, for instance. Because I already know that might appreciate it. And then it is a bit more focused: from me to him” (R1).* “*When I find a nice song, I sometimes send it to someone. Then I think: oh, that's really great, you should listen to it” (R4).* These inter-personal qualities of *musicking* confirmed by the coded data; when looking at the code frequency table F1 (appendix F) it is clear that ‘recommendation and admiration’ is the most common motive for *musicking* online. Dani reinforces this by providing a detailed description of how she and her mother use *musicking* as a form of interpersonal communication. “*We are going through a crazy time right now – with the pandemic and all – and*

I use music a lot to steer or improve my mood. When I wake up and I think: aaargh, stupid! Then I consciously listen to positive music; music that makes me happy. I know that my mother is going to rough times as well at the moment, and she can hardly get out of these dark places on her own, she often falls into negativity. So, I've been sending her a lot of music during the past few weeks, and said: you like this, this is a nice song, listen to it [...] I want to bring her some understanding and positivity" (R3). This example demonstrates how empathy increases because of shared musical experiences. In similar vein, online *musicking* is used to reminisce together; as a 'digital souvenir', so to say. *"It's a kind of souvenir of those days gone by; of a nice evening. [...] it is the context that signifies that song; that gives meaning. The environment, the moment, the people you are with"* (R1). *"If you listened to a song with someone a lot at the time and then suddenly come across it again in a playlist, and think, oh yeah, send it to that person quickly! Like: oh my god, do you remember this one!?"* (R3) Altogether, these findings show that *musicking* can be used as a means to inter-personally communicate social attitudes in a way that is not inferior to verbal interaction.

4.2.4 Social

Corresponding codes: 'we-ness', 'general social interaction and reward', 'seeking commonality' and 'motivation to participate'.

This theme has partial overlap with 'interpersonal connectedness' but is better described as a desire for the social in general; a feeling of we-ness. Or as Dani exhibits: *"I do want some kind of interaction when I recommend things, letting people experience the same, of course you hope for that. It's not like you just spit it out and think 'well, I don't care if anyone sees it.' When you musick on social media, then of course you prefer a response; that people react to that, like: oh, cool, I didn't know, nice"* (R3). In this case, *musicking* is considered a social activity and social networking sites eminently provide their users with the opportunity to involve social aspects into their acts of *musicking*. Iris explains: *"The moment you post it online, it starts to live its life on social media; then you are able to receive comments under your post that you can respond to, and that your interaction have with others is very inspiring"* (R5). Furthermore, *musicking* is used to display social tokens – signifiers of social status – on social networking sites. *"If you are part of that underground scene, it's nice to show that you're in the know about, for instance, the newest release of Nina Kraviz [techno DJ, ed.] or something. That's also connected to some kind of social status. Then you want to reconfirm that you were the early adopter of that genre, and that you are involved in that scene [...] If I went to a festival, for example, and saw this band or DJ there, I then shared 'Lowlands this weekend was great', accompanied by a link to the performance of that*

band or DJ” (R1). Thus, all things considered, *musicking* serves a social function; facilitating social bonding, social tokens, group cohesion, and enhancing feelings of we-ness.

4.2.5 Individual

Corresponding codes: ‘attachment of subjective meaning’, ‘experience of emotions’, ‘entertainment or relaxation’ and ‘inspiration’.

This theme comprises all the personal goals and motivations respondents attach to online *musicking*. Music is, for instance, used to achieve an inspired or relaxed state of mind; a more inwardly facing experience. “*For me musicking is just, yeah, stress relief and stuff*”, Frida explains, “*but also more than that: a lot of inspiration, perhaps, to kick start your own creative process or to get new ideas*” (R2). The respondents to whom these ‘individual’ motives often applied – according to the interview data – display a stronger connection with the subjective meaning attached to their acts of *musicking*. In line with that, they tend to be more private in their *musicking*. As Frida illustrates: “*Nobody experiences things like you do, nobody is exactly the same as you. And I think that you tend to attach meaning to music based on your own background and experiences – so really from yourself. And because of that, you always have a subjective experience with music that is actually unique. The whole medium is of course super open to interpretation*” (R2).

4.3 Facebook, Instagram and the imagined audience

The following findings correspond with the sub-question: **How do the particularities of the social media landscapes of Facebook & Instagram and the corresponding imagined audiences influence the ways in which users perform identity online?** So, first of all, the particularities of the social media landscape in general leave their mark on online identity performance. The findings of this research tie well with previous studies wherein online identities were defined as hardly assumed or transparent (e.g. Blommaert, 2005). Rather, they are *performed* in entanglements of activities and interactions. “*With a lot of people I think it's [online identity, ed.] a very fictional reflection; that everything is brushed up. That only nice things are shared. I think almost all influencers aren't always that neat, perfect and bubbly. Maybe that's just a role they take on; play-acting, like a celebrity might do*” (R1). This quote confirms that on SNS like Facebook and Instagram, users can deliberately conceptualize and performatively create an online representation of the *self*, adaptively moving between kinds of personae.

Accordingly, Frida unknowingly refers to Goffman's stage analogy (1978) in her interview, stating that: *"People would like you to think it's transparent, like: this is me, I'm hundred percent real. But you can't be a hundred percent sure about that on social media. People who scream the loudest that they are fully authentic, also pretend and perform the most. It's just so easy to manage and customize your profile's content in a way that works best for you [...] I think it's very much like a game – a sort of play – and it's like you don't play yourself, but you rather play the best version of yourself and therefore an incomplete version of yourself. Because nobody is perfect! While, if you scroll through someone's timeline, it always resembles perfection, that's just unrealistic. So I really think a lot of it is performance"* (R2). Furthermore, an SNS user's online identity is not limited to solely a representation or performance of *self* but is also comprised of an actual social network. Online tools for realizing and presenting these networked relationships are inextricably linked to the social media landscape. Subsequently, SNS users can utilize online displays of connections as important identity cues, as is confirmed by Dani: *"Of course it's not just: look, this is me and me alone, period. When you're talking about establishing your own identity online, a group of friends is often part of that. Like, these are the people I've actually 'chosen' to hang out with, or these are the people who chose me. The fact that I hang out with them also says a lot about who I am as a person"* (R3).

Simultaneously, the disembodied nature of multi-media-based online interactions result in another discrepancy between online and offline identity, namely the absence of physical features related to identity, reaching from intonation and facial expression to gender and age. *"Digitally I can't express myself very well anyway. I can't do that in text messages either, then I cannot indicate a certain sarcasm, for example, which often makes it seem like I'm being rude, just ask my girlfriend"*, Arnold explains. Additionally, as Kennedy's research on online communication (2011) points out, social networking sites offer a certain amount of anonymity or even total freedom to reinvent oneself, both of which have negative connotations. *"Everyone can hide behind a mask online, which can make them feel untouchable; like they can get away with anything [...] I think that the vulnerability you experience in daily life also has a function; as a kind of protection, by realizing you are vulnerable, you realize that others are vulnerable too"* (R2). Of course, this promotes identity performance. In this scenario, performing an online *self* is more attractive as negative comments targeted towards a personae or curated version of oneself are deemed less effective, as illustrated by Iris: *"I was hurt in this way too. If you are very much yourself on social media, and if people don't like that or post hate comments, you are inclined to start protecting yourself a little more by pushing the representation you give on social media further away from who you really are. If people then react negatively to you or post hate*

comments – which of course happens a lot lately – they don't really affect you, but more of a kind of alter ego of yourself” (R5).

4.3.1 Facebook and Instagram

This research focusses on the two social media channels of Facebook and Instagram. The findings provide evidence that suggests that the respondents use these SNS for different purposes. This subsequently influences how the respondents *musick* and perform their online identity on these specific social media channels. Comparisons between the SNS's of Facebook and Instagram reveals that, first of all, Facebook serves the function of ‘social calendar’, or as Arnold describes it: *“Facebook I do use every day, if only to keep up with the news and see whose birthday is. As somewhat of a calendar actually [...] Not that I miss it very easily if I don't open it for a while, but I do think that it has become, yes, quite important and normal in our lives [...] It's not just 'peeping', it's kind of a mental agenda” (R1).* Similarly, Maurice mentions: *“I use it for creating an event for a birthday, or something like that. Or to be invited for a birthday or a festival. Also, in order to find events and parties via Facebook that you can buy tickets for” (R4).* The ‘social calendar’ is clearly reflected in the motives for using Facebook the respondents brought to the table: *“You want to stay abreast of what everyone's up to without actually having to see them” (R2),* Frida explains.

The other motives the respondents put forward all tie in with the main theme and vary from staying in touch with others and maintenance of interpersonal contacts, to being a *“fly on the wall” (R1)* in other SNS users’ life with an occasional tendency towards *“voyeurism” (R2).* This interest in ‘the other’ clearly stems from the fact that the social network on Facebook largely consists of acquaintances, friends, family, colleagues and so on. In this light, this SNS is made up of closed-knit community of people who know each other, making Facebook an inherently ‘social’ networking platform, offering its’ users a true extension of social life. As a result, *musicking* is mainly used for social purposes. As for the online identity, the majority of the respondents claim that they aim to present a transparent portfolio of the *self* on their Facebook profile, although all respondents admit that they do not actively maintain it, as Dani explains: *“I use Facebook as a kind of non-professional business card actually. I really don't post anything on Facebook, but that's just some kind of online profile that says who I am, what I do, what I've done; a kind of LinkedIn but just a little more accessible” (R3).*

Furthermore, the results demonstrate that the social networking site Instagram is best defined as a mobile-centric photo-sharing app. The respondents who are active on this social media platform have a penchant for the visual, as Frida illustrates: *“Instagram really focuses on*

the visual aspect, which makes it more active for me, because the visual does stimulate me a bit more, also because you actively choose whose specific content you'd like to see, by following them. So, I follow many photographers, many artists, in order to see real 'art' on your timeline or just beautiful images that inspire you and that excite you. So, I'm more invested in Instagram when I use it, because it excites me" (R2). The emphasis on the visual aspect make Instagram not a portfolio of the self, but rather an online photo album in which a user's highlights are captured. *"I take beautiful photos when I'm on vacation and really all I do with these photos is post them on Instagram. In this light, Instagram really is my photo album; an extension of myself, that's how I see it [...] and I follow a lot of art on Instagram, so I really enjoy scrolling through my Instagram timeline for creative inspiration"* (R4), Maurice points out. Besides, the findings show that the presentation of online identity on Instagram is mainly based on visual themes, aesthetics and preferences. By composing their Instagram albums, users express their online identity and affiliations through visual cues and atmospheric images. Accordingly, motives for acts of *musicking* on Instagram show strong ties with 'ambiance' and 'mood'. Also, Instagram's possibilities for online sociality are based upon tacit notions, instead of traceable social connections. Users seek connectedness through visual images – photos and videos – whose atmosphere appeals to them and build and join communities that share these common interests and aesthetics: *"The people with whom you feel connected in some way share something with you; an interest, artform or some kind of aesthetic. I really look for that connection [...] it does give me a sense of belonging"* (R2).

4.3.2 The imagined audience

In line with previous studies (e.g. Marwick & boyd, 2011), this research confirms that, where the exact composition of an audience is unknown, SNS users create strategies for separating different potential audiences, as well as for presenting their online identity in ways that addresses certain people and groups of people while excluding others. As Arnold clearly illustrates: *"If I were to share a Limp Bizkit [metal band, ed.] song for example, I would have a sub-audience in mind; the friends that also listen to this music, you only think of them. I don't think about my grandmother headbanging on the couch. So, I you can compare it to the audience that would be at a live performance [...] maybe I always have some kind of collective in mind, what might also result in me changing my tone of voice and choice of words, because you think that you are speaking to that group of people, so you'll formulate your post differently"* (R1). Hence, the respondents did show to be aware of their interaction with broad and diverse audiences as they posted or shared. However, in order to cope with the incomprehensibility of such a large audience, they conceptualized more targeted, distinct and homogeneous *imagined audiences* composed of –

among others – acquaintances, friends and/ or family. *“I think you always make a clear visualization of who you hope to reach with your post, and of whom you hope and desire that they’ll think something positive about it. But that of course is always only a very small part of the people who can actually see. Because that’s basically just the whole world or your entire circle of friends on Facebook”* (R2), Frida explains.

4.4 Online sociality

As pointed out by the scholarly literature, *musicking* has social impact. When applying this to the online realm, first of all, it is visible that the architecture of the social media landscape is designed to make online *musicking* and online sociality overlap. Eliciting cues, the addition of comment sections, the ‘share’ button and so on, all make the act of *musicking* heavily ingrained in the social media landscape. As Iris explains: *“Listening to music has completely moved to the online realm, at least for the younger generations. That was the tipping point, and from now on it [musicking, ed.] is actually inextricably linked to the online social world. You also see that other platforms like Spotify and YouTube, are not designed for solely listening to music; they are set up to stimulate interaction. Every music video you watch, every song you listen to has a share function, or a comment section underneath it. These platforms are already sort of a hybrid between purely music consumption platforms and social media platforms, so to speak”* (R5). In other words, the more participatory means by which the respondents indicated to be able to *musick* and circulate music have proliferated since the introduction of social networking sites. Correspondingly, the respondents praise the accessibility and availability of music online: *“It’s mainly because of the accessibility. Because I also have vinyl, but vinyl is harder to share with others. You can easily send it to some online; two clicks, and it’s done”* (R3). In similar vein, Arnold argues: *“A vinyl record has to be physically carried somewhere. Online it is always available. So music – the material – hasn’t changed, there’s just more hands on the clay that can shape it as well”* (R1).

4.4.1 Commonality & Connectedness

So, with *musicking* established as widely available and accessible online, the final research question of this study aims to determine **in which ways *musicking* contributes to the maintenance of online sociality**. The results demonstrate three things; online *musicking* aids in seeking commonality (what they have in common with others), seeking connectedness (ties linking them to other individuals) and reminiscing shared memories. Firstly, the findings display that SNS users rapidly seek out commonalities with others through online *musicking*, which creates a level of shared trust and establishes rapport. Additionally, the context of commonality is

further extended as it enables users to make assumptions about, for example, one's personality. *"Sometimes, when I check someone's social media profile and see that they like the same music, you kind of automatically assume that that person is also a bit like you, similar. So that feeling recognition you first experienced while listening to that song, in yourself and with that artist, moves to the other person: you feel some kind of mutual understanding because you recognize a part of yourself in him or her because you follow the same artist on Facebook, for example [...] some kind of unspoken connection has been made"* (R2), Frida explains. Arnold also affirms that he uses multi-media-based social media interactions in order to find common ground: *"you look for similarities. Some kind of shared sorrow, shared feelings, shared something"* (R1). Likewise: respondents describe how the use commonality in *musicking* as a yardstick for judging whether or not another SNS user is an attractive option for online sociality, like Dani: *"There are a number of people that I know have a pretty similar taste in music to mine, so whenever they post something – like oh, this is a nice song – I always give it a listen. And you don't necessarily have to be friends. For example, there is a very nice British actress – Florence Pugh from Little Women – who I started following on Instagram especially because she always has very nice stories with music that really appeals to me"* (R3).

Besides seeking or eschewing general commonality, online *musicking* provides the respondents with the opportunity to develop and maintain interpersonal networked relationships – 'connectedness' in short – in the online environment. Frida gives an example: *"If you look at my inner circle on Facebook, I often just send a song, or something, or you post it on someone's timeline or via a private message, or on Instagram. Yes, I do interact in that way quite often [...] I'd say it's an interaction with music and also an interaction with each other, music sandwiched in between two individuals, so to speak. That's just instant interaction. Musicking makes so many things much more understandable and accessible without actually using words"* (R2). So, in line with previous studies, the results of this study demonstrate that interpersonal communication is rapidly converging as individuals integrate an assortment of SNS-based online tools into their communication repertoires. Correspondingly, the respondents exhibit that they master the language of social media to such an extent that they know very well how and when to insert music-related multimedia texts in order for it to benefit inter-personal relationships in a meaningful way. *"When it comes to sharing music, there's often an idea behind it. Nine out of ten times it's not just simply: oh, that's a nice song. Instead, there is often an idea behind it; I've listened to it, I want someone to understand the message that the song is telling. So I prefer to keep it in a slightly more closed circle, because it is quite personal"* (R3), Dani explains. Additionally, the findings suggest that the sharing and recommending of music-related multimedia texts is one of the main motives that drives the respondents interact with each other

online. As shown in the code frequency table F1 (see appendix F), the motive ‘recommendation’ is often quoted by the respondents when asked about their reasons for *musicking* online.

4.4.2 Digital souvenirs & reminiscence

The final way in which *musicking* contributes to the maintenance of online sociality is by functioning as a springboard for the exchange of shared memories. These music-related memories, besides bolstering a sense of personal identity, play an important role in the maintenance of online sociality. On social media, mutually shared memories can easily be shared with other SNS users well beyond the respondent’s immediate geographic proximity, as Arnold tells: *“With many old friends who still know from Techno parties – or just from that time in general – I still talk on social media or in app groups about music. For example, if a new Limp Bizkit album is released, it will be shared there [...] and when you see each other sporadically and you play those songs from the past, that person says: wow, you still remember this!? Are you still listening to this? And then you feel that connection”* (R1). Correspondingly, respondents describe clear links between emotional memories and specific items of music. These links are then used as means of online communication; for reminiscence. *“If I have a song with my sister that we used to listen to as a kid, and I find that song again and I send it to her, we immediately relive that memory that we share together [...] I guess that’s why I like it; when you listen to a song and you think about that person, you can just send it to that person right away and then there’s kind of instant interaction. In that case, it also inspires an interaction that otherwise had never been performed”* (R2). Furthermore, SNS encourage the making of ‘digital souvenirs’. For instance, the respondents tend to post their concert visits and festival adventures on social media, like Frida: *“Then you experience something together; an experience based on music that you then share with each other. In any case, it is already an outing that you undertake together, and subsequently, you post it on social media; kind of a postcard showing that you’ve been there. Then years later, you’ll receive a notification from Facebook saying: you were here two years ago today! And then you’re reminded of it again. I’ll probably share it with that friend again, to enjoy the memories”* (R2).

5. Conclusion

This chapter will begin with addressing the research questions. I will continue with interpreting and describing the significance of the findings in light of what was already known about the research problem being investigated. Finally, the chapter, as well as the thesis, closes with the discussion of the limitations of the study and suggestions for future research.

5.1 Main Findings

I will now present concluding summaries of the main findings of the study that will steer towards providing a recapitulatory answers to the individual research questions. The research questions will be answered in the same order as presented in the introductory chapter of this study.

5.1.1 Research question 1

First of all, this chapter accounts for the main research question: **How does the act of *musicking* articulate and/ or construct identity within the performative landscape of social media?**

Before this question can be answered, however, I must clarify that the findings of the research demonstrate that, in retrospect, the majority of the respondents actively confirmed that they relied heavier on music in aiding their construction of personal identity during their youth. This indicates that, nowadays, respondents are less dependent on *musicking* when it comes to constructing identity. Thus, the findings confirm that there is no static relationship between music and identity, instead, it is better described as a fluid, ever developing process in which *musicking* actively shapes the *self*. This is an important finding in the understanding of the role of music in the process of identity formation as it provides additional information about how *musicking* plays a more nuanced and balanced role in articulating identity than initially expected.

How then, does the act of *musicking* articulate and/ or construct identity within the online realm? Broadly translating the findings demonstrate that, in general, the act of *musicking* mirrors identity and beliefs, aids in identity formation, provides role models and allows for the experience of we-ness on social media platforms. First, the reason why the term *mirroring* provides a better fit than *articulating* and *constructing* identity is because the respondents approached their online identity as if it was a digital portfolio of the *self*, of which music is an appraised section. Social media can be perceived as an online ‘scrapbook’ or ‘collage’ that serves as a representation of identity. Acts of online *musicking* are included in the online portfolio of the *self*. However, the findings indicate that the emphasis should not be placed on what music the respondents listen to and how it is linked to their online identity, but rather how the act of *musicking* is experienced: in which social settings, the backdrop, the context and the social interactions that surround it. Besides, present findings confirm that online *musicking* experiences occur on a variety of different levels of engagement and therefore, the value placed upon the acts of *musicking* is not dependent on the level of engagement, but rather on the often-social contexts that surround it. Subsequently, the social contexts that besiege the act of online *musicking* can be translated into ‘social tokens’ or ‘digital souvenirs’ which, in turn, serve as online identity signals.

A common way in which the act of *musicking* articulates online identity, as pointed out by the respondents, is through the expression of individual emotional states. As a result, *musicking* is effectively used as a vehicle for communicating and sharing emotional states with others on SNSs. In other words, *musicking* provides SNS users with resources for expressing emotional states of any kind within the online realm. Perhaps more than the relationship between music and identity, this emphasizes the existing bond between music and emotions. This allows the conclusion that music’s lack of denotative meaning – or *hyperconnotative* character – makes it more susceptible to emotional associations, as confirmed by the respondents.

Thus, on the one hand music’s intense emotional connotations grant it a unique role in the expression of emotional states and the reflection of *self*-identity. On the other hand, however, these qualities cause the experience of online *musicking* to be very intimate and personal for some respondents. This especially concerns the respondents who, at the beginning of the interview, indicated that music is – to a high degree – central to their identity. As a result, they feel vulnerable when *musicking* online and are reluctant to share this intimate experience with the vast online audience of SNS. Accordingly, the respondents to whom this applies, seek out inter-personal contact through the more shielded social media platforms (e.g. private messages and WhatsApp conversations) for her acts of *musicking*. Furthermore, they tend to – to a higher degree – ‘perform’ their online identity in order to feel less vulnerable while exposing themselves on

social media. This is an important finding in the understanding of online identity. On this basis, I conclude that music can be perceived as the medium *par excellence* for the expression of personal, emotional states. However, this prevents it from being the medium *par excellence* for the articulation of online identity, as it comprises experiences and emotions often perceived too intimate and personal for the actively curated online portfolio of *self*.

5.1.2 Research question 2

The second research question, and also first sub-question, read as follows: **What motives underlie social media users' acts of online musicking?** Following a uses and gratifications approach (Katz & Foulkes, 1962; Ruggiero, 2000; Dolan et al., 2016) this research aimed to identify the motives and traits that underlie SNS users' reasons for *musicking* online. While gathering the data, close attention was paid to what motivated the respondents to *musick* online and what gratifications they gained from it. The analysis of the data lead to the following main motives: mood, expression, inter-personal and social.

Mood

Online *musicking* serves as an important mood indicator. SNS users use *musicking* to change and reinforce their on-going moods and energy levels. While satisfying personal mood-related goals through various acts of *musicking*, SNS users display awareness of the music they 'need' to hear in various situations and at different times.

Expression

A common motive for online *musicking* is the expression of emotional states and the presentation of *self* to others. In accordance, music is used as a vehicle for communicating and sharing these emotional states – or states of *being* – with others online.

Inter-personal

Seeking inter-personal connectedness and transmitting social attitudes form motives for online *musicking*. Experiencing *musicking* together online – either by listening, reminiscing, sharing or recommending music – deepens general feelings of connectedness, increases empathy and promotes interpersonal relationships.

Social

Musicking serves a general social function which motivates SNS users to *musick* online. Online *musicking* can thus be considered a social activity and SNS provide their users with the opportunity to involve social aspects into their acts of *musicking*. In summary, *musicking*

facilitates social bonding and enhances feelings of we-ness and group cohesion. Furthermore, *musicking* is used to display social tokens – signifiers of social status – on SNS.

5.1.3 Research question 3

Thirdly, this study aimed to identify **how the particularities of the social media landscapes of Facebook & Instagram and the corresponding imagined audiences influence the ways in which users perform identity online**. As made clear in the previous chapter, the particularities of the social media landscape in general leave a clear mark on online identity performance. Overall, the findings demonstrate that online identities are best defined as *performed* in entanglements of activities and interactions, or curated portfolios of the *self*. On SNS like Facebook and Instagram, users can deliberately conceptualize and performatively create an online representation of the *self*. In line with Goffman's stage analogy (1978), the SNS users are in charge of what they display on the frontstage and what is kept backstage. Furthermore, an SNS user's online identity is not limited to solely a representation or performance of *self* but is also comprised of an actual social network. Online tools for realizing and presenting these networked relationships are inextricably linked to the social media landscape. As a result, SNS users can utilize online displays of connections as important identity cues.

At the same time, the disembodied nature of online identity offers a certain amount of anonymity. Physical features related to identity – reaching from intonation and facial expression to gender and age – are absent. This functions as a smoke screen; the respondents found it difficult to distinguish whether or not the performance of online identity on social media is an authentic reflection of *self*. The respondents gave many examples of negative online experiences that can be associated with performed online identity not being transparent enough. This degree of anonymity also causes SNS users to be less inhibited in expressing themselves negatively about others. Which – as a chain reaction – promotes identity performance from the position of the recipient of the negative comments, as a curated and reinvented version of oneself can be hurt less easily.

When comparing the social networking sites Facebook and Instagram, in conclusion, it would appear that Facebook is best conceptualized as a 'social calendar' through which users can keep up with events and stay touch with others; both active (maintaining interpersonal contacts) and passive (peeking into another users' lives). This interest in 'the other' stems from the fact that the social network on Facebook largely consists of acquaintances, friends, family, colleagues and so on. In this light, this SNS is made up of closed-knit communities of people who know each other, making Facebook an inherently 'social' networking platform, offering its' users an extension of social life. As for the online identity, the majority of the respondents claim that they

aim to present a transparent portfolio of the *self* on their Facebook profile, although all respondents admit that they do not actively maintain it.

Furthermore, the results demonstrate that the SNS of Instagram is best defined as a mobile-centric photo-sharing app. The respondents that participate on this social media platform have a penchant for the visual, which means that the social network is constructed on the basis of and arranged around visual themes, aesthetics and ambient affiliations. This is mirrored in the presentation of online identity on Instagram. By composing an Instagram album, users express their online identity and affiliations through visual cues and atmospheric images. Also, Instagram's possibilities for online sociality are based upon tacit notions, instead of traceable social connections. Users seek connectedness through visual images that appeal to them and build and join communities that share these common interests and aesthetics.

As for the imagined audience, it can be concluded that, where the exact composition of an audience is unknown, SNS users create strategies for separating different potential audiences, as well as for presenting their online identity in ways that addresses certain people and groups of people while excluding others. Hence, the respondents showed to be aware of a broad and diverse audience as they posted or shared online. Subsequently, in order to cope with the incomprehensibility of such a large audience, they conceptualized more targeted, distinct and homogeneous *imagined audiences* composed of – among others – acquaintances, friends and/ or family.

5.1.4 Research question 4

As pointed out in the theoretical framework, *musicking* has social impact. When applying this to the online realm, first of all, it is visible that the architecture of the social media landscape allows for an interplay between online *musicking* and online sociality. In other words, with the emergence of social media, the interactive and participatory ways in which the respondents were able to *musick*, have expanded too. Correspondingly, the fourth research question is: **In which ways does musicking contribute to the maintenance of online sociality?**

In summary, this thesis concludes three things; online *musicking* aids in seeking commonality (what they have in common with others), seeking connectedness (ties linking them to other individuals) and reminiscing shared memories. Firstly, it appears that multi-media-based social media interactions are used to find common ground, as the findings display that SNS users rapidly seek out commonalities with others through online *musicking*. This creates a level of shared trust and establishes rapport. Additionally, the context of commonality is further extended

as it enables users to make assumptions about, for example, one's personality. In this case, online *musicking* behavior functions as an identity cue on the basis of which assumptions about other SNS users' identity can be made.

Besides seeking or eschewing general commonality, online *musicking* provides the respondents with the opportunity to develop and maintain interpersonal networked relationships in the online environment, or, in other words, seek connectedness. The results of this thesis demonstrate that interpersonal communication is rapidly converging as individuals integrate an assortment of SNS-based online tools into their communication repertoires. Correspondingly, the respondents exhibit that they master the language of social media to such an extent that they know very well how and when to insert music-related multimedia texts in order for it to benefit interpersonal relationships in a meaningful way. In similar vein, the findings suggest that the sharing and recommending of music-related multimedia texts is one of the main motives that drives the respondents to interact with each other online. Likewise, online *musicking* functions as a springboard for the exchange of shared memories. In general, on social media, mutually shared memories can easily be shared with other SNS users well beyond the respondent's immediate geographic proximity. This online revival of (music-related) memories – besides bolstering a sense of personal identity – creates a sense of belonging, allows for a moment of reminiscence and celebrates shared experiences. Therefore, it contributes to the maintenance of online sociality.

5.2 Limitations of the study

This small, qualitative study is limited to a number of five – initially six – respondents. Although I have sampled a decent number of respondents and stayed true to the main subject of the study – the act of *musicking* on social media from the perspective of the user – the available sources that could potentially have been used to study a phenomenon like this are vast. Hence the selection of respondents constitutes only a scratch on the surface. Due to the scope of this research, the sampled respondents can perhaps not be considered representative of the research population. Furthermore, neither the interviewer, nor the respondents were native speakers of English. When asked about the preferred language for the conduction of the interview, the majority of the respondents expressed to feel limited in being able to express themselves in English. Therefore, all interviews were conducted in Dutch. Subsequently the quotes taken from the interview data were translated – as accurate as possible – to English. Nevertheless, it still hides the risk of biased interpretation or translation.

Moreover, acquiring a deeper understanding of the research subject appeared demanding at times. For example, the digital sources used (e.g. acts of online *musicking*) are always viewed from a particular point of view (e.g. my point of view) and thus, an ‘objective’ public view cannot be granted. In other words, I cannot view everything, nor can anyone else. Also, the social media landscape is a place where there are fewer common entrances where human beings experience the ‘same’. Where some digital sources contain solid content, like a blog, other sources are comprised of ever-changing, personalized content to the extent that the content provided is a direct result of the user’s profile and earlier online behavior, which make it hard to grasp. Due to these circumstances, putting together a collected recital of online *musicking* has been proven to be difficult.

Another limitation concerns the methodological tools and theoretical framework used in this thesis. By employing several theories from different fields of research, the thesis risks not being able to go into depth with a single theory. Theories and methods have been selected organically throughout the thesis writing process. Some theories and methods were found to be unable to add any value to the research or unable to comprehend the act of online *musicking* in its full range. For example, in the course of the research, it appeared to me that the conducted diary studies did not offer the vast amount of contextual information I expected it to add to the research. The intensive log keeping was perhaps too great of a favor to ask from the respondents. Also, online *musicking* is to a high degree interwoven in the fabric of daily life and takes place on high interval unconscious moments, which would request for as an unmanageable amount of diary entries. With limited information derived from diary forms, it was challenging to gain a deeper understanding of the processes entextualization (Blommaert, 2005) and resemiotization (Iedema, 2003).

Perhaps a more phenomenological approach would have proven to be more effective in gaining insight into online *musicking* behavior as experienced by the SNS user. As demonstrated by Bull (2000), phenomenology permits “an adequate understanding of users’ habitual daily activities as it is attentive to the way in which social meanings are bedded down in individual forms of experience” (Bull, 2000, p. 10). On the other hand, theories have been found along the research process which might have worked very well were they incorporated earlier in the study, like Antoine Hennion’s attachments-theory (2007). All in all, the theories and methods used are still situated within the realms of sociology and musicology, which makes them aligned with each other.

One unforeseen limitation that was imposed on this study was the COVID-19 pandemic. Like many other students, I found myself in a new place where I needed to handle both the stress of the pandemic and the pressure of writing a master's thesis. This new situation brought about new challenges. First of all, data collection was made more difficult by the COVID-19 restrictions. As argued in the methodology section, this thesis aimed to follow the discourse of the 'creative interview' (Douglas, 1984). Although it was the preferred way to approach the semi-structured interview, it may not have been the most appropriate research method to carry out during the pandemic as it required me to steer away from formal settings and conduct the interviews face-to-face in a place where the respondents felt most comfortable. As a result, multiple interviews were cancelled or rescheduled. Not solely on account of the respondents, but also by virtue of myself getting infected with the virus. Due to many cancellations, the progress of the thesis also lost momentum at times and I occasionally had to adopt a wait-and-see attitude when things were not proceeding the way I wanted them to. Although, in the end, all the challenges were overcome and, within the current circumstances, I am very grateful for the respondents who contributed to this study and proud of the results that have been collectively achieved.

5.3 Suggestions for future research

There are a number of gaps in this thesis that would benefit from further research. First of all, it would be advantageous to involve the practice of online *musicking* via streaming services in future studies. When discussing present-day online *musicking*, it is almost impossible not to think about streaming platforms. Spotify, for example, is a platform that was often mentioned by the respondents during the interviews. Furthermore, the comparison between the social media platforms of Facebook and Instagram (see chapter 5.1.3) revealed that the particularities of a social media platform do influence the ways in which its users perform identity online, rather than solely providing a backdrop against which identity is performed. So, including streaming services and thus extending the scope of research, provides a promising opportunity to obtain a deepened understanding of the complexities of online *musicking* and online identity performance.

Besides, on streaming services, the act of *musicking* appears to be more transparent than on social networking sites, making it easier to map out *musicking* habits and behavioral patterns. In terms of data collection, incorporating *musicking* via streaming into the research allows for the large-scale generation of vast amounts of data, which may give future researchers answers at a level of detail not feasible in small-scale qualitative research. In other words, large amounts of

user-generated data derived from streaming services may allow for the observation of user behaviors and trends within online *musicking* that traditional interviews or sociological surveys could never cover. However, large data samples are designated to *inform* rather than to *explain*. This situation presents a challenge for qualitative researchers, who, on the one hand, are well equipped with tools to investigate what needs to be explained and understood. But on the other hand, in order to explain, there needs to be information present to be explained. Anyhow, when it comes to online *musicking* behavior, this study did demonstrate that the diary studies method may not be the best approach to employ for obtaining user-generated information from respondents.

Another inquiry to further investigate is how the conditions for online *musicking* influence or affect the respondents' musical tastes and preferences. In other words, does the format of *musicking* affect the preferences for certain music? This current study does not address the notion of 'taste', nor the division between highbrow and lowbrow culture. The addition of these concepts would provide an interesting avenue for further research that will improve knowledge about music's role in identity performance. In similar vein, it would be interesting to investigate how tastes for sonorous qualities of music develop or are created given certain pre-conditions of online *musicking*.

Furthermore, I have made use of a performative approach that showed great potential within the context of online identity. However, in order to conduct an even more successful performative analysis, the research would have required the collection of source material from multiple perspectives. In other words, instead of focusing on how identity is performed, consider how identity is perceived. I believe that future studies would benefit from including social media profiles as a source of observational data, allowing the researcher(s) to examine how SNS users are performing their identities online and providing a useful balance to self-reporting data.

References

- Abercrombie, N., & Longhurst, B. J. (1998). *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*. Sage.
- Adorno, T. W. (1991). On the fetish character in music and the regression of listening. *The culture industry: Selected essays on mass culture*, 29-60.
- Barad, K. (2003). Posthumanist performativity: Toward an understanding of how matter comes to matter. *Signs: Journal of women in culture and society*, 28(3), 801-831.
- Baron, N. S. (2010). *Always on: Language in an online and mobile world*. Oxford University Press.
- Bauman, R., & Briggs, C. L. (1990). Poetics and performances as critical perspectives on language and social life. *Annual review of Anthropology*, 19(1), 59-88.
- Benkler, Y., & Nissenbaum, H. (2006). Commons-based peer production and virtue. *Journal of political philosophy*, 14(4).
- Billboard. (2015). *Donald Trump Receives Legal Threat Over Use of Aerosmith's 'Dream On'*. By: Eriq Gardner, November 10, 2015.
- Blommaert, J. (2005). Key topics in sociolinguistics.
- Blommaert, J., & Rampton, B. (2012). Language and superdiversity.
- Born, G. (2011). Music and the Materialization of Identities. *Journal of Material Culture*, 16(4), 376-388.
- Born, G., & Hesmondhalgh, D. (Eds.). (2000). *Western music and its others: Difference, representation, and appropriation in music*. Univ of California Press.
- boyd, D. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In *A networked self* (pp. 47-66). Routledge.
- boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic analysis.
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2005). Identity and interaction: A sociocultural linguistic approach. *Discourse studies*, 7(4-5), 585-614.
- Bull, M. (2015). *Sound moves: iPod culture and urban experience*. Routledge.
- Bull, M., Miller, D., & Gilroy, P. (2000). *Sounding Out the City*. Macmillan Publishers.
- Bullingham, L., & Vasconcelos, A. C. (2013). 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities. *Journal of information science*, 39(1), 101-112.

- Butler, J. (2011). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. routledge.
- Byrne, C., & Sheridan, M. (1998). Music: a source of deep imaginative satisfaction?. *British Journal of Music Education*, 15, 295-302.
- Chambers, I. (2008). *Migrancy, culture, identity*. Routledge.
- Condry, I. (2004). Cultures of music piracy: An ethnographic comparison of the US and Japan. *International journal of cultural studies*, 7(3), 343-363.
- Connell, J., & Gibson, C. (2003). *Sound tracks: Popular music identity and place*. Routledge.
- De Mul, J. (2015). The game of life: Narrative and ludic identity formation in computer games. In *Representations of Internarrative Identity* (pp. 251-266). Palgrave Macmillan, London.
- DeNora, T. (1995). The musical composition of social reality? Music, action and reflexivity. *The Sociological Review*, 43(2), 295-315.
- DeNora, T. (1999). Music as a technology of the self. *Poetics*, 27(1), 31-56.
- DeNora, T. (2000). *Music in everyday life* (Vol. 665). Cambridge: Cambridge University Press.
- DeNora, T. (2003). *After Adorno: rethinking music sociology*. Cambridge University Press.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3-4), 261-277.
- Douglas, J. D. (1984). *Creative interviewing* (Vol. 159). SAGE Publications, Incorporated.
- Duguay, S. (2017). Dressing up Tinderella: Interrogating authenticity claims on the mobile dating app Tinder. *Information, Communication & Society*, 20(3), 351-367.
- Durkheim, E. (1982). What is a social fact?. In *The rules of sociological method* (pp. 50-59). Palgrave, London.
- Frith, S. (1996). Music and identity. *Questions of cultural identity*, 1(1), 108-128.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford university press.
- Goffman, E. (1978). *The presentation of self in everyday life* (p. 56). London: Harmondsworth.
- Gomart, E., & Hennion, A. (1999). A sociology of attachment: music amateurs, drug users. *The Sociological Review*, 47(1_suppl), 220-247.
- Goulding, C., Shankar, A., & Elliott, R. (2002). Working weeks, rave weekends: identity fragmentation and the emergence of new communities. *Consumption, Markets and Culture*, 5(4), 261-284.
- Hargreaves, D. J., & North, A. C. (1997). *The social psychology of music*. Oxford University Press.
- Hargreaves, D. J., & North, A. C. (1999). The functions of music in everyday life: Redefining the social in music psychology. *Psychology of music*, 27(1), 71-83.

- Heckathorn, D. D. (2011). Comment: Snowball versus respondent-driven sampling. *Sociological methodology*, 41(1), 355-366.
- Hennion, A. (2007). Those things that hold us together: Taste and sociology. *Cultural sociology*, 1(1), 97-114.
- Hennion, A. (2015). *The passion for music: A sociology of mediation*. Ashgate Publishing, Ltd..
- Hennion, A., & Libbrecht, L. (1995). The history of art-lessons in mediation. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 3(2), 233-262.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *Why music matters*. John Wiley & Sons.
- Iedema, R. (2003). Multimodality, resemiotization: Extending the analysis of discourse as multi-semiotic practice. *Visual communication*, 2(1), 29-57.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. new york university press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media*. New York University Press.
- Katz, E., & Foulkes, D. (1962). On the use of the mass media as “escape”: Clarification of a concept. *Public opinion quarterly*, 26(3), 377-388.
- Kennedy, H., & Moss, G. (2015). Known or knowing publics? Social media data mining and the question of public agency. *Big Data & Society*, 2(2), 2053951715611145.
- Latour, B. (2001). Where are the missing masses?. *Organizational Studies: Evil empires*, 4, 1842.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge university press.
- Leijonhufvud, S. (2018). *Liquid streaming: the Spotify way to music* (Doctoral dissertation, Luleå University of Technology).
- Leppänen, S., Kytölä, S., Jousmäki, H., Peuronen, S., & Westinen, E. (2014). Entextualization and resemiotization as resources for identification in social media. In *The language of social media* (pp. 112-136). Palgrave Macmillan, London.
- Litt, E. (2012). Knock, knock. Who's there? The imagined audience. *Journal of broadcasting & electronic media*, 56(3), 330-345.
- Litt, E., & Hargittai, E. (2016). The imagined audience on social network sites. *Social Media+ Society*, 2(1), 2056305116633482.
- Mandiberg, M. (Ed.). (2012). *The social media reader*. Nyu Press.
- Marwick, A. E., & boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 114-133.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Mjos, O. J. (2013). *Music, social media and global mobility: MySpace, Facebook, YouTube*. Routledge.

- Moriuchi, E. (2021). The Role of Technology in Social Media. In *Cross-Cultural Social Media Marketing: Bridging Across Cultural Differences*. Emerald Publishing Limited.
- Nelson-Field, K., & Taylor, J. (2012). *Facebook fans: A fan for life?* (Doctoral dissertation, Warc).
- Nissenbaum, H. (2020). *Privacy in context*. Stanford University Press.
- North, A. C., & Hargreaves, D. J. (2000). Musical preferences during and after relaxation and exercise. *American journal of psychology*, 113(1), 43-68.
- O'reilly, T. (2009). *What is web 2.0*. " O'Reilly Media, Inc."
- Orsatti, J., & Riemer, K. (2012). Identity and self-presentation: from a representational to a performative lens in studying social media engagement in organisations.
- Pokrop, J. (2019, 28 mei). *Social media users in the Netherlands & Belgium*. NapoleonCat. <https://napoleoncat.com/blog/social-media-users-in-the-netherlands-belgium/>
- Radocy, R. E., & Boyle, J. D. (2012). *Psychological foundations of musical behavior*. Charles C Thomas Publisher.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass communication & society*, 3(1), 3-37.
- Seargeant, P., & Tagg, C. (Eds.). (2014). *The language of social media: Identity and community on the internet*. Springer.
- Silverman, D. (Ed.). (2020). *Qualitative research*. Sage Publications Limited.
- Sloboda, J. A., O'Neill, S. A., & Ivaldi, A. (2001). Functions of music in everyday life: An exploratory study using the Experience Sampling Method. *Musicae scientiae*, 5(1), 9-32.
- Small, C. (1998). *Musicking: The meanings of performing and listening*. Wesleyan University Press.
- Sun, X., Sharples, S., & Makri, S. (2011). A user-centred mobile diary study approach to understanding serendipity in information research. *Information Research*, 16(3), 16-3.
- Sundén, J. (2003). *Material virtualities: Approaching online textual embodiment*. Peter Lang.
- The Telegraph. (2013). David Cameron hunts for new band after being banned from listening to The Smiths. By: Claire Carter, June 6, 2013.
- Wenger, E. (1998). Communities of practice: Learning as a social system. *Systems thinker*, 9(5), 2-3.
- Wesch, M. (2009). Youtube and you: Experiences of self-awareness in the context collapse of the recording webcam. *explorations in media ecology*, 8(2), 19-34.
- Zangwill, N. (2012). Listening to music together. *aesthj Journal*, 52(4), 379-389.
- Zappavigna, M. (2011). Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *New media & society*, 13(5), 788-806.

Zillmann, D., & Gan, S.-l. (1997). Musical taste in adolescence Hargreaves, D. J., & North, A. C. (1997). *The social psychology of music* (pp. 161–187). Oxford University Press.

APPENDICES

Appendix A Diary study log	72
Appendix B Interview guide	73
B1 English	73
B2 Dutch	78
Appendix C Interview transcripts	83
C1 Arnold	84
C2 Frida	97
C3 Dani	111
C4 Maurice	127
C5 Iris	137
Appendix D Initial coding scheme	149
Appendix E Final coding scheme	154
Appendix F Code frequency table	158
F1 Frequency table of the individual codes	158
F2 Frequency table of the code groups	165



Appendix A. Diary study - Research log

Naam participant: _____

Datum en Tijd	Social Media Platform*	Actor(s) <i>Wie zijn er betrokken bij dit moment van musicking**?</i>	Bron <i>Welke muziek wordt er gebruikt, in welke vorm en met welk doel?</i>	(Inter)actie <i>Wat wordt er gedaan? Bijv. posten, liken, delen, produceren of consumeren?</i>	Omgeving <i>Waar vindt het plaats? Bijv. timeline of comment-section? Privé of publiek?</i>	Uitkomst <i>Is er iets veranderd of mogelijk gemaakt door dit moment van musicking?</i>

* Facebook (F) of Instagram (I)

** Elke manier waarop of vorm waarin een individu interactie heeft met muziek is een moment van musicking (Small, 1998).

Appendix B1

Semi structured interview guide (eng)

Introduction

Thank you for agreeing to participate in this interview. I am interviewing you to better understand the motive of social media users for *musicking* online and how the act of *musicking* articulates identity and maintains sociality within the online landscape of social media. During this interview, I will refer to the verb ‘*musicking*’, which embraces all activities and forms of engagement associated with music. So, it comprises every way, shape or form, in which an individual interacts with music, which then can be considered to be an act of *musicking*.

There are no right or wrong answers to any of the questions, I am interested in your own experiences. Participation in this study is voluntary and all responses will be kept confidential. This means that your de-identified interview responses will only be shared with my thesis supervisors. I will ensure that any information included in the report does not identify you as the respondent. You may decline to answer any question or stop the interview at any time and for any reason.

The interview should take approximately one hour depending on how much information you would like to share. With your permission, I would like to audio record the interview because I don’t want to miss any of your comments. Are there any questions about what I have just explained? May I turn on the digital recorder?

This semi-structured interview guide only represents the main themes to be discussed with the participants and therefore does not include the various prompts that may also be used (examples given for each question). Non-leading and general prompts will also be used, such as “can you please tell me a little bit more about that?”.

Throughout the interview, data from the diary studies will be used as prompts for discussion. This data was gathered prior to the interview by the respondents themselves. I, as the interviewer, keep a copy of the filled in forms of the completed diary study in front of me on the table. This allows me to refer to it at any time during the interview.

Establishing Rapport

Before we begin, it would be nice if you could tell me a little bit about yourself.

[Tailor a question here to specific person and/or situation. For example: “ This is a nice neighborhood, how long have you been living here?”]

1. Getting to know you

Can you please start with a short introduction of yourself?

Prompts: Individuals can indicate their age, sex, and city of residence.

How important are music and social media in your life?

[When needed, introduce ten-point scale, from 1 = not at all to 10 = extremely]

Prompts: Can you give me an estimation of the hours you listen to music and interact on social media on an average daily basis? What role does music/ social media play in your life?

I just gave a description of the act of *musicking*. Can you give me a personal example of when you *musicked* on social media?

Prompts: How do you actually experience *musicking*? What stands out for you about that experience? Was there anything you particularly liked about *musicking* online?

2. Music & Identity

Can you state respectively the extent to which music is central to your identity?

[When needed, introduce ten-point scales, from 1 = not at all to 10 = extremely]

Prompts: Can you give an example of a moment in your life where music shaped (a part of) your identity? Do you perceive music as resource for – or a medium about identity? How does music serve as a resource for articulating identity for you?

Are there more ways in which music tied to identity in your view?

Prompts: How useful or not useful is *musicking* in helping the formation of identity? How do you look for and/ or find the right music that mirrors you identity, ideology, and/ or beliefs?

Is there a single way in which you identify with music/ music articulates your identity, or are there multiple?

Prompts: Can you elaborate a bit more on these musical identifications? Can you explain why you identified with music in this way?

Does music provide you with examples/ desires of who you would like to become or what you would like to achieve?

Prompts: Is this also mirrored in you acts of *musicking*?

On average, are you public with the music you listen to, or do you carefully curate what to make public and what to keep private?

Prompts: Do you perceive your acts of *musicking* as intertwined with the social world or as an ostensibly "private" experiences?

When you are listening to a song, do you feel connected with the artist and with the artists' other listeners?

Prompts: Does music make you feel part of a collective identity? Can you explain this using an example from your completed ‘diary study’ form?

I will now summarize three terms. Can you explain for each term to what extent this applies to your personal reasons for *musicking*? [name ‘self-presentation’, ‘interpersonal relationships’ and ‘expression of emotional states’]

Prompts: Does *musicking* function as a form of management of your self-identity? Does *musicking* function as a form of management of your interpersonal relationships? Does *musicking* function as a form of management of your mood?

3. Social media usage (general)

Nowadays, social media are to a greater extent accessed via mobile devices. Does this increase the extent to which social media are integrated into the routines of your daily life?

Prompts: Does this also mean that music and *musicking* are more/ less integrated into the routines of your daily life?

In a typical session, how long do you use domestic SNS?

Prompts: How do you mainly access the SNS? Through your phone or computer, for example?

What are your personal motives for using the social media platforms Facebook and Instagram?

Prompts: For example, letting people know you care about their feelings, staying in touch with people who understand you, talk about your problems, feeling involved with what happens with others or staying informed of occasions and events?

Do you use the social media platforms of Facebook and Instagram for different purposes?

Prompts: Do you actively look for, and employ these social media platforms to meet particular needs?

How often do you add information about yourself on your own SNS site so that your friends can see?

Prompts: For example, update your status or upload photos?

How often do you check-out friends' updates without sharing or responding to the update?

Prompts: For example their shared posts, photos or statuses?

How often do you look at your friends' updates and share or respond to the updates, initiating a personal interaction?

Prompts: For example, a private message, birthday wish, tagging a friend or initiating a post on a friend's wall?

4. Online Identity

Do you see social media as an extension of who you are and/ or as an extension of your social life?

In what ways do you articulate and/ or construct your online identity on social media platforms?

Prompts: Do you think that identities in general on social media are transparent or, rather, performed?

Do the social media channels of Facebook and Instagram provide you with [enough] 'ques'/ 'opportunities'/ 'material' for the performance of identity?

Prompts: In what ways do the resources available online for performing identity differ from offline situations? Is there any difference between Facebook and Instagram in how these platforms allow you to present yourself? Do the individual social media channels influence how you perform your online identity [whether or not through *musicking*]?

Do you use music to communicate your identity to others on social media?

Prompts: Does music do this effectively?

Do you seek commonality [what you have in common with others] and/ or connectedness [ties linking you to other individuals] when you perform identity online?

5. The language of social media

In an online environment, individuals communicate not through being present face-to-face, but mainly through 'language use'. Does this have an impact on how you relate to- and communicate with other people [social media users] online?

Prompts: Can you explain this using an example from your completed 'diary study' form?

How would you describe the 'language' of social media? What is the function of music in the multi-media language of social media?

Prompts: How does music circulate on social media? Who/ what regulates how music is shared among SNS users (e.g. the structure of the social media platform)?
The identity cues that are ‘given’ by social media users are also conveyed through ‘language use’, instead of being present face-to-face. Do you think makes it easier or harder to portray your identity online?

6. *Musicking* online

What are the motives that underlie your personal reasons for *musicking* on social media?

Prompts: Does the act of *musicking* effectively satisfy those motives? If so, how useful or not useful was the music itself in helping you satisfy those motives? Do social networking sites themselves afford certain kinds of *musicking*?

Do you attribute subjective meaning to the music you share and/ or display on social media?

Prompts: Do these ‘attachments’ you form to the music constitute a feeling of being together in any way?

Do you feel more passive or active while *musicking* online?

Prompts: Do you feel you have the ability to shape, share and reframe music in ways that you see fit? Does this ability differ between Instagram and Facebook?

Do you carefully curate the musical contents on your personal profile on social media?

Prompts: Can you explain this using an example from your completed ‘diary study’ form?

If I would take a look at all the music you have shared over time on social media, would that successfully provide a depiction of who you were over time, who you are or aim to be?

Prompts: Does it portray something that you are, or something that you would like to be [an ideal]?

[Take example from retrieved social media data]

Let’s take a look at the music [song] you shared a while ago, do you still recall how, at the time, the music meaningfully fitted the context?

If we would reposition the song to, let’s say, a present-day social media post, would it still fit that new context?

Prompts: Do you think the music is inextricably linked to the context in which it is shared on social media?

Does the meaning of the music change when it is remodified into different contexts/ social media surroundings?

Prompts: Do you think that there are multiple levels of competence in the use and re-use of music [*musicking*] and the values attached to it? Can you give an example?

Is relocating music to *your* online discourses and repertoires, a way of performing identity on social media?

Prompts: To what extent, then, does the music reflect its original use and meaning?

7. Online sociality

How would you describe the online social dynamics of social media?

Prompts: Do you visibly display the network connections you have made through SNS [e.g. the visible display of a network of followers (Instagram) or friends (Facebook)]?

What kind of connective and communicative possibilities do social networking platforms provide for you?

Prompts: In what ways does it vary from or extend the types of social interaction that are available ‘offline’?

How do you interact with other people on social media? Is there any difference between Facebook and Instagram?

Prompts: What possible roles does music play in these interactions? Do you often pass along or recommend music on social media?

In what ways do you come together [online] with other people through SNSs?

Prompts: Do you belong to any kind of online group(s)? What are these groups distinguished by (e.g. similar backgrounds, mutual interests, ambient affiliation, and/or the extension of offline groups)? What role does music play within this group? Are you part of communities on social media surrounding the subject of music?

How do you experience the role of music in interpersonal and inter-group relationships? Is this different online?

Prompts: In which ways does *musicking* contribute to the maintenance of online sociality? What are the reasons you think other people *musick* online?

When you *musick* online, do you actively seek out connectedness or interaction with other social media users?

Prompts: Can you tell me about how you experience collective identity through music? Can you tell me about music's role as a 'mediator' of the social world?

Do you form conceptualizations in your mind of the people with whom you are communicating/*musicking* online?

8. Imagined audiences

When you *musick* on social network sites like Facebook and Instagram, whom do you imagine as your audience? How would you describe this [imagined] audience?

Prompts: Do you have a sub-audience in mind (e.g. friends who like the same rock band)? Would you conceptualize it as either a large, abstract audience or a more targeted distinct audience? Do you see the audience that is possible online as infinite? Does this audience differ based upon the social media platform you use?

[Affirmatively repeat previously given answer] So, with this type audience in mind, does the audience have impact on you portray your identity online?

Prompts: Do you feel like you must negotiate ways of interacting while, at the same time, present yourself in the same way to a variety of potential audiences?

Does the mental conceptualization of the audience function as a guide for sharing or posting what is appropriate and relevant on social media?

Prompts: Is it for you easier/ harder to present your *self* through SNSs or in real-life (offline) situations?

9. Elaboration on diary studies

[Break included in the interview to devote to the completed 'diary studies' form. This provides the option to ask in-depth questions if this adds useful information to the interview.]

Prompts: How did you come to engage with music in that way at that time? Has engagement with music afforded anything? Was anything changed, achieved or made possible by this act of *musicking*? And had this process altered any aspect of item 1 above?

10. Final questions

Is there anything else that you would like to comment on that we haven't discussed today? Thank you very much for your time and the information you shared today.

Appendix B2

Interview-wijzer (nl)

Introduction

Bedankt voor jouw deelname aan dit interview. Ik interview je om een beeld te krijgen van de intenties en motieven van gebruikers van sociale media om online te “*musicken*” en hoe de handeling van “*musicking*” identiteit uitdrukt/ profileert en sociale banden onderhoudt binnen het online landschap van sociale media. Tijdens dit interview zal ik verwijzen naar het werkwoord “*musicking*”, dat alle activiteiten en vormen omtrent muziek omvat. Het omvat dus elke manier, vorm of actie waarin een individu interactie heeft met muziek, wat dus kan worden beschouwd als een daad van *musicking*.

Er bestaan geen goede of foute antwoorden op de vragen, ik ben geïnteresseerd in jouw eigen ervaringen. Deelname aan dit onderzoek is vrijwillig en alle gegeven informatie wordt vertrouwelijk behandeld. Dit betekent dat uw geanonimiseerde interviewantwoorden alleen worden gedeeld met mijn scriptiebegeleiders. Ik zal ervoor zorgen dat de informatie in het rapport jou niet als de respondent kan identificeren. Je kunt op elk moment en om welke reden dan ook bepalen om een vraag niet te beantwoorden of het interview te stoppen.

Het interview duurt ongeveer een uur, afhankelijk van hoeveel informatie u je wilt delen. Met jouw toestemming wil ik een audio-opname maken van het interview, zodat ik het makkelijk kan terugluisteren en verwerken. Heb je vragen over wat ik zojuist heb uitgelegd? Mag ik de digitale recorder inschakelen?

Deze semi-gestructureerde interviewgids geeft alleen de hoofdthema's weer die met de deelnemers besproken worden en bevat dus niet de verschillende sub-vragen die ook gebruikt kunnen worden. In plaats daarvan worden er niet-leidende en algemene prompts gebruikt, zoals "kunt u me daar alstublieft wat meer over vertellen?". Voorbeelden van mogelijke prompts worden gegeven bij elke vraag.

Tijdens het interview zullen gegevens uit de dagboek-studies worden gebruikt als aanleiding voor vragen en discussie. Deze gegevens zijn voorafgaand aan het interview verzameld door de respondenten zelf. Ik bewaar als interviewer een kopie van de ingevulde formulieren van de voltooide dagboek-studie voor me op tafel. Hierdoor kan ik er op elk moment van het interview naar verwijzen.

Begin interview

Voordat we beginnen, zou het leuk zijn als je me wat over jezelf zou kunnen vertellen.

[Stem een vraag af op de respondent in kwestie en/ of situatie. Bijvoorbeeld: "Dit is een leuke buurt, woon je hier al lang?"]

1. Leren kennen

Kun je alstublieft beginnen met een korte introductie van jezelf?

Prompts: Individuen kunnen hun leeftijd, geslacht en woonplaats aangeven.

Hoe belangrijk zijn muziek en sociale media in jouw leven?

[Voer indien nodig een tien-puntsschaal in, van 1 = helemaal niet tot 10 = extreem]

Prompts: Kun je mij een schatting geven van het aantal uren dat je dagelijks naar muziek luistert en het aantal uren dat je ongeveer per dag op sociale media doorbrengt? Welke rol speelt muziek / sociale media in jouw leven?

Ik heb net een beschrijving gegeven van de handeling van *musicking*. Kun je me een persoonlijk voorbeeld geven van wanneer je op sociale media hebt *ge-musicked*?

Prompts: Hoe ervaar jij *musicking*? Wat valt er voor jou op aan die ervaring? Is er iets dat je in het bijzonder leuk vindt aan online *musicking*?

2. Muziek en identiteit

Kun je aangeven in hoeverre muziek centraal staat binnen jouw eigen identiteit?

[Voer indien nodig een tien-puntsschaal in, van 1 = helemaal niet tot 10 = extreem]

Prompts: Kun je een voorbeeld geven van een moment in jouw leven waarin muziek (een deel van) jouw identiteit heeft gevormd? Zie je muziek als een bron voor - of een medium over identiteit? Dient muziek als een hulpmiddel om jouw identiteit te verwoorden/ uit te drukken?

Zijn er, volgens jou, meer manieren waarop muziek aan identiteit is gekoppeld?

Prompts: Hoe nuttig of niet nuttig is *musicking* bij het helpen vormen van identiteit? Hoe zoek en/ of vind je de juiste muziek die je identiteit, ideologie en/ of overtuigingen goed weerspiegelt?

Is er één manier waarop jij je identificeert met muziek (of waarop muziek jouw identiteit verwoordt), of zijn er meerdere?

Prompts: Kun je wat meer vertellen over deze muzikale identificaties? Kunt u uitleggen waarom jij je op deze manier met muziek identificeerde?

Geeft muziek je voorbeelden/ verlangens over wie je zou willen worden of over wat je zou willen bereiken?

Prompts: Wordt dit ook weerspiegeld in jouw manieren van *musicking*?

Bent je, over het algemeen, openbaar met de muziek waarnaar je luistert, of beheer je zorgvuldig wat je openbaar maakt en wat je privé houdt?

Prompts: Beschouw jij jouw *musicking* als verweven met de sociale wereld of als een ogenschijnlijke privé ervaring?

Voel je je tijdens het luisteren van muziek verbonden met de artiest en met de andere luisteraars van de artiesten in kwestie?

Prompts: Geeft muziek jou het gevoel dat je deel uitmaakt van een collectieve identiteit? Kun je dit uitleggen aan de hand van een voorbeeld uit jouw ingevulde 'dagboekstudie' formulier?

Ik zal nu drie termen samenvatten. Kunt u per term uitleggen in hoeverre dit van toepassing is op jouw persoonlijke redenen om te *musicken*? [noem 'zelfpresentatie', 'interpersoonlijke relaties' en 'uitdrukking van emotionele gemoedstoestanden']

Prompts: functioneert *musicking* als een vorm van beheer van uw persoonlijke identiteit?

Functioneert *musicking* als een vorm van beheer van uw interpersoonlijke relaties?

Functioneert *musicking* als een vorm van beheer van uw gemoedstoestand?

3. Gebruik van sociale media (algemeen)

Tegenwoordig zijn sociale media in toenemende mate toegankelijk via mobiele apparaten. Verhoogt dit de mate waarin sociale media zijn geïntegreerd in de routines van jouw dagelijkse leven?

Prompts: Betekent dit ook dat muziek en *musicking* meer/ minder geïntegreerd zijn in de routines van jouw dagelijkse leven?

Hoeveel tijd maak jij gebruik van sociale media in een “typische sessie”?

Prompts: Hoe verkrijg je voornamelijk toegang tot de SNS? Bijvoorbeeld via je telefoon of computer?

Wat zijn uw persoonlijke drijfveren om de sociale mediaplatforms Facebook en Instagram te gebruiken?

Prompts: Denk bijvoorbeeld aan mensen laten weten dat je om ze geeft, in contact blijven met mensen die je begrijpen, over je problemen praten, je betrokken voelen bij wat er met anderen gebeurt of op de hoogte blijven van gelegenheden en gebeurtenissen?

Gebruik je de social media platforms Facebook en Instagram voor verschillende doeleinden?

Prompts: Zoek je actief naar deze sociale mediaplatforms en gebruikt je deze om bepaalde behoeften te voldoen?

Hoe vaak voeg je informatie over jezelf toe aan jouw eigen SNS-profiel, zodat je vrienden het kunnen zien?

Prompts: Bijvoorbeeld je status bijwerken of foto's uploaden?

Hoe vaak bekijk je updates van vrienden zonder deze update te delen of erop te reageren?

Prompts: Bijvoorbeeld hun gedeelde berichten, foto's of statussen?

Hoe vaak kijk je naar de updates van jouw vrienden en deel of reageer je op de updates, waardoor een persoonlijke interactie ontstaat?

Prompts: Bijvoorbeeld een privébericht, verjaardagswens, een vriend taggen of een bericht plaatsen op de tijdlijn van een vriend?

4. Online identiteit

Zie jij social media als een verlengstuk van wie je bent en/ of als een verlengstuk van je sociale leven?

Op welke manieren articuleert en/ of construeer jij je online identiteit op sociale mediaplatforms?

Prompts: Denk je dat identiteiten op sociale media in het algemeen transparant zijn of, anders gezegd, worden uitgevoerd?

Bieden de sociale mediakanalen van Facebook en Instagram jou [genoeg] ‘vragen’ / ‘kansen’ / ‘materiaal’ voor het uitdrukken van identiteit?

Prompts: In welke opzichten verschillen de online beschikbare bronnen voor het uitdrukken van identiteit van offline situaties? Is er een verschil tussen Facebook en Instagram in de manier waarop je je op deze platforms kunt presenteren? Beïnvloeden de individuele sociale mediakanalen hoe jij jouw online identiteit uitdraagt [al dan niet door middel van *musicking*]?

Gebruik je muziek om je identiteit op sociale media naar anderen uit te dragen?

Prompts: doet muziek dit effectief?

Zoek je gemeenschappelijkheid [wat je gemeen hebt met anderen] en/ of verbondenheid [banden die je verbinden met andere individuen] wanneer je je online identiteit uitdraagt?

5. De taal van sociale media

In een online omgeving communiceren individuen niet door persoonlijk aanwezig te zijn, maar voornamelijk door ‘taalgebruik’. Heeft dit invloed op hoe je online omgaat - en communiceert met andere mensen [gebruikers van sociale media]?

Prompts: Kun je dit uitleggen aan de hand van een voorbeeld uit uw ingevulde ‘dagboekstudie’ formulier?

Hoe zou je de ‘taal’ van sociale media omschrijven? Wat is de functie van muziek in de multimedia-taal van sociale media?

Prompts: hoe circuleert muziek op sociale media? Wie/ wat regelt hoe muziek wordt gedeeld onder SNS-gebruikers (bijvoorbeeld de structuur van het social media platform)? De identiteits-signalen die door gebruikers van sociale media worden 'gegeven', worden ook overgebracht via 'taalgebruik', in plaats van *face-to-face* aanwezig te zijn. Denk je dat dit het gemakkelijker of moeilijker maakt om je identiteit online uit te drukken?

6. Musicking online

Wat zijn de motieven die ten grondslag liggen aan jouw persoonlijke redenen om op sociale media te *musicken*?

Prompts: Bevredigt het *musicken* effectief die motieven? Zo ja, hoe nuttig of niet nuttig was de muziek zelf om u te helpen bij het bevredigen van die motieven? Bieden sociale netwerksites zelf bepaalde vormen van *musicking* aan?

Ken je een subjectieve betekenis toe aan de muziek die je deelt en/ of weergeeft op sociale media?

Prompts: Dragen deze 'betekenissen' die je aan de muziek linkt op een of andere manier bij aan een gevoel van samenzijn?

Voel je je passief of actief tijdens het online *musicken*?

Prompts: Heb je het gevoel dat je de mogelijkheid hebt om muziek vorm te geven, te delen en opnieuw te kaderen op een manier die je online nodig acht? Verschillen deze mogelijkheid op Instagram en Facebook?

Stel je de muzikale inhoud van je persoonlijke profiel op sociale media zorgvuldig samen?

Prompts: Kun je dit uitleggen aan de hand van een voorbeeld uit uw ingevulde 'dagboekstudie' formulier?

Als ik alle muziek zou bekijken die je in de loop van de tijd op sociale media hebt gedeeld, zou dat dan een goed beeld geven van wie je in de loop van de tijd was, wie je bent of wilt zijn?

Prompts: Beeldt het iets uit dat je bent, of iets dat je graag zou willen zijn [een ideaal]?

[Kies een voorbeeld aan de hand van de sociale media gegevens aangedragen door de respondent]

Laten we eens kijken naar de muziek [nummer] die je een tijdje geleden hebt gedeeld, weet je nog hoe de muziek in kwestie destijds op een zinvolle manier in de context paste?

Als we het nummer zouden verplaatsen naar, laten we zeggen, een hedendaagse post op sociale media, zou het dan nog steeds in die nieuwe context passen?

Prompts: Denk je dat de muziek onlosmakelijk verbonden is met de context waarin deze op sociale media wordt gedeeld?

Verandert de betekenis van de muziek wanneer deze wordt gemodificeerd naar verschillende contexten/ sociale media omgevingen?

Prompts: Denk je dat er meerdere competentieniveaus zijn in het gebruiken en hergebruiken van muziek [*musicking*] en de waarden en betekenissen die eraan verbonden zijn? Kun je een voorbeeld geven?

Is het verplaatsen van muziek naar jouw online tijdlijnen, profielen en repertoires een manier om identiteit uit te dragen op sociale media?

Prompts: In hoeverre weerspiegelt de muziek dan het oorspronkelijke gebruik en de oorspronkelijke betekenis?

7. Online socialiteit

Hoe zou je de online sociale dynamiek van sociale media omschrijven?

Prompts: Geef je zichtbaar je netwerk weer die je via SNS hebt gemaakt [bijv. de zichtbare weergave van een netwerk van volgers (Instagram) of vrienden (Facebook)]?

Welke connectieve en communicatieve mogelijkheden bieden sociale netwerkplatforms voor jou?

Prompts: op welke manieren verschilt het van of vormt het een aanvulling op de soorten sociale interactie uit die 'offline' beschikbaar zijn?

Hoe ga je om- en heb je interactie met andere mensen op sociale media? Is er een verschil tussen Facebook en Instagram?

Prompts: Welke mogelijke rol speelt muziek in deze interacties? Geef je vaak muziek door of beveel je deze aan op sociale media?

Op welke manieren kom je [online] samen met andere mensen via SNS'en?

Prompts: Behoor je tot één of meer online groep(en)? Waarin onderscheiden deze groepen zich (bijv. gelijkaardige achtergronden, wederzijdse belangen, ambient affiliaties en/ of de uitbreiding van offline groepen)? Welke rol speelt muziek binnen deze groep? Maak je deel uit van communities op sociale media rond het onderwerp muziek?

Hoe ervaar je de rol van muziek in interpersoonlijke- en groepsrelaties? Is dit online anders?

Prompts: Op welke manieren draagt *musicking* bij aan het in stand houden van online sociale contacten? Wat zijn de redenen waarom andere mensen volgens jou online *musicken*?

Zoek je actief naar verbondenheid of interactie met andere gebruikers van sociale media wanneer je online *musickt*?

Prompts: Kun je me vertellen hoe je collectieve identiteit ervaart door middel van muziek?

Kun je me vertellen over de rol van muziek als 'bemiddelaar' van de sociale wereld?

Vorm je in gedachten een beeld van de mensen met wie je online communiceert/ *musickt*?

8. Imagined audiences

Als je op sociale netwerksites zoals Facebook en Instagram *musickt*, wie stel je je dan voor als je publiek? Hoe zou je dit [ingebeelde] publiek omschrijven?

Prompts: Heb je een bepaald sub-publiek in gedachten (bijvoorbeeld vrienden die van dezelfde rockband houden)? Zou je het zien als een groot, abstract publiek of een meer duidelijk gericht publiek? Zie jij het publiek dat online mogelijk is als oneindig? Verschilt dit publiek op basis van het sociale mediaplatform dat je gebruikt?

[Eerder gegeven antwoord bevestigend herhalen] Dus, zou je zeggen dat, met dit type publiek in gedachten, dit invloed heeft op hoe je je identiteit online uitdrukt?

Prompts: Heb je het gevoel dat je moet onderhandelen over- of schipperen tussen verschillende manieren van interactie? Of probeer je jezelf tegelijkertijd op dezelfde manier te presenteren aan een verscheidenheid aan potentiële doelgroepen?

Functioneert de mentale beeldvorming van het publiek als een gids voor het delen of posten van wat gepast en/ of relevant is op sociale media?

Prompts: Is het voor jou gemakkelijker/ moeilijker om jezelf te presenteren via SNS'en of in real-life (offline) situaties?

9. Uitwerking van dagboekstudies

[Ruimte opgenomen in het interview om te wijden aan het ingevulde formulier 'dagboekstudies'. Dit biedt de mogelijkheid om diepgaande vragen te stellen als dit een waardevolle toevoeging is aan het interview.]

Prompts: Hoe ben je, op dat moment, op die manier met muziek gaan omgaan?

Heeft de interactie met muziek iets opgeleverd? Is er iets veranderd, bereikt of mogelijk gemaakt door dit moment van *musicking*? En had dit proces enig aspect van punt 1 hierboven veranderd?

10. Laatste vragen

Is er nog iets waar je iets over wilt zeggen dat we vandaag niet hebben besproken? Heel erg bedankt voor je tijd en de informatie die je vandaag hebt gedeeld.

APPENDIX C

INTERVIEW TRANSCRIPTS

Appendix C1 Arnold	84
Appendix C2 Frida	97
Appendix C3 Dani	111
Appendix C4 Maurice	127
Appendix C5 Iris	137



Location of interview: Arnold's living room
Length of interview: 68 minutes

Interviewee: Arnold
Age: 28

C1

Interviewer: Lisa Holweg
List of Acronyms: IN=interviewer, R1=Arnold
Identifier: R1 (respondent 1)

[Begin Transcripts 00:00:00]

- IN Kun je alsjeblieft beginnen met een korte introductie van jezelf?
- R1 Hallo, ik ben Arnold. Geboren op dertig juni 1989, dat maakt mij nu eenendertig jaar oud. Ik ben opgegroeid in Bathmen, geboren in Deventer; een klein dorpje net naast Deventer. Ja, nu woonachtig in [removed, ed.]. Tussendoor overal in Nederland een beetje, gewoond, gewerkt... Den Haag, cruiseschepen door Europa. Nu werkzaam in een gespecialiseerde schoenenwinkel. Hotelschool gestudeerd.
- IN Interessant. En zou je voor mij ook kunnen aangeven hoe belangrijk muziek en social media zijn in jouw leven?
- R1 [Respondent zucht] Pfff....
- IN Als je dat een moeilijk vindt om te beantwoorden kun je het een cijfer geven van één tot tien en één is helemaal niet belangrijk en tien is extreem belangrijk. En dan hoe belangrijk muziek en sociale media voor jou zijn.
- R1 Nou, ik begin met sociale media, ja, vooral Facebook gebruik ik wel elke dag al is het om een beetje het nieuws bij te houden en te zien wie er jarig is. Als kalender eigenlijk, en ja, ik gebruik het veel eigenlijk voor leuke vogels die kan tegenkomen in de buurt en waar. Dus ik zou zeggen wel een zeven. Ehm, ik ben echt niet... Niet dat ik het heel gauw mis als ik het even niet heb geopend, maar ik denk wel dat het, ja, toch wel redelijk belangrijk en normaal in ons leven geworden is. Misschien voor de rest... Instagram heb ik wel, dus daar *scroll* ik wel eens overheen ja. Maar minder.
- IN En als het gaat over muziek?
- R1 Ja, muziek is zeker belangrijk. Ik denk dat dat bijna voor iedereen wel belangrijk is, maar als ik kijk naar vrienden en, ehm, mensen die dichtbij me staan kijk, dan... die kunnen bijvoorbeeld niet in de bus zitten of niet op de fiets stappen zonder muziek, dat heb ik totaal niet, maar... muziek is heel mooi en heel belangrijk en een sfeer aangever. Ik dans ook graag dus ja... Dat is ook moeilijker zonder muziek. Ik zou zeggen, een acht.
- IN En kun je ook een inschatting maken van hoeveel uur per dag je gemiddeld op social media zit of dat je naar muziek luistert? Ik hoor bijvoorbeeld dat je Facebook dagelijks, meerdere malen per dag checkt.
- R1 Ja, ik zou zeggen Facebook een half uur tot uur per dag. Muziek luisteren, dat vind ik moeilijk. Op werk staat het niet echt aan, maar als dat wel zou zijn dan zou ik dat ook prima, zeg maar, per dag beluisteren. Dat komt ook omdat het een, soort van, in en uit het onderbewuste komt, de muziek. Dan staat het misschien aan, maar dat je er niet bewust naar luistert waardoor het heel moeilijk is om bij te houden hoeveel uur je daadwerkelijk... In de supermarkt staat ook

altijd muziek op, maar als je aan iedereen vraagt die dan net naar buiten loopt, weet hij niet meer welk nummertje daar opstond.

- IN Oké. Ik heb zojuist een beschrijving gegeven van het werkwoord *musicking*, kun je me een persoonlijk voorbeeld geven van wanneer je op sociale media hebt *ge-musicked*? Je mag ook een voorbeeld nemen uit de *diary studies* [wijst naar formulier] om het te onderbouwen.
- R1 Nou, ik zou bijvoorbeeld een band of een DJ, of iets dergelijks, waar ik fan van ben, daar gewoon een nummer van delen en zeggen “dit is te gek”.
- IN Oké, dus het is alleen puur het aanprijzen en het aanraden? Of gebruik je het soms ook wel eens ter vervanging van een sociale interactie die je misschien anders met woorden zou omschrijven?
- R1 Misschien ook een beetje om een *mood* of een sfeer aan te geven. Dat je bijvoorbeeld naar een festival bent geweest en daar deze band of DJ gezien hebt, en dan dus deelt van “dit weekend Lowlands was te gek”, en dat je daar dan een hyperlink van een band of een DJ aan koppelt.
- IN Dus die omschrijving van *musicking*, daar kun jij je wel herkennen en hoe je dat in je eigen leven toepast?
- R1 Ja, denk ik wel. Nou ja, lang niet zo actief als dat ik vroeger deed. Maar vroeger toen ik nog wel veel meer festivals ging, of zo, en dat je je een soort van in die *underground scene* begeeft was het altijd wel tof om dan de eerste release te kennen van de zeg maar Nina Kraviz [techno DJ, ed.] of zo. Dat was dan ook een beetje verbonden aan een soort van sociale status. Dan wil je herbevestigen dat jij wel de *early adopter* was van die muziek. En dat jij in ieder geval heel erg in die *scene* zat. Soort van jezelf laten wortelen in die *scene*.
- IN Interessant! De volgende vragen zullen gaan over het onderwerp muziek en identiteit. De eerste vraag is; kun je aangeven in hoeverre muziek centraal staat binnen jouw eigen identiteit. Wederom, als je dit een lastige vraag vindt om te beantwoorden mag je weer gebruik maken van de tien-puntenschaal en het een cijfer geven.
- R1 Ja, dat vind ik wel moeilijk...
- IN Je zou ook mogen beginnen met een voorbeeld geven van een moment in jouw leven waarin muziek een deel van jouw identiteit heeft gevormd.
- R1 Nou ja, ik denk dat ik het vroeger... Dat ik op deze vraag... dat is dan de middelbare school zeg maar, vanaf de eerste, dus dertien jaar oud, dat dit een negen was geweest, en dat dit nu een soort van afgezwakt is naar een zes of zeven ofzo.
- IN Kun je ook uitleggen waarom dat van een negen naar een zeven is gegaan?
- R1 Ja, vroeger, zeg maar als jong kind, wil je toch wel wat liever bij een soort clubje horen of je een beetje ergens mee identificeren. En dat was toentertijd voor mij, was dat skater en skater muziek. Dat was Limp Bizkit, Linkin Park; gewoon een beetje de nu-metal van toen. En dat was, ja, je droeg je kleding zo je gedroeg je zo, je deed je petje precies zoals Fred Durst [frontman Limp Bizkit, ed.], je kocht een skateboard en een BMX omdat zij dat ook hadden en dat was eigenlijk hoe je je leven draaide. En dat, naarmate je ouder wordt, tenminste in mijn geval, is dat gaan afnemen. Daardoor kleeft ik me niet meer naar de muziek die ik graag luister en word je, denk ik, wat zekerder, waardoor je niet daarin bevestiging zoekt.
- IN En diende muziek dan ook als een soort van hulpmiddel om jouw identiteit te kunnen uitdrukken; als een soort van referentie middel?

- R1 Ja, zeker weten.
- IN En zie je muziek nog steeds zo gebruikt worden? Om je heen in je omgeving, of door jezelf?
- R1 Ik denk dat dat zeker weten nog steeds zo is en voor altijd zal blijven, en niet alleen bij jongeren. Maar ik denk voor een groot deel bij jonge mensen die zich graag identificeren met zoiets en dat daardoor *musicking* makkelijk wordt uitgevoerd door jongeren mensen, en zij zijn, de jongere mensen, ook een beetje de doelgroep van *social media*. Want ik denk dat daar nog wel het meest te halen valt ofzo.
- IN Oké, en zijn er volgens jou nog meer manieren waarop muziek aan identiteit is gekoppeld?
- R1 Nou ja, natuurlijk, van slavernij muziek tot ja... Maar misschien heeft dat ook wel een beetje dezelfde raakvlakken. Dus een soort van gedeelte smart, gedeeld leed, gedeelde... gedeeld iets...
- IN En voor jou persoonlijk, hoe vindt of vond je de juiste muziek die op een bepaald moment jouw identiteit, jouw ideologie en jouw overtuigingen het beste weerspiegelde?
- R1 Ja, dat was vroeger toch wel een beetje MTV en TMF en ook een beetje de rond omheen programma's. MTV was er natuurlijk goed in met Jackass en al dat soort, een beetje de *side quests* die ze hadden op MTV waarin die levensstijl ook, ja, samengevoegd werd met een beetje die rockmuziek en *scene*.
- IN Oké, maar MTV en TMF die hebben hun hoogtijdagen al gehad. Denk je dat er nu andere mediakanalen zijn...
- R1 Ik denk dat dat zeker nu op Facebook, Twitter, Instagram; dat dat die kanalen volledig zijn geworden. Maar ja, dat landschap is natuurlijk veel opener heb je veel meer interactie mee. Kijk, MTV kan alleen maar zenden en ontvangen, dus nu kunnen ze eigenlijk nog veel duidelijker, nog veel gericht...
- IN Denk je dat dat invloed heeft gehad op hoe mensen zich nu in identificeren met muziek?
- R1 Nou ja, ik denk dat zo'n nieuwe generatie zich ook wel weer goed kan wapenen tegen zoiets. Dat zij ook wel gewend zijn, meer gewend zijn, aan sociale media en daardoor ook wel de gevaren beter kennen misschien.
- IN En stel dat jij nu op de leeftijd was geweest waarin je dus skater was en die muziek luisteren, en je was dat vandaag de dag geweest en je zat op Facebook en *social media*, denk je dan dat je op dezelfde manier die verbinding had gevonden met die muziekstroming?
- R1 Ja.
- IN Oké, en is er één manier waarop jij je identificeert met muziek of waarop muziek jouw identiteit verwoordt, of zijn er meerdere?
- R1 Heel veel.
- IN En waarom heel veel?
- R1 Tsja, muziek *taps into my emotions*, zeg maar. En als het dan gaat over emoties, dan gaat het ook over wie je begraven hebt met welke muziek, dat gaat ook over klassieke muziek die ik associeer met, bijvoorbeeld, zang van vogels. Elke muziek me raakt op zijn eigen manier, en dat hoeft niet per se iets met mijn identiteit te maken te hebben.

- IN Oké, dus voor jou staat identiteit los van de emoties die je ervaart bij het *musicken*?
- R1 Emoties en muziek, dat is een aparte bubbel dan “wie ben ik” en “hoe profileer ik mezelf”. Daar sta ik niet bij stil als ik denk, gewoon van “dit vind ik mooi”.
- IN Dus de naar Limp Bizkit luisteren de skater zou ook geëmotioneerd kunnen raken om een nummer van Céline Dion [lacht]?
- R1 [lacht] Ja, dat voelde inderdaad niet alsof ik toen m’n identiteit verloochende nee.
- IN En geeft of gaf muziek je voorbeelden of verlangens over wie je zou willen worden of over wat je zou willen bereiken; een soort van rolmodel daarin?
- R1 Nee, nu niet meer maar vroeger zeker, ja. Ik wilde hier heel graag ook heel goed kunnen skaten, beroemd worden met rocken, bepaalde stoere houding hebben...
- IN En werd het doen toen ook weerspiegeld in jouw manier van *musicking*? Zeg maar, interactie met muziek. Was die toen veel intenser?
- R1 Ja, zeker ja. Ik luisterde toen vaker en dan ga je ook bijvoorbeeld naar vrienden Cd’tjes branden met mekaar. En ja, dan nam je naar de skate baan dan een nieuw gebrand cd’tje mee. Dat moest dan wel natuurlijk nog goedgekeurd worden in je groep. Dat was wel even een zenuwachtig momentje... En zo nam iedereen wel eens wat mee en was er veel uitwisseling.
- IN En werd er ook wel een iemand afgewezen omdat hij slecht muziek had meegenomen?
- R1 Jawel, ik denk dat dat wel is gebeurd is. Kan me niet het moment voorstellen, maar ja...
- IN Oké, en ben je over het algemeen openbaar met de muziek waar je naar luistert of beheer je heel zorgvuldig wat je openbaar maakt en wat je privé houdt?
- R1 Nee, gewoon volledig openbaar.
- IN Iedereen zou alles mogen weten?
- R1 Ja, dat heet natuurlijk nu gewoon zo mooi *guilty pleasures*, weet je wel, dus je kunt alles gewoon toegeven. Ik denk dat iedereen om mij heen al open kaart daarover speelt.
- IN En voel je je, vandaag de dag, tijdens het luisteren van muziek verbonden met de artiest of bijvoorbeeld met de andere luisteraars van de artiest in kwestie?
- R1 Nee, eigenlijk ook lang niet meer zoveel als toen. Dus nu is het gewoon “ik vind dit mooi” en niet zozeer “dit is deze band en daar voel ik me fijn bij”, ofzo.
- IN Maar als je iets mooi vindt, maak je dan niet automatisch een connectie met de artiest?
- R1 Misschien altijd wel iets ja. Maar niet... Het is niet zo van “o dit moet wel een fijn nummer zijn want het is van hem”.
- IN Oké, en geeft muziekje dan ook vandaag de dag het idee dat je dus uitmaakt van een collectieve identiteit? Zoals uit je eerdere voorbeelden over vroeger over de collectieve skater identiteit met je vrienden, onder andere door de muziek.

- R1 Nou, dat heb ik misschien een klein beetje bij techno wat ik nog wel eens wil luisteren. Nog wel iets... Dat ik nog een klein beetje, dat commercieel DJ hatend maar wel techno DJ lovend wil zijn.
- IN Ik ga nu even kort samenvattend drie termen geven. Kun je per term uitleggen in hoeverre dit van toepassing is op jouw persoonlijke motivatie om te *musicken*? De eerste is zelfpresentatie, dus dan is de vraag “functioneert *musicking* als een vorm van beheer van je zelfpresentatie?”, dus je persoonlijke identiteit.
- R1 Ja, ik denk niet dat ik er zo mee te koop loop, maar ik denk wel dat dat het toch wel een beetje iets over je vertelt en dat je daardoor dus wel een beetje zorgvuldig bent in wat je laat zien. Het is daardoor wel iets wat je naar je hand kunt zetten en je voordeel kan geven.
- IN Oké, dan is de tweede term is “interpersoonlijke relaties”, dus verstandhoudingen die je hebt met bijvoorbeeld vrienden, familierelaties... Daarbij is de vraag “functioneert *musicking* als een vorm van beheer van je persoonlijke relaties?”. Dus dat muziek meehelpt om relaties te onderhouden?
- R1 Nou, ja, ik denk toch met veel oude vrienden die nog steeds bijvoorbeeld van Techno feestjes ken, of juist van die tijd, die skater tijd, dat het nog steeds een... weleens op sociale media of in app-groepen bijvoorbeeld zo met elkaar gedeeld wordt. Als er bijvoorbeeld nieuw album van Limp Bizkit wordt uitgebracht, dat dat dan daar gedeeld wordt.
- IN Heb je dat ook nog in alledaagse relaties, die dus niet per se over het verleden gaan?
- R1 Niet veel, ik zou zeggen nee. Maar misschien wel eens een keer als je samen komt en dat je dan muziek opzet en dat diegene zegt “wauw”, dat je dit nog weet, of dit nog steeds luistert, dan voel je wel een bepaalde verbintenis.
- IN Oké, de derde term is emotionele gemoedstoestanden, dus dan daar bijbehorend is de vraag “functioneert *musicking* als een vorm van beheer van je gemoedstoestand?”
- R1 Zeer zeker!
- IN Kun je daar ook onderbouwing bij geven?
- R1 Als ik bijvoorbeeld me een beetje droevig voel, ofzo, werkt altijd nogal stevige rockt heel goed, daar krijg ik een heel rustig gevoel van. Ehm, nouja, als je een beetje zin hebt om te keten een feesten dan is er altijd alles met een *beats per minute* tussen honderdtwintig en honderdveertig altijd goed, vind ik. Ja, in allerlei vormen en maten eigenlijk.
- IN Voornamelijk voor het bevestigen van de gemoedstoestand waar je in verkeert of het bereiken van de gemoedstoestand waar je in wil verkeren?
- R1 Beide kanten op! Multi inzetbaar.

[00:22:16]

- IN Oké, dat waren de vragen over muziek en identiteit, dan zou ik het nu graag willen hebben over sociale media in het algemeen. Tegenwoordig zijn sociale media in toenemende mate toegankelijk via mobiele apparaten. Verhoogt dit de mate waarin sociale media zijn geïntegreerd in de routines van jouw dagelijks leven, omdat ze zo gemakkelijk bereikbaar zijn?
- R1 Honderd procent!

- IN Oké, vol overtuiging! *Explain...*
- R1 Nou, ik gebruik het alleen op mijn telefoon. Dus als het niet bereikbaar was geweest op m'n telefoon dan had ik het misschien eens in de zoveel tijd op een website op een computer gedaan, maar ik zit eigenlijk nooit achter een computer. Dus daarom honderd procent.
- IN En is daardoor ook heel makkelijk om het te integreren in...
- R1 Je hele leven. Want het is altijd dichtbij en je maakt er ook altijd gebruik van op heel veel verschillende momenten.
- IN Oké, en betekent dit dan ook dat muziek en *musicking* meer geïntegreerd zijn geraakt in je leven door die sociale media?
- R1 Vast wel ja. Je hebt het niet altijd door denk ik, het is een beetje een soort sluikreclame, ook wel, ik zie vaak gesponsorde bands die ik leuk moet vinden volgens Facebook op m'n tijdlijn. En ik denk dat ik er ook heel veel niet opmerk. Maar vrienden sturen me ook wel eens een nummertje. Die interactie was er ook niet geweest zonder sociale media waarschijnlijk, zonder WhatsApp of Facebook, nee.
- IN En wat zijn jouw persoonlijke drijfveren om de sociale media platforms Facebook en Instagram te gebruiken?
- R1 Ja, dat wat ik op het begin zei eigenlijk; in de gaten houden wanneer iedereen jarig is, of er baby's worden geboren, of iedereen nog leeft [respondent gniffelt]; gezond is, vooral in de corona-tijd denk ik dat het soms wel een brug slaat tussen afstanden. En ook of er... waar vogels worden gespot een meehelpen met het determineren van vogels.
- IN Oké, leuk! Dat klinkt als heel veel leuke manieren om Facebook te gebruiken. Is het ook voor jezelf een uitlaatklep om jezelf uit te drukken, zeg maar, zelfexpressie? Dat je zelf heel actief...
- R1 Nee, eigenlijk helemaal niet, nee. Ik ben meer een toeschouwer, soort van *fly on the wall*.
- IN Laat het je desondanks wel voelen dan dat je meer in verbinding staat met mensen, omdat je dan, bijvoorbeeld, toch weet dat die persoon jarig was?
- R1 Jawel, wel iets. dus Het is niet alleen 'gluren', het is ook wel een beetje een soort van mentale agenda, of zo, ja. Maar dan zou ik juist, zeg maar, dan het zien op Facebook en dan via WhatsApp bijvoorbeeld iemand feliciteren die ik van dichtbij ken. Dat je dat dus doet, zeg maar.
- IN Gebruik je ook sociale media om in contact te komen dan met 'jouw mensen'; misschien een soort van niche groep die je in het dagelijks leven niet zo hebt. Want ik hoorde bijvoorbeeld vogels determineren...
- R1 Nou ja, dat brengt zich niet over tot het daadwerkelijk afspreken met mensen. Maar wel, ja, die niche wel eens, ja. Dus ook in de speciaal bier wereld; dat was ook wel een beetje zo'n *scene*.
- IN En die *scene*, die zoekt elkaar wel bewust op, op sociale media?
- R1 Dat denk ik wel.
- IN En als je kijkt naar Facebook en Instagram – je zei dat je Instagram minder actief gebruikt – gebruik je de twee platforms dan ook voor verschillende doeleinden?

- R1 Ja, Instagram is volledig gewijd eigenlijk aan vogelfotografie dus. Dat is echt meer consumeren; niet echt interactie, nee. Wel eens een like naar een foto, maar het is niet dat ik daar echt veel vanuit mezelf praat, maar meer vanuit de vogelaar.
- IN En over Facebook dan, voeg je vaak informatie toe over jezelf aan je eigen Facebook profiel zodat ze je vrienden het kunnen zien? Dat ze bijvoorbeeld weten wat jij meemaakt?
- R1 Bijna nooit. Misschien deed ik dat vroeger wat meer. Uiteindelijk word ik zelf ook jarig en zien ze dat ook op Facebook, want het is toch een soort kalender. Misschien een baby of een trouwerijen wel... Dus hele extreme *highlights*, misschien, ben ik ook niet zeker...
- IN Dus bekijk je vaak updates van vrienden, zonder op deze update dus te reageren of te liken?
- R1 Ja, *fly on the wall*. Ik wil, gewoon, binnen de eigen kring of zo wel liken en reageren, en... Jawel, gewoon bij Mensen die echt dichtbij staan.
- IN Oké, dat waren de vragen over *social media* gebruik algemeen. Dan gaan de volgende vragen over online identiteit. Eerste vraag; zie jij sociale media als een verlengstuk van wie je bent of als een verlengstuk van je sociale leven?
- R1 De eerste niet, de tweede is het toch wel een beetje geworden, ja, maar niet in de zin van vijftig procent daarvan, eerder tien, ofzo.
- IN Oké, het is dus een beetje die buitenste periferie, die je daardoor niet uit het oog verliest? Die die buitenste kringen van bijvoorbeeld de basisschool oude collega's?
- R1 Ja, en van mensen die ik op reizen ben tegengekomen, bijvoorbeeld. Die dus niet meer in je dagelijks leven zijn en daardoor zou je ze uit het oog verliezen,
- IN En zie je om je heen dat er mensen zijn voor wie *social media* een verlengstuk is van wie zij zijn?
- R1 Zeker, ja. Maar ik denk dat dat ook te maken heeft met dat je bijvoorbeeld in een ander land gaat wonen, dat je dat wel meer doet. Want mijn stiefmoeder die hier vanuit Amerika is komen wonen, van haar staat het echt eerder op Facebook dan dat ze het zelf hardop vertelt hoor!
- IN En is dat dan identiteit of sociaal leven?
- R1 Ik denk beide, ook wel... Dat komt ook doordat ze natuurlijk haar hele hebben en houden heeft achtergelaten in Amerika. Dat is gewoon ver weg, dus ik denk dat het daar wel mee te maken heeft. Maar ja, ik denk zeker... De wat oudere generatie is het steeds meer zo aan het beschouwen. Dus ook bij mijn vader zie ik het ook, dat het een... Ja, echt een groot deel van hun sociale leven wordt. Maar dat komt misschien omdat je, hoe verder je komt in het leven, hoe meer je een, soort van, diaspora creëert van mensen die je kent. Vroeger was je belevingswereld nog heel klein ofzo. Maar ik denk ook dat die generatie nog niet helemaal snapt het allemaal terecht komt, en dat ze niet echt door hebben dat ze eigenlijk klakkeloos gewoon alles op het internet gooien.
- IN Dus ben jij daar wel voorzichtig mee; dat je wel altijd in je achterhoofd houdt wat er met jouw informatie gebeurt?
- R1 Ja, dat is wel in je achterhoofd aanwezig, ja.

- IN En zoals je net vertelde, raadt Facebook nou wel eens bands aan die je leuk zou moeten vinden, is dat dan daar een gevolg van, dat Facebook je volgt ook betreft de muzikale interesses?
- R1 Ja, of dat je op een website naar wasmachines hebt gekeken en dan op Facebook ook gelijk dat soort dingen terugziet, dan weet ik ook wel gelijk waar de doeleinden liggen; dat ze daar macht over hebben. Ik weet wel dat het een beetje een gevaarlijke speeltuin kan zijn, ja.
- IN Voordat je deze bewustwording had, bewoog je je toen vrijer op sociale media?
- R1 Honderd procent zeker. Ik denk dat dat het ook een beetje schijnveiligheid is dat we dat op WhatsApp bijvoorbeeld wel doen, maar ja, daar lijkt het alsof er gewoon minder ogen zijn die meekijken, denk ik, lijkt me. Maar het hoeft ook niet allemaal zo openbaar van mij, denk ik, maar ook mijn hele generatie, als ik daar zo naar kijk tenminste.
- IN [knikt instemmend]
- R1 Tenminste, veelal van mijn generatie en van mijn vriendengroep. Waarin bijvoorbeeld mijn vaders generatie dat... Zonder blikken of blozen, zonder erover na te gaan denken, bijvoorbeeld kleinkinderen ook online gooien.
- IN En is dan misschien jouw behoedzaamheid – en van jouw generatie – een contrareactie op de generatie die jullie voorging?
- R1 Ja, maar uiteindelijk zijn zij later begonnen aan Facebook. Mijn zus d'r leeftijd die zijn echt begonnen met Facebook, en die zijn er juist misschien wel het meeste voorzichtig mee. Toen zijn wij erbij gekomen, en eigenlijk als laatste, of ja, zijn de *boomers* ingestapt, en het lijkt wel alsof ze daar dus nog een beetje kinderlijk in zijn, vind ik.
- IN En als je dus kijkt naar het concept van identiteit op sociale media; denk je dat die 'identiteiten', dus hoe individuen zich presenteren op sociale media, dat dat heel transparant is of dat het, anders gezegd, meer wordt 'uitgevoerd', als een soort performance?
- R1 Ja, er zijn heel veel verschillende manieren, zoals bij mijn stiefmoeder uit Amerika zie je wel gewoon echt een echte weerspiegeling van haar leven, dus ook als er dingen misgaan, ja. Wat ik al zei, bij haar is het echt beiden; dus én haar leven, én haar sociale aspecten.
- IN Maar is zij misschien transparanter omdat een groot deel van haar sociale leven erdoor wordt onderhouden?
- R1 Ja, dat denk ik. Maar ik denk dat er bij heel veel mensen dat het ook een hele, ja, fictieve weerspiegeling is; dat alles opgepoetst wordt. Dat er alleen maar leuke dingen gedeeld worden, dat is wel het bekende riedeltje. Ik denk, ja, bijna alle *influencers* zijn niet altijd zo mooi opgemaakt en giechelend over straat aan het lopen. Misschien is dat juist een rol die ze aannemen... Buiten zichzelf plaatsen zoals een, ja, een *celebrity* die misschien ook wel eens... Die één op één bij iemand thuis een heel ander persoon is, dan bijvoorbeeld bij Pauw & Witteman.
- IN Je zei net al een beetje dat je wat terughoudend bent met wat je deelt op sociale media vanwege het feit dat je niet weet waar die informatie naartoe gaat, maar vind jij wel dat de sociale media kanalen Facebook en Instagram jou genoeg kansen en materiaal geven voor het uitdrukken van jouw identiteit?
- R1 Jazeker, hoe meer activiteit, hoe beter, hoe meer zij daaraan hebben. Ik denk dat ze daar alles aan doen. Dat is hun intentie, om mensen te motiveren om heel actief te... Dus meer te

- gebruiken en er alleen maar meer op te zitten, en dat geeft hun de kans om meer advertenties te verkopen.
- IN En verschilt jouw online identiteit van jouw offline identiteit?
- R1 Nee, of nouja, af en toe kun je natuurlijk een beetje stoerder doen en je iets slimmer of beter voordoen, maar dat zijn hele kleine dingetjes ofzo.
- IN En zie je daarin ook in een verschil tussen Facebook en Instagram; in de mogelijkheden die zij bieden om jezelf online te presenteren?
- R1 Instagram is natuurlijk foto's; dat het heel visueel is. Dat is het voornaamste denk ik. Maar daarvoor zit ik er niet genoeg op.
- IN En is het voor jouzelf makkelijker of moeilijker om je of om jezelf online of offline te presenteren?
- R1 Ik vind het heel moeilijk om mezelf neer te zetten online. Moeilijker dan in het echte leven.
- IN En waar ligt dat aan?
- R1 Toch wel misschien een beetje die... Die pretentie, ofzo, die erin zit. En, ja, ik niet.... Digitaal kan ik mezelf sowieso niet zo goed uitdrukken. Ik kan dat ook niet in sms'jes, dan kan ik een bepaalde sarcasme toon, kan ik dan niet aangeven, waardoor het vaak lijkt alsof ik onaardig ben, vraag maar aan m'n vriendin [respondent lacht].
- IN [Interviewer lacht] Maar in WhatsApp, bijvoorbeeld, heb je emoji's die je kunnen helpen een bepaalde toon aan te geven, toch? En ook GIF's en stickers. Denk je dat muziek ook zo'n soort rol aan kan nemen?
- R1 Ja, klopt. Aan muziek kun je wel een bepaalde expressie geven.
- IN Oké, de volgende vragen de volgende vragen gaan over de 'taal' van sociale media in een online omgeving communiceren individuen niet door persoonlijk aanwezig te zijn maar voornamelijk door taalgebruik heeft dit invloed op hoe je online omgaat en communiceert met andere mensen, dus de andere gebruikers van sociale media die je niet face-to-face ziet?
- R1 Hoe ik die taal zou omschrijven.... [respondent denkt na] Ja, daar denk ik heel erg straight-to-the-point. Vooral op WhatsApp, zeg maar. Heel erg direct, heel erg weinig poëtisch, ja, gewoon heel *straight*. Maar je hebt natuurlijk wel veel meer hulpmiddelen die je helpen je uit te drukken dan in real life. Los van die emoji's en dat soort dingen, lijkt het eigenlijk gewoon nog steeds op de exacte sms-taal van vroeger. Maar dan nu wel met wat meer hulp van plaatjes en meer emoticons.
- IN En die diversiteit van 'plaatjes', maakt dat die taal makkelijker of juist complexer?
- R1 Ik denk uiteindelijk wel makkelijker, ja,
- IN En waarom?
- R1 Nou, omdat er dan... Bijvoorbeeld met een GIF'je kun je soms wel heel goed je sarcastische toon aangeven. Of je staat van zijn aantonen. En dat maakt de communicatie dan ook laagdrempeliger, ofzo.
- IN En wat is zou je zeggen, is dan de functie van muziek in de multimediat taal van sociale media?

- R1 Het is meer een soort percentage van de algehele sociale media. Het is gewoon een extensie van de algehele taal, denk ik, ja. Het duwt niets weg, ofzo. Of dat je bijvoorbeeld naar festivals gaat, dus dat je dan dus ook Charlotte de Witte [techno DJ] deelt, want je was op Tomorrowland, daarmee laat je dan toch wel wat zien.
- IN De volgende vragen gaan over *musicking* online. Als je het idee hebt dat je een vraag al hebt beantwoord aan het begin van het interview, mag je dit gewoon aangeven hoor. Allereerst; wat zijn de motieven die ten grondslag liggen aan jouw persoonlijke redenen om online op sociale media te *musicken*?
- R1 Het is grotendeels het sociale aspect maar ook gewoon, misschien, als ik echt vind dat iets echt heel mooi is of mooi gemaakt is, dat ik dan ook nog wel de, soort van, de kunstvorm daarin wil delen of dat wil uiten om met meer mensen te delen. ‘Kijk hoe gaaf dit is’, dat dus. Dus dat gaat niet echt om mij. En dan zou ik het misschien ook eerder naar iemand toe plaatsen, in plaats van dan het de hele wijde wereld in gooi, op de tijdlijn van m’n broertje, ofzo.
- IN Dat je al weet dat iemand het waarschijnlijk waardeert?
- R1 Ja, dan is het wat gericht. Dus dan is het meer voor hem dan voor mij. ‘Dit is echt iets voor jou’, zeg maar.

[00:49:38]

- IN En voel je je eerder passief of actief tijdens het online *musicken*? Of ga je wel echt actief op zoek naar interactie?
- R1 Nee, echt passief.
- IN En vind je dat de individuele *social media* gebruiker de mogelijkheid heeft om muziek ook echt vorm te geven op sociale media? Dus los van de originele context waarin de makers het maakte met een bepaalde intentie?
- R1 Ik denk dat dat altijd zo geweest is. Ik denk dat het, voordat het sociale media er was, dat het niet anders was, en dat het, ja, nu misschien door meer handen gevormd kan worden. Maar dat het daardoor niet... Het was iets wat altijd al gebeurde. Toen waren het misschien de DJ's en VJ's van TMF van nu zijn het... Ja, het gebeurt nog steeds op hetzelfde niveau, in een café maar ook online, en dat is gewoon wel meer geworden. Maar ja, niet per se anders.
- IN Wellicht ook omdat het in grotere mate beschikbaar is geworden?
- R1 Ja, vinyl is een plaat die moet je fysiek ergens naartoe dragen. Dus anders beschikbaar, ja. Dus muziek, het materiaal, is niet veranderd, er zitten nu gewoon wat meer handen aan de klei die het ook kunnen vormen. En dat is van alle tijden. Dat gebeurde vroeger in een bruine kroeg of in een truckers café of een zeelieden...
- IN Oké, en stel dat ik nu alle muziek zou bekijken die jij in de loop van tijd op jouw tijdlijn op sociale media hebt geplaatst, of op de tijdlijn van andere *social media* gebruikers, als ik die allemaal op een hoop zou gooien, zou dat dan een goed beeld geven van wie je in de loop van de tijd was, wie je nu bent en wie je wilt zijn?
- R1 Ik denk wel momentopnames van wie ik toen was, dat je dat er wel uit kan halen misschien. Maar ik denk niet dat het een totaalbeeld geeft van wie ik nu ben en wie ik wil zijn. Anders zou ik je echt een aardig goede rechercheur vinden [respondent lacht]. Maar er is misschien

- wel een lichte kans geweest, dat je een beetje kan raden wat voor 'n persoon ik ben. Maar ik moet het ook maar zelf eens na gaan kijken; wat ik allemaal wel niet voor rotzooi ge-post heb.
- IN Komt dat niet misschien ook door de subjectieve betekenis die jij bij een nummer hebt, die ik bijvoorbeeld niet kan raden?
- R1 Ja, er is altijd natuurlijk een soort van subjectieve connectie met een nummer. Iemand anders kan niet weten of iets bijvoorbeeld voor mij een *guilty pleasure* is, ofzo. Maar omdat het gewoon een extensie van taal is, kan het dus ook bijvoorbeeld sarcastisch bedoeld worden, of kan het grappig bedoeld worden, of kan dat juist heel erg met een knipoog zijn. Het is deel van de taal.
- IN Ja, mooie denkwijze. Ik ga je nu een voorbeeldje laten zien vanuit jouw eigen tijdlijn, en de vraag is daarbij of je nog weet hoe de muziek die op de tijdlijn is gepost destijds op een zinvolle manier in de context paste?
- R1 Nou ja, dit was gewoon een hele leuke avond, ja. Dit is dus die stiefmoeder waar ik het over had. Zij deelt dus alles. Dit is nog op de avond zelf; de avond dat we daar zijn bij het liveoptreden. Het was gewoon het wel echt een weergaloos grappig en artistiek, mooi optreden. Echt kunst! Die ook nog gewoon serieus goed te beluisteren was. Maar dit werd dus al ge-post voordat ik daar weet van de hand, zeg maar. En ik heb het pas dagen later gezien, van "oh, zij heeft dit ook al op internet gezet".
- IN Dus voor de persoon die het ge-post heeft functioneerde het als een soort van online dagboek om haar sociale netwerk te laten weten...
- R1 Ja, en voor mij is het nu een soort van souvenir van die vervlogen tijden; van de leuke avond. Maar ik had het zelf niet gepost, denk ik. Niet dat ik het vervelend vind hoor, ik snap haar beweegredenen.
- IN Zou je hier dan over zeggen dat de muziek wel onlosmakelijk verbonden is met de context waarin het wordt geplaatst op jouw tijdlijn?
- R1 Ja, want als ik er nu naar zou luisteren... *I don't know*, het is de context die het op dat moment maakt; die de betekenis geeft. De omgeving, het moment, de personen waarmee je bent...
- IN Oké, naar aanleiding daarvan wil ik je graag een stelling voorleggen; 'in hoeverre weerspiegelt de muziek dan het oorspronkelijke gebruik en de oorspronkelijke betekenis', als het zo erg afhankelijk is van de context waarin het op *social media* wordt geplaatst.
- R1 Dat is bij deze denk ik heel erg het geval. Ik denk dat er heel veel voorbeelden van zijn, maar er zijn natuurlijk ook gewoon tijdloze klassiekers die van de radio afkomstig zijn, en dan is het meer... Maakt het niet zoveel uit of je in de file staat, in de auto of op werk, of op een festival. Natuurlijk heb je bij dat festival, heb je wel wat meer... Daar heb je een dag gepakt, ben je vrij, ben je met je vrienden, maak je er echt meer een dag van. En in de file is niet per se een gelukzalig moment. Zeg maar, sommige dingen zijn ook gewoon radionummers waar je ook heel blij van wordt. Maar ja, het is gewoon een deel van de taal, wat ik al zei. Dus dat moet je nog wel kenbaar maken, dat je er een vraagteken achter zet of hoe de zin in elkaar zit bijvoorbeeld. Je gebruikt eigenlijk misschien, ja, een paar losse flodders van een zin bijvoorbeeld...
- IN Dus er zit nog heel veel sociale nuance bij het gebruiken van muziek op *social media*?
- R1 Dat denk ik wel, en natuurlijk soms ook niet; soms is gewoon heel duidelijk iets een party plaat, en niks meer niks minder. Ik denk, als je... [respondent neuriet] Da Rude met

‘Sandstorm’ [trance nummer, ed.], dat is echt een party plaat, dat is niet waarmee je met je geliefde de trap op loopt als je gaat trouwen, zeg maar. En ook al zou mijn Oma dat zien, die denkt dan ‘oh, dat is Arnold die naar party herrie luistert’.

- IN Oké, interessant. En hoe zou je de online sociale dynamiek omschrijven op *social media*? Hoe gaan mensen met elkaar om?
- R1 Nou ja, dat is ook weer heel verschillend. Maar in mijn kringen wel redelijk ongeremd, en dat kan goed gaan maar ook heel fout gaan, en ja, dat laatste tijd vind ik dat wel steeds weer de foute kant op gaan ook eigenlijk. Maar ik vind het niet echt een leuke dynamiek, zelfs niet op de niche sites en groepen waar ik wel af en toe begeef zie ik het uit de hand lopen, omdat mensen gewoon die taal niet helemaal beheersen. Waar ik zelf dus ook wel eens last van heb, dus dat iets bijvoorbeeld sarcastisch bedoeld is of een beetje kortaf klinkt, maar niet per se zo bedoeld was. Dat ligt soms dan echt aan miscommunicatie, maar sommige mensen willen gewoon doelbewust... Dat zouden twee vaders op het schoolplein niet zo tegen elkaar zeggen, nee. En er zijn natuurlijk ook *trolls*, die proberen alleen maar chaos te maken en emotionele reacties uit te lokken.
- IN En vind jij de sociale dynamiek in het dagelijks leven daardoor ook prettiger?
- R1 Ja, zeker! Veel prettiger. Ik ken ook niet veel mensen die online per se fijner vinden, maar ik zie wel mensen die zich daar gewoon al een vis in het water voelen, ja. Die zich die taal ook heel erg kundig hebben gemaakt, ofzo.
- IN Oké, dan gaan de laatste vragen over publiek en over *imagined audience*. Als je op sociale netwerksites zoals Facebook en Instagram *musicked*, wie stel je dan voor als het publiek; als de ontvanger?
- R1 Tsja, m’n vrienden, stel ik me voor. Maar ik weet tegelijkertijd ook dat het veel, ja, *shattered*, veel meer alle kanten op vliegt. Iedereen kan in principe het zien. En dat zou ik af en toe wel eens willen... Dat daar ook wat betere en duidelijkere richtlijnen voor zijn, van waar stuur je het allemaal heen of kun je bijvoorbeeld ook een Facebook deel afbakenen voor ‘alleen vrienden’, zeg maar. Ik weet wel dat het kan, maar dat je dat makkelijker zou kunnen doen. Ik had leuker of toffer of stoerder gevonden van Facebook als dat makkelijker hadden gemaakt; ze waarschuwen niemand ervoor.
- IN Maakt dat het publiek dan ook heel abstract en anoniem?
- R1 Ja zeker, ja. Je denkt dat het altijd maar bij je vrienden terecht komt, maar eigenlijk, weet je wel beter.
- IN En als je dan bijvoorbeeld een Limp Bizkit song zou delen, heb je dan ook een soort van sub-publiek in gedachten?
- R1 Ja, dat gevoel heb je ook... Je denkt alleen aan hen daarbij. Je denk ook ‘als ik dit deel, gaat het alleen naar hun’, en dat is dan niet zo. Ik denk niet aan hoe m’n oma headbangend op de bank staat. Dus ik denk meer aan het publiek dat ook in de zaal zou kunnen staan tijdens zo’n liveoptreden.
- IN Oké, en zou je dan kunnen zeggen dat dat type publiek – dus de mensen die in die zaal zouden kunnen staan op dat moment – als je iets deelt, dan zou dat dan ook invloed hebben op hoe je jezelf uitdrukt online?

- R1 Ja, allicht, Misschien dat je dan toch altijd een soort van collectief in gedachten hebt. En dan ga je misschien ook net wat anders spreken, omdat je denkt dat je tegen die groep mensen spreekt, dat je dan je post ook anders formuleert.
- IN Oké, allereerst heel erg bedankt voor je tijd. Is er nog iets waar je iets over wilt zeggen dat we vandaag niet hebben besproken?
- R1 Limp Bizkit forever! [respondent lacht]

[01:08:03]

Location of interview: Frida's studio
Length of interview: 68 minutes

Interviewee: Frida
Age: 24

C2

Interviewer: Lisa Holweg
List of Acronyms: IN=interviewer, R2=Frida
Identifier: R2 (respondent 2)

[Begin Transcripts 00:00:00]

- IN Dan zal ik nu de opname starten. Eerste vraag is; kun je misschien een korte introductie geven van jezelf?
- R2 Oké, mijn naam is Frida. Ik ben 26 jaar. Ik ben afgelopen schooljaar begonnen aan mijn master aan de [removed, ed.] Universiteit, daarnaast vind ik het leuk om creatief bezig te zijn. Ik heb een bijbaantje, probeer veel vrienden te zien, binnen de huidige coronaregels natuurlijk. Ja, dus dat een beetje.
- IN En zou je voor mij aan kunnen geven hoe belangrijk muziek en sociale media in jouw leven zijn?
- R2 Even denken... Sociale media zou ik liefst antwoorden dat het niet zo belangrijk is, maar ik denk dat het onbewust toch wel een prominente plek heeft ingenomen in mijn leven. Niet zozeer vanwege het sociale aspect – zo begonnen natuurlijk *social media* – en in de begindagen van Facebook ging het echt om dat je alleen maar vrienden ging toevoegen, maar ja, zo heeft dat zich een beetje genesteld en toen is het eigenlijk steeds meer rollen gaan vervullen. Ik kijk ook gewoon voor inspiratie of als ik gewoon eventjes dom wil *scrollen* of even wat tijd wil opvullen. Dus ik zou willen zeggen dat het niet zo belangrijk is, maar ik denk dat als je het weg zou halen dat je dan pas zou zien wat voor leegte het toch achterlaat, zeg maar. En muziek, ja, heel belangrijk, is ook altijd zo geweest, zal ook denk ik altijd zo blijven.
- IN En kun je mij ook vertellen waarom muziek zo belangrijk voor je is?
- R2 Ja, ik ben wel iemand die opstaat en naar bed gaat met muziek. Niet in extreme mate hoor, maar gewoon, ja, muziek is wel een soort van partner gedurende de dag. Dat is wel iets wat ik graag bij me heb, of zo, ja. Dus muziek is wel belangrijk.
- IN Oké, dus je omschrijft de rol van muziek de rol van partner speelt; muziek in jouw leven. Is dat de enige rol die muziek speelt...
- R2 Nee, nee! Ik denk dat muziek sowieso heel erg en onderworpen is aan interpretatie daarin en dat je het wel echt voor meerdere doeleinden – meerdere rollen – kunt inzetten daarin. Muziek is niet gewoon heel droog gezien 'muziek', zeg maar, de definitie die je vindt in de Dikke van Dale; gewoon een LP'tje of CD, een beetje achtergrondmuziek, opvulling van de ruimte. Het is wel meer dan dat. Het is ook wel gewoon, ja, *stress relief* en zo. Ook heel veel inspiratie, misschien, om je eigen creatieve proces te *kick starten* of om op nieuwe ideeën gebracht te worden, ja. En ook gewoon lekker, tijdens het koken zet je even een liedje aan of tijdens het studeren. Dus daarin is het wel een heel vrij iets eigenlijk.
- IN Oké. En ik heb je zojuist een beschrijving gegeven van de handeling van *musicking*, kun je mij een persoonlijk voorbeeld geven van wanneer jij op sociale media hebt *ge-musicked*?

- R2 Ja, ik denk, zeg maar, als *musicking* echt, zeg maar, die engagement met muziek is – die interactie – ik denk dat dat dan best wel vaak plaatsvindt eigenlijk. Als je kijkt naar mijn *inner circle* op Facebook dan stuur ik wel vaak, gewoon, een liedje, of zo, of dat post je dan op iemands *timeline* of dat doe je dan via een *private message*, of op Instagram. Ja, dan doe je dat best wel vaak. Misschien is het een liedje wat je gewoon... Waarvan je weet dat een ander persoon het heel erg kan waarderen, of zo. Zo van; iets wat ze nog nooit hebben gehoord of het is juist iets wat je dan samen hebt gehoord en waar je dan een gezamenlijke herinneringen aan hebt, ofzo. Dus als ik moet denken aan een persoonlijk voorbeeld van *musicking*, dan zou ik dat wel zeggen. Zo van; dan heb je interactie met muziek en ook een beetje met mekaar en dan zit muziek daar een beetje tussenin *gesandwiched*, zeg maar. Dus ja, zo doe ik dat dan bijvoorbeeld op sociale media.
- IN Oké, en is er iets in het bijzonder dat je leuk vindt aan het online *musicking* en liedjes met elkaar delen?
- R2 Ja, ik denk misschien ook wel... Ja, dat is wel gewoon *instant* – gewoon meteen – een interactie is, of zo. Het maakt zoveel dingen veel bespreekbaarder zonder eigenlijk woorden te gebruiken. Kijk, als ik bijvoorbeeld met mijn zusje een bepaald liedje heb wat we vroeger luisterden als kind, en ik vind dat liedje weer en ik stuur het naar haar dan hebben we meteen een, soort van, die herinnering die we samen delen. Terwijl, anders zou je misschien helemaal nooit uit jezelf beginnen over die ene herinnering, of dan zou het heel sentimenteel klinken en heel erg, zo van; *out of the blue*. Zo van ‘waarom zit je ineens zo sentimenteel te zijn’ [respondent gniffelt]. Dus, ik denk dat ik het daarom wel gewoon leuk vind; gewoon, wanneer je een nummer luistert en je denkt aan die persoon, dat je het gewoon meteen naar die persoon kan sturen en dat er dan een soort van *instant* interactie is. Dus dat het dus ook wel inspireert tot een soort van interactie die anders misschien nooit zou worden uitgevoerd, zeg maar. Dus ja, dat dat vind ik wel het leuke daaraan; gewoon het gemak. En ook dan die gezamenlijke herkenning erin en zo.
- IN Oké, de volgende vragen zullen gaan over het onderwerp ‘muziek en identiteit’, de eerste vraag is of je voor mij zou kunnen aangeven in hoeverre muziek centraal staat binnen jouw eigen identiteit.
- R2 Oeh, dat is een lastige...
- IN Als je het een lastige vraag vindt zou je bijvoorbeeld ook het een cijfer van één tot tien kunnen geven; van één is helemaal niet centraal en tien extreem centraal...
- R2 Ja, ja... Dat ligt er een beetje aan denk ik, van; is het naar de... Is het voor jezelf of voor de buitenwereld?
- IN Ja, beiden. Ik ben eigenlijk ook wel benieuwd naar waarom je dat onderscheid maakt tussen binnen- en buitenwereld...
- R2 Ja, ja weetje, voor mezelf persoonlijk zou ik zeggen dat het wel echt centraal staat. Zo van, het is niet alles wie ik ben, want dan zou ik verder vrij leeg persoon zijn [respondent lacht]. Maar ik denk dat het me wel heel erg heeft gevormd en dat ik eigenlijk vandaag de dag in muziek ook nog wel een soort van herbevestiging vindt van wie ik ben, ook gevoelsmatig en zo... En ja, dat ik er wel gewoon echt geïnspireerd van kan raken, en dat is wel gewoon echt een staat waarin ik ga verkeer en een manier waarop ik mezelf graag wil zien: gewoon, als iemand die heel actief, expressief en geïnspireerd is. Maar ik weet niet... Ja, dat is natuurlijk wel een hele intieme band, of zo, en ik weet niet zozeer of ik dat heel erg naar de buitenwereld profileer op die manier, zeg maar, dat ik echt... Nee, ik zou dat misschien niet zo heel erg benadrukken naar de buitenwereld dat muziek zo centraal staat binnen mijn identiteit. Natuurlijk wel iets,

maar het is altijd maar een fractie van dat wat je laat zien, omdat je toch altijd wel de dingen wilt laten zien waarvan je weet dat anderen dat wel vet vinden.

- IN Oké, en kun je ook een voorbeeld geven van een van die momenten in jouw leven waarin muziek dan een deel van jouw identiteit heeft gevormd?
- R2 Ja, soms als ik babyvideo's terugkijk... Mijn vader komt uit de Achterhoek en daar luisteren ze altijd naar Normaal [Nederlandse rockgroep, ed.], en ik was als kind was graag buiten; was een beetje zo'n *tomboy*, zo'n rouwdouwertje, en voor een meisje is dat, ja, werd dat toen niet altijd even gepast gevonden. Maar Als ik dan nu babyfilmpjes terugkijk, dan stonden we met papa in de woonkamer en dan had hij een CD van normaal aangezet en dat ging natuurlijk op een levensgevaarlijk volume, en dat is dan dansen, springen, mijn vader op de luchtgitaar, ik als kleine dreumes die dan zo'n beetje door de kamer stuitert! En gewoon... Dat ik hardop aan het lachen ben... Dan zie ik wel een soort van, ja, zie ik mezelf gewoon in terug. En dan ook heel erg... Dat ik op dat moment heel erg mezelf ben, of zo. Dus Misschien niet dat het mijn identiteit heeft gevormd, maar dat het me de ruimte heeft gegeven om te zijn en misschien te worden wie ik ben, of zo, dat ik me daarin heel goed kon uiten en heel erg mezelf kwijt kon.
- IN Oké, mooi voorbeeld. En zou je dus daardoor kunnen zeggen dat muziek als een hulpmiddel dient om je identiteit te verwoorden of uit te drukken?
- R2 Ja, in die situatie zeker! En ik denk, als ik nog wat dieper ga graven, dat ik wel ook meer van dat soort situaties nou naar voren kan halen uit mijn leven. Dat muziek echt dus een *tool* was om identiteiten te verwoorden en uit te drukken. Natuurlijk op de middelbare school en als puber ben je heel erg zoekende en heel erg onzeker, en ja, dan gebruik je ook wel gewoon muziek om een, soort van, in die vormende fase van je leven... En vandaag de dag, ja, ook nog steeds... Ik heb ook echt fases van muziek, dat ik in één keer veel klassiek ga luisteren, of in één keer een nieuw genre ontdek uit het buitenland en dat ik daar dan wel in kan opgaan. En dan heb ik het idee van, ja, het is ook een soort van verrijking van jezelf... Dat is dan weer een soort van een bouwsteentje wat je toevoegt aan dat hele grote bouwwerk van wat identiteit eigenlijk is.
- IN En hoe nuttig of niet nuttig is *musicking* dan bij het helpen vormen van die identiteit? Dus die interactie met muziek?
- R2 Ja, ik denk wel echt super nuttig, want dat *musicking*, wat je net eerder zei, veel meer beslaat dan alleen naar muziek luisteren, maar gewoon ja... Weet je, het dragen van bandshirts of het kopen van een bepaalde agenda van een bepaalde band in de brugklas. Of vandaag de dag, wat ik heel veel doe is livestreams van concerten kijken van artiesten. Gewoon die interactie die veel breder is dan het alleen luisteren naar muziek. Ja, ik denk dat het echt heel vormend is.
- IN Oké, en is er dan een bepaalde manier waarop jij je identificeert met muziek of de manier waarop muziek jouw identiteit verwoordt, of zijn er meerdere?
- R2 Ja, ja, ik denk wel... Ik denk wel meer – zou het beestje ook niet bij het naampje kunnen noemen – van dat ik soort van meerdere kanten van mezelf heb die heel duidelijk gedefinieerd zijn die allen een behoefte hebben aan een ander soort muziek, maar ik denk wel dat het ook een beetje... Ja, hoe heet dat... Een beetje dat escapisme is. Soms wil je gewoon heel erg 'in het nu zijn' en daar extra van genieten door muziek – dat dat wel echt bekrachtigd wordt door de muziek – en soms wil je ook niet 'in het nu zijn' en dan wil je gewoon weg, en dat kan ook heel goed met behulp van muziek. Dus ik denk dat het eigenlijk heel moeilijk vast te stellen is wat dan die muzikale identificaties zijn. Ik denk dat het gewoon heel erg fluctueert; echt heel vrij is.

- IN Oké, en geeft muziek jou dan ook voorbeelden of verlangens over wie je zou willen worden of over wat je zou willen bereiken?
- R2 Ja, het is zeker Misschien een soort van... Als je een berg wil beklimmen, dan helpt het als er een soort van touw aan de zijkant is waar je je aan kan optrekken. Ik merk wel dat wanneer ik dan voor een uitdaging stond, of zo... Waarschijnlijk ook omdat ik zelf werkzaam ben geweest ook binnen de, ja, de kunstwereld, en dan ja... Dan kom je ook heel veel mensen tegen die, zeg maar, echt sprankelen van inspiratie en die zo vol creativiteit zijn, dat je denkt van "wow, ik wil ook meer in hun belevingswereld komen, ik wil ook mijn horizon verbreden, ik wil ook als een spons alles opzuigen wat ze aan me geven", en op dat soort momenten grijp ik toch wel echt vaak naar muziek. Toen ik in een theater ging werken waar ik veel van dat soort mensen leerde kennen, ja... Als je bijvoorbeeld door mijn Spotify scrolt zie je ook echt daar een extreme verandering in de muziek waar ik naar luisterde, dat was veel breder. Ik ging echt de wat, ja, tussen haakjes dan, 'moeilijkere' muziek luisteren. Iets meer dat avant-garde. Misschien ook wel wat meer dat pretentieuze... Maar ja, dat was echt dat figuurlijke touw waar ik mezelf aan vast kon houden om die berg te beklimmen. Ik had die uitdaging voor mezelf gesteld van 'ik ga me echt onderdompelen in die wereld', en muziek was daar nou eenmaal echt dat touw. En het was niet dat het dan even zo'n momentopname is – want dat zou het dan ook wat onoprechter maken natuurlijk – maar heel veel van die muziek, ja, daar luister ik nu nog steeds naar, en ik ben nu daardoor wel echt meer bekend met meerdere genres en ik vind het dan ook tof om bepaalde stijlelementen te kunnen herkennen daaruit, of zo... En ja, ik ben dan toch iets meer onderlegd met het juiste vakjargon, of zo. Nou, ja, dan kan ik ook wat makkelijker met mensen erover praten op een niveau wat dan inspirerend is; om echt diepgaand over muziek te praten.
- IN Oké, en ben je over het algemeen dan openbaar met de muziek waar je naar luistert of beheer je zorgvuldig wat je openbaar maakt en wat je privé houdt?
- R2 Ja, het ligt er ook een beetje aan naar aan wie. Ik ben misschien in de eerste instantie daar wat terughoudender in. Ook omdat ik me nu ook meer zie als een soort van muzikale omnivoor, en dat ik me niet echt wil vastpinnen op van 'oh, ik ben echt dit', zo van; als je een *metalhead* bent en in je sociale kringen bevinden zich heel veel andere *metalheads*, dan heb je meteen een klik daarover en dan kun je je ook goed profileren, en ook middels je uiterlijk en dergelijke. Maar ik ben niet een *skinhead*, ik ben niet een hiphopper, ik ben niet een *metalhead*, maar ik luister soms wel naar metal, of naar een beetje trance, of, hoe heet dat, hiphop. Dus ik denk dat als ik dan... Als ik heel veel muziek zou delen, dat het op anderen meer over zou komen als er een soort van losse flodders; dat ze het raar vinden. Dat dan, zeg maar, een wit meisje uit de *suburbs* een ouwe hiphop plaat uit de *early nineties* deelt, ofzo. Misschien omdat er op *social media* dan ook meteen zo'n sterke link aan je identiteit zit, dat daar meteen een soort van aannames over worden gemaakt. En als dat dan niet klopt, dat mensen dan echt hun wenkbrauwen erover optrekken. Terwijl, ja, die muziek luister ik wel af en toe – afhankelijk van mijn *mood* – terwijl, op Spotify bijvoorbeeld staan m'n *playlists* gewoon openbaar. Dat is ook een platform wat echt draait om muziek, en dat gebruik je ook echt alleen voor muziek, en dan doet je identiteit, en je sociale netwerk, en je sociale 'zelf', doet er dan ook gewoon minder toe. En als andere [Spotify, ed.] gebruikers mijn *playlists* willen liken of willen volgen, ja, prima. Al mijn *playlists* staan op openbaar. Maar het is niet zo dat ik die *playlists* dan zou delen naar Facebook bijvoorbeeld, want ik heb ook een keer meegemaakt op de middelbare school, toen luisterde ik heel veel naar Radiohead [rockband, ed.], dat natuurlijk wel gewoon een alternatieve band is, ja... Die albums die hebben me gewoon echt door de middelbareschooltijd heen gesleept, dus daar heb ik ook wel een sterke emotionele connectie mee; met die nummers. En toen heb ik één keer een nummer op Facebook gedeeld, en toen... Een oudere jongen – die was twee keer blijven zitten – die zat bij ons in de klas en die bekeek alles een beetje pessimistisch, en die had daar ook een reactie op geplaatst van "eh, je luistert echt niet naar deze muziek". Die dacht dan, ja... Dat ik het dan zogenaamd deelde omdat ik cool wilde zijn, of zo... Ja, en dat heeft me dan wel gewoon geraakt, van "dit ben ik wel". En

waarom... Ja, ik vroeg me ook eigenlijk af waarom het zoveel pijn deed, of zo, die afwijzing. Omdat ik niet goed genoeg ben om naar deze alternatieve muziek te luisteren? Dus ja, ik zou daar nu niet meer snel heel openbaar mee zijn.

- IN Dus *music*ing... Beschouw jij jouw *music*ing als verweven met de sociale wereld of als een ogenschijnlijke privé ervaring?
- R2 Ja, dan wel echt voor mijzelf persoonlijk als privé, maar ik zie ook wel gewoon dat het echt heel erg verwoven is met je sociale wereld. Zeker als je, zeg maar, onderdeel bent van een soort van subcultuur die heel erg *around music* gecentreerd is, zeg maar. En ja en eigenlijk... Ik schaam me er nu echt niet meer voor – voor wat ik luister – en daar ben ik ook wel, gewoon, echt trots op en iedereen mag het wel weten. Ik vind het echt wel leuk als mensen interesse hebben naar wat voor muziek je luistert en als je daar gewoon goede gesprekken over kan hebben. Maar ik ga niet meer gewoon op het internet kwakken... Een soort van mezelf op een schietschijf vastpinnen en aan andere mensen vragen om maar messen naar me te gooien. Maar ja, ik zie wel op sociale media dat muziek daar wel echt in is geïntegreerd. Maar ja, dat is ook een beetje... Mensen met een grote *following* op bijvoorbeeld Instagram of mensen die gewoon al een soort van online status hebben gecreëerd – tsja, *influencer* is een beetje een veelgebruikt woord vandaag de dag – maar ja, mensen die dus echt een groot gevolg hebben, die delen ook wel gewoon veel muziek. En omdat er mensen zijn die willen zijn zoals zij, en die muziek willen luisteren die zij luisteren. Ik denk niet dat zij zo snel afgerekend zullen worden op hun muziekkeuze, maar dat zijn gewoon een soort van stijl-goeroe of een soort van *lifestyle* gids daarin zijn voor anderen. Zo van, wat cool en wat relevant is om naar te luisteren. Dat is dan vaak ook... Ja, je gaat niet zeggen “ik luister naar top veertig” of je gaat er niet een nummer delen uit de top veertig, want dat luistert iedereen al. Want je bent een *influencer*, en jij volgt niet de trends, maar de trends volgen jou. Dus dat is dan ook vaak wat meer de onbekende muziek en dan, ja, krijgt je gevolg nog meer ontzag voor je. Ik zie dat soort dingen wel heel erg gebeuren, en ik moet zeggen dat ik ook vaak wel door klinkt als een *influencer* die ik tof vind en ik volg, als zij dan een nummer deelt of een linkje naar een nummer, ja, dan moet ik zeggen dat ik daar zelf ook wel op klik, en daardoor wel heel veel leuke muziek krijg aangeraden.
- IN En voel je je tijdens het luisteren van muziek dan verbonden met de artiest en met de andere luisteraars van de artiesten in kwestie, of misschien met de *influencer* in kwestie die het nummer deelt?
- R2 [respondent denkt na] Ehm, ja... Maar allereerst denk ik dat ik me tijdens het luisteren van muziek het meest verbonden voel met mezelf, omdat het toch wel echt inspeelt op je emotie en dan krijg je een soort van *feedback loop* van hoe je je voelt en die artiest die dat dan verwoord waardoor jij dat weer een soort van krijgt herbevestigd, of zo. Dus ik zou eerst, ja, mezelf... En de artiest dan natuurlijk ook, want ja, muziek bevat toch vaak emotie door de akkoorden die worden gebruikt, door teksten die worden gezongen, en ja, dan voel je toch wel een soort van connectie. Zeker als je ook je kan verplaatsen in het gevoel wat heel erg in de muziek naar voren komt. Tijdens het luisteren van muziek denk ik niet per se zozeer aan de andere luisteraars maar, als ik soms een gesprek voer met iemand, of ik kijk op iemands *social media* profiel en ik zie dat ze diezelfde muziek leuk vinden, dan maak je toch soort van automatisch een aanname dat die persoon dan een ook een beetje is zoals jij bent. Dus de herkenning die je dan eerst in die muziek hebt, en in jezelf, en met die artiest, dat dat dan zich ook verplaatst naar de ander: Dat je ook een soort van herkenning voelt in de ander omdat je, bijvoorbeeld, op Facebook ziet dat hij of zij ook die artiest volgt, ofzo. Dus ik denk dat die, ja, verbondenheid er dan wel is maar die komt dan pas later, ofzo.
- IN Oké, ik zal nu drie termen kort samenvatten en kun jij per term uitleggen in hoeverre dit van toepassing is op jouw persoonlijke redenen om te *musicken*? We starten met ‘zelfpresentatie’

en de vraag die daarbij hoort is: Functioneert *musicking* als een vorm van beheer van je persoonlijke identiteit?

R2 Ja, dat denk ik wel. Ik denk dat het wel een groot deel van mijn identiteit is, maar ik zou dat niet actief delen met de wereld. Het is meer voor mezelf; dat ik mijn identiteit daarmee een beetje kan vormen, *shapen*, inspireren... Maar als iemand anders ernaar vraagt, ja, dan zou ik daar heel zeker heel open over zijn en dan vind ik het, ja... Als iemand dan ook geïnspireerd raakt van dat gesprek, vind ik dat wel tof, de indruk die dat dan afgeeft.

IN En functioneert *musicking* als een vorm van beheer van jouw interpersoonlijke relaties?

R2 Jawel, ik denk dat het gewoon één van de vele interacties is die ik heb of kan hebben met mijn persoonlijke relaties; met mensen in mijn kringen. En ja, je vergeet het een beetje omdat het nu al zo lang niet is geweest, maar... Beetje samen naar concerten gaan, samen naar festivals gaan... Ja, dat is natuurlijk wel gewoon een super goede investering in de persoonlijke connectie die je met iemand hebt, want je onderneemt al iets samen en vervolgens maak je dan ook samen iets mee; een ervaring die gebaseerd is op muziek die je dan met elkaar deelt. Het is sowieso al een soort van uitje wat je samen onderneemt, en dat kun je dan vervolgens weer op *social media* zetten. Het is een soort van *postcard* dat je er bent geweest. En vervolgens krijg je van Facebook weer zo'n notificatie van "dit deed je vandaag twee jaar geleden", en dan word je er weer aan herinnerd, en dan kan je het vervolgens weer delen met die vriend en dan kun je er weer samen om lachen en even kort weer van genieten; van de herinnering. Dus daarin vormt *musicking* natuurlijk een... Ja, dus wel verbonden met persoonlijke relaties.

IN Oké, en geldt dat ook voor beheer van je gemoedstoestand?

R2 Ja, dat wel. Maar dat wat ik net ook uitlegde... Maar dat is ook wel een knop die aan en uit kan zetten. Zoals soms wil ik ook gewoon echt luisteren naar de muziek en lekker op de achtergrond van genieten. Als ik bijvoorbeeld met iets anders bezig ben, en dat helpt natuurlijk niet als je dan een heel emotioneel nummer hoort, dat je dan zelf ook heel emotioneel wordt. Dus dat is zeker iets waar ik gebruik van maak, maar ook iets wat je dan zelf weer controle over hebt; of je je op dat moment wil openstellen om je helemaal door de muziek te laten meeslepen.

[00:27:12]

IN De volgende vragen zullen gaan over het gebruik van *social media* in het algemeen. Tegenwoordig zijn sociale media natuurlijke in toenemende mate toegankelijk via mobiele apparaten. Verhoogt dit de mate waarin sociale media zijn geïntegreerd in de routines van jouw dagelijks leven?

R2 Ja, zeker. Het is gewoon altijd bij de hand. Ik bedoel, je mobiele telefoon heb je praktisch altijd bij je, waardoor je dus eigenlijk ook sociale media altijd bij je draagt. Ik denk dat dat ook gewoon het hele idee is achter sociale media, ja, dat je er ook, ja... Het is niet zo zoals een game; die zet je even aan en die sluit je daarna weer af. Het is er altijd... Het is niet een fictieve wereld die je instapt, het is gewoon een verlengstuk van jouw eigen wereld.

IN En betekent dit ook dat muziek en *musicking* in grotere mate zijn geïntegreerd in de routines van je dagelijks leven?

R2 Nou, niet 'meer' misschien, maar misschien op een andere manier. Dat ik nu gewoon ook eerder muziek zou luisteren die door vrienden wordt aangeraden, of zo. Terwijl, anders zou ik wel muziek luisteren maar dan meer iets waar ik zelf, op dat moment, voor zou kiezen. Dus ik denk niet zozeer 'meer' – ik denk dat het even veel was geweest zonder sociale media – maar wel andere muziek en 'n diverse pallet aan muziek.

- IN En wat zijn jouw persoonlijke drijfveren om de *social media* platforms Facebook en Instagram te gebruiken?
- R2 Ja, Facebook dat heb ik natuurlijk al sinds de middelbare school. Toen deed dat zijn intreden en toen ging iedereen natuurlijk die overstap maken van Hyves naar Facebook. En ja, als je het eenmaal hebt dan kom je er ook weer moeilijk vanaf, zeg maar. Waar ik het toen vooral voor gebruikte is, ja, dat je als je nieuwe mensen leert kennen, dat je ze dan meteen toevoegt als vriend. Dat je dus een uitgebreid sociaal netwerk hebt, en ja, dat je ook een beetje kan volgen waar die mensen zich mee bezig houden, waar ze uithangen, of er nog leuke feestjes zijn of... Ja, meer een soort van, dat je ook een beetje op de hoogte blijft van wat iedereen uitspookt zonder dat je ze echt hoeft te zien. Ik vind dat ook wel, denk ik, nu het fijnst aan Facebook. Waar ik het gewoon voor gebruiken is gewoon *scrollen* door die tijdlijn en eigenlijk, als je erop let, zul je zien dat van die honderden vrienden die je hebt, dat er maar nog een paar zijn die nog heel actief posten, of zo, of die worden weergegeven op je tijdlijn. Ja, ik denk dat er op Facebook inmiddels al veel meer mensen zijn die gewoon kijken en domweg *scrollen*, dan dat er nog mensen zijn die heel actief echt die *content* maken.
- IN En gebruik je dan Facebook en Instagram voor verschillende doeleinden?
- R2 Ja, dat denk ik wel. Want dat Facebook was ik net zei, dat is gewoon een beetje domweg *scrollen* en gewoon alles een beetje op je af laten komen. En Instagram, ook doordat het een soort van ander platform is; het is echt gericht op dat visuele, ja, dat is meer actief, of zo, ja nou ja, daar kun je ook natuurlijk ook domweg op *scrollen*, maar door Instagram word ik wel wat meer geprikkeld. Ook omdat je dan heel gericht kiest wiens *content* je wilt zien, dus ik volg ook veel fotografen, veel kunstenaars, waardoor je gewoon echt ‘kunst’ op je tijdlijn krijgt of gewoon mooie beelden die je inspireren en die je prikkelen. Ja, dus Instagram ben ik Misschien wel meer *invested* in als ik het gebruik. Ook omdat het mij voor mijn gevoel meer geeft. Want op Facebook zie je alleen content van je vrienden en op Instagram kun je iedereen die je bewondert of adoreert of wiens werk je mooi vindt, kun je die gewoon volgen, en daardoor kun je het ook wat makkelijker samenstellen wat je daar te zien krijgt. Dus daar kun je eigenlijk een soort van *media-mix* samenstellen van wat je wilt zien.
- IN Oké, dus je zegt dat je heel vaak *scrollt* maar weinig post. Zou je ook zeggen dat je vaak updates van vrienden bekijkt zonder op deze update te reageren of te delen?
- R2 Ja, dat is denk ik *mainly* wel wat ik doe op Facebook. Gewoon, ja... Het is ook een beetje dat voyeurisme, het zijn mensen die, ja... Als je ze tegenkomt in de supermarkt bijvoorbeeld maak je daar een praatje mee, maar ze maken helemaal niet zo’n groot deel uit van je leven. Maar het is toch soms wel lekker om een beetje mee te kijken in andermans leven.
- IN En hoe vaak reageer of deel je dan updates van vrienden waardoor het echt een persoonlijke interactie ontstaat?
- R2 Ja, dat doe ik eigenlijk alleen maar met mensen met wie ik persoonlijk, of in het dagelijks leven ook wel gewoon echt veel contact hebben. Dus dat zou ik niet gewoon *random* doen met iemand die ik maar vaag ken. En dat is dan dus ook sporadisch want de mensen die dichtbij staan, die kun je al bereiken via heel veel verschillende platforms. Dat zijn mensen waar je ook mee WhatsApt, dat zijn mensen waar je ook mee belt of gewoon afspreekt. Maar op bijvoorbeeld Instagram heb je natuurlijk *reels*, dat zijn van die korte filmpjes of korte liedjes, en dus die stuur ik wel gewoon heel vaak door; die deel ik wel gewoon heel vaak. Dus ja, op Instagram ben ik wel dan meer op zoek naar die interactie met mijn intieme kringen.

- IN Oké, de volgende vragen zullen gaan over online identiteit. Als eerste vraag ik me al of jij *social media* ziet als een verlengstuk van wie je bent of als een verlengstuk van je sociale leven.
- R2 Ja, wat ik ook eerder zei is dat ik wel wat terughoudend ben met wat je natuurlijk blootgeeft over jezelf op *social media*, dus daarom zou ik het niet zozeer een verlengstuk van wie ik ben vinden. Verlengstuk van mijn sociale leven ja, maar meer ook een soort, ja, niet echt een verlengstuk maar meer een verrijking van wie je bent en van je sociale leven. Dus het voegt wat toe; zorgt voor iets meer diepgang daarin, ja, dat dat zou ik meer zeggen. Van ja, je kan ook niet elk moment dat je zin hebt om mooie kunstwerken te zien, kun je niet in je vingers knippen en naar het museum. Om heel verschillende redenen, of je bent bijvoorbeeld aan het werk. Maar dan kun je wel even over Instagram *scrollen* in je pauze en dan even wat mooie foto's of reisfoto's en zo consumeren. En dan, ja, daardoor verzadigd wel weer die behoefte, waardoor het echt meer een soort van verrijking is van de behoeftes die je hebt als persoon.
- IN En op welke manier articuleer of construeer jij online je identiteit op sociale media platforms?
- R2 Ja, dat doe ik dus niet echt actief. Omdat ik meer een soort van, echt een passieve *consumer* ben. Maar ik heb er wel eens aan gedacht van 'goh'... Ik vind het zelf ook heel erg leuk om te fotograferen en anders blijft het maar op je laptop staan of deel je het met familie, maar dan deel je het meer om een soort van persoonlijke reden; omdat je weet dat zij het leuk vinden om te zien wat jou bezighoudt. Maar soms denk ik van, ja, dit zijn ook wel gewoon esthetische foto's of foto's met een artistieke waarde. Dan vind ik het toch wel leuk soms, dat ik denk van: had ik maar die motivatie om dat bijvoorbeeld op Instagram te zetten, had ik maar de energie om zoveel tijd te besteden aan het samenstellen van een profiel. Want ik heb wel heel veel mooie foto's waar ik ook trots op ben dat ik ze heb gemaakt en ik denk dat ze, als je ze zo achter elkaar zet, dat ze een best wel mooi verhaal kunnen vertellen. Dus ik overweeg het wel, en ja, dat zijn voornamelijk foto's van reizen, van het buitenland, andere culturen, mensen die je op straat tegenkomt. Ja, en ik denk wel dat, ja, onbekenden daar ook wel van kunnen genieten. Maar goed, ja, dat zullen ook foto's zijn... Die draaien niet om mij. Ik zou niet alleen maar *selfies* erop zetten. Maar ja, ik doe het dus niet echt heel actief.
- IN En denk jij dat identiteiten op *social media* in het algemeen transparant zijn of, anders gezegd, worden uitgevoerd?
- R2 Ik denk dat mensen je heel graag willen doen laten geloven dat het transparant is, van "this is me" Ik ben "hundred percent real" en dat soort bla bla bla. Maar ik denk dat je dat op sociale media daar nooit honderd procent zeker van kunt zijn. Ik denk... Mensen die het hardst roepen dat ze honderd procent authentiek zijn, dat dat toch heel veel, ja, dat ze toch heel veel spelen. Het is gewoon zo makkelijk om deze content te beheren en naar je hand te zetten, op een manier dat jij er het beste uitkomt. Weet je, als jij twee foto's van jezelf maakt en op eentje heb je drie onderkinnen en heb je je ogen half dicht, en op de andere sta je wel goed en valt het licht mooi, en daar gooi je een mooi filtertje overheen. Als je moet kiezen, welke ga je delen op *social media*? Dan maakt denk ik negenenennegentig procent de keuze om die goede foto te delen. Het is gewoon zo makkelijk om het allemaal te beheren. Dus ja, ik denk dat het wel heel erg een spel is – een soort van toneelspel – en het is niet dat je niet jezelf speelt, maar ik denk dat je een beetje de beste versie van jezelf speelt en daardoor ook een, soort van, incomplete versie van jezelf speelt. Want niemand is perfect! Terwijl, als je door sommige tijdlijnen *scrollt*; dat neigt wel gewoon naar perfectie en dat is gewoon onrealistisch. Dus ik denk echt zeker dat het heel veel *performance* is.
- IN Oké, in welke opzichten verschillen de online beschikbare bronnen voor het uitdrukken van die identiteit, dan van *offline* situaties?

- R2 Ja, een beetje wat ik net zei; dat beheren. En ja, *offline* situaties, dat speelt zich natuurlijk af in *real time*. Dan flap je er wel eens iets uit, dan doe je wel eens iets *awkwards*, of dan heb je wel eens een ongemakkelijk moment. En *social media* is allemaal achteraf; het is niet echt live. Ja, en in het dagelijks leven, of zeg maar *offline*, als je even een gummetje door die ongemakkelijke situatie of die blunder heen kon gaan, zou je het ook doen. Maar omdat het niet een soort van live is, kun je alles heel makkelijk, zeg maar, regisseren, knippen, plakken. Ja, dus daar verschilt het gewoon wel echt heel erg.
- IN En is er ook een verschil tussen Facebook en Instagram, in de manier waarop je je op deze platforms kunt presenteren?
- R2 Jawel, Facebook... Ook door hoe het opgericht door Mark Zuckerberg, van het 'jaarboek' van je oude klas, dat is toch echt meer iets een sociaal netwerk, met de nadruk op het sociale. En Instagram draait gewoon om beelden; om visuele prikkels. Ja, Facebook heeft meer dat *college*-achtige van, ja, toch wel contact houden, sociaal netwerk bla bla bla. En Instagram is daarin gewoon meer, ja, visueel.
- IN Oké, en zoek je gemeenschappelijkheid – dus wat je gemeen zou kunnen hebben met anderen – of verbondenheid wanneer je online je identiteit uitdraagt?
- R2 Nou, ik denk... Nou ja, omdat ik dat dus niet zo actief doe... Maar als ik bijvoorbeeld wel... Ja, soms wil je wat frisse, nieuwe gezichten op je tijdlijn op Instagram, om het maar zo te zeggen, dus dan ga je wat nieuwe mensen volgen, en als ik dan mensen zoek om te volgen, gewoon waarvan ik vind dat ze interessante content maken, of gewoon een heel leuk en tof leven leiden, dan zoek je het toch wel een beetje die gemeenschappelijkheid daarin. Dus in ieder geval personen met wie je op één of andere manier verbonden voelt omdat ze iets met je delen; een interesse of een soort van esthetiek. Dus daarin zoek ik wel erg die verbondenheid. Maar dat is natuurlijk een hele 'lege' verbondenheid, want zij weten echt niet van mijn bestaan af. Ja, ze hebben er één nieuwe volger bij, maar daar gaan zij zich verder niet in verdiepen. Dus ik weet niet of het een oprechte verbintenis is, maar ja, voor mij geeft het dan wel een beetje het gevoel van verbondenheid.
- IN Oké. De volgende vragen gaan over de taal van sociale media. In een online omgeving communiceren individuen namelijk niet door persoonlijk aanwezig te zijn maar voornamelijk door taalgebruik. Heeft dit invloed op hoe je online omgaat- en communiceert met andere mensen, die dan ook dus gebruikers zijn van sociale media?
- R2 Ik denk sowieso wel in een beetje de normen en waarden van met elkaar omgaan; dat die online gewoon anders zijn, omdat het een soort van het 'wilde westen' daarvan is, omdat iedereen zich kan verschuilen achter een soort van masker, en zich een soort van *untouchable* kan wanen. Dus nee, ja, ik denk dat er wel hele andere zeg maar soorten taalgebruik zijn. In *real life* ben je natuurlijk veel zichtbaarder, veel kwetsbaarder, dan heb je natuurlijk ook non verbale communicatie wat ook echt een hele grote rol speelt, en die nuance kun je vaak op *social media* niet echt aanbrengen. Maar ja, ik denk dat mensen zich... Dat het ook een beetje groothedswaanzin is, bij veel mensen, in hoe ze communiceren op *social media*. Ik irriteer me wel een beetje aan veel haatdragende en negatieve manieren van communiceren. Dus ik denk dat het heel veel potentie heeft om op heel veel vlakken uit de hand te lopen daardoor; dat mensen dingen zeggen die ze in het echte leven nooit zouden zeggen, of een opmerking zouden maken die eigenlijk heel gemeen is, maar dat in het echte leven niet zouden doen. Ik denk dat die kwetsbaarheid die je dan in het dagelijks leven voelt, dat is ook wel een functie heeft; als een soort van bescherming, van "ik ben kwetsbaar", en dat je dan realiseert dat anderen dat ook zijn waardoor je sommige dingen gewoon echt niet zou zeggen.
- IN En welke functie heeft muziek dan in de multimediat taal van *social media*?

- R2 Ja, ik denk sowieso dat die taal van *social media* zo veel facetten heeft, omdat ze natuurlijk elke vorm van uitdrukking daarin meegenomen kan worden; van video- en beeldmateriaal, YouTube, tot aan emojis en emoticons, tot aan muziek eigenlijk. Ja, er zijn veel meer uitdrukkingvormen waardoor het die taal wat ingewikkelder maakt, maar ook wel makkelijker; makkelijker omdat je niet per se vaak hoeft te zoeken naar woorden, omdat er altijd wel iets is waarmee je die woorden kan vervangen. Maar moeilijker denk ik ook, omdat er zoveel verschillende dingen zijn en ook steeds meer platforms. Als ik jonge mensen hoor van... Is het een TikTok, is het een Snapchat? *I don't know*... Maar zo veel platforms waarin je... Waardoor je in contact kan komen met elkaar. En die hebben ook allemaal hun eigen soort van stijl regels, en normen en waarden. Dat zou mij een beetje de pet te boven gaan. Maar ik denk dat, ja, de taal wel voor- en nadelen heeft.
- IN En dus ook de signalen van identiteit die door gebruikers van *social media* worden gegeven, worden dus ook overgebracht via de taalgebruik in plaats van *face-to-face* aanwezig te zijn. Denk je dat dit het gemakkelijker of moeilijker maakt om je identiteit online uit te drukken?
- R2 Ja, ik denk wel makkelijker. Maar dat heeft ook weer te maken met die oprechtheid, want het is heel makkelijk om een identiteit te creëren en uit te drukken met behulp van zoveel verschillende beeldmaterialen, zeg maar. Het is heel gemakkelijk om iets te creëren, en niet zozeer uitdrukken. *Face-to-face* heb je niks om achter te verschuilen, dat maakt het ook wel moeilijker. Maar ik vind het wel oprechter en prettiger.
- IN Oké, de volgende vragen gaan over muziek in online wat zijn de motieven die ten grondslag liggen aan jouw persoonlijke reden om op *social media* te *musicken*?
- R2 Ja, ik denk allereerst ook gewoon liefde voor muziek, weet niet... Omdat ik er veel mee bezig ben, dat ik het soms gewoon wel echt moet ventileren; soort van moet luchten. Dat je soms heel enthousiast wordt over een nieuw album of een nieuwe plaat of een vet liveoptreden, dat je gewoon dat wilt delen, of zo. Dat het jou heel veel positievere gevoelens geeft en dat je wilt dat andere mensen dat ook kunnen ervaren, of zo. Dus heel vaak is het ook enthousiasme over de muziek zelf. En dan daarbij dus ook, ja, het sociale aspect, omdat je dat wil delen. En ik zou het dan eerder iets gericht delen met mensen waarvan ik al weet dat ze het zeker kunnen waarderen, dus meer dat je het persoonlijk stuurt of persoonlijk op iemands tijdlijn zet of even een privé berichtje stuurt, dan dat ik het gewoon op een tijdlijn zou kwakken. Dan weet je natuurlijk niet... Ja, dan zullen er ook mensen zijn die het tegenovergestelde hebben; die totaal niet kunnen waarderen en dat dan nodig vinden om dat te zeggen. Terwijl, ik denk van: Ja, laten we het richten op het positieve. Ik voel me positief over deze muziek, laat ik iemand anders zich ook daar een goede ervaring door geef, of zo. En anderzijds ook, als mensen dan liedjes naar mij sturen vindt dat ook altijd heel erg leuk.
- IN Oké, en ken je een subjectieve betekenis toe dan aan de muziek die je deelt of weergeeft op sociale media?
- R2 Ja, sowieso! Dat denk ik... Vanaf het moment dat de artiesten een nummer schrijft doet hij al vanuit een... Dat nummer schrijven, is al een hele subjectieve ervaring... En dat baseert de artiest ook op zijn of haar eigen ervaringen. En vaak zal er wel overlapping zijn in die betekenis, maar ik denk dat iedere betekenis die ieder individu de aangeeft toch echt heel eigen is. Niemand maakt dingen mee zoals jij, niemand is exact hetzelfde als jij. En ik denk dat je toch wel heel erg vanuit de achtergrond – dus echt vanuit jezelf – dan een betekenis geeft aan die muziek. En dat, daardoor zo'n subjectieve ervaring ook eigenlijk uniek is, bijna altijd...
- IN Oké, en heb je daardoor ook het gevoel dat je de mogelijkheid hebt om muziek 'vorm te geven'; dus te delen en opnieuw in te kaderen op een manier die je online nodig acht?

- R2 Ja, ja, wat ik al eerder zei; natuurlijk is dat het super open voor interpretatie is; het hele medium. En dat sowieso, ja... Maar ik denk dat je ook wel een soort van een zekere 'status' en aanzien moet hebben om echt muziek weer, ehm, echt naar je hand te kunnen zetten, of om te bepalen hoe anderen moeten denken over deze *songs*. Ik weet niet, als iets gewoon eenmaal de stempel heeft van 'het is een *guilty pleasure*', dan moet je echt van hele goede huize komen wil jij dat nummer delen en aanraden aan anderen en dat het dan in één keer geen *guilty pleasure* meer is. Negen van de tien mensen zou je alsnog uitlachen, ofzo, als je dat soort muziek luistert. Nee, ik denk dat je ook wel een soort van je muzikale sporen moet hebben verdiend, of heel veel tijd erin hebben geïnvesteerd om zo'n imago en status op te bouwen, van 'ik ben een echte muzikkenner', voordat je het zó erg kan vormen. Ik denk voor mezelf – in gewoon in mijn privé – dat ik die mogelijkheid wel heb, maar binnen sociale situaties denk ik niet, of ga ik er ook niet actief naar op zoek, zeg maar.
- IN Oké, en dan heb ik nu een stelling: Als ik alle muziek zou bekijken die je in de loop van de tijd op *social media* hebt gedeeld, zou dat dan een goed beeld geven van wie je in de loop van de tijd was, wie je bent, of wie je wilt zijn?
- R2 Ja, sociale media, ja, denk ik toch niet, omdat dat toch echt wel losse flodders zijn, en omdat ik me daar zelf ook al wel snel bewust van was, heb ik dat ook niet zo bewust gedeeld. Dus altijd... Ook omdat ik dus die ene keer op de middelbare school, dat die gast zei van "eh, daar luister jij echt niet naar." Dan denk ik, weet je, ik hou het gewoon voor mezelf. Maar op Spotify – dat heb ik natuurlijk ook al sinds, ik heb de laatste opgezocht, ik geloof 2010 of 2011 – dus daar is inmiddels al tien jaar muziekhistorie in gevangen, minstens, en ik denk dat, als je al die afspeellijsten doorgaat van, zeg maar, de eerste tot de laatste en alles daar tussenin, ja, dat dat wel, ik weet niet of het jou een goed beeld zou geven van wie ik ben, maar ik denk... Als ik ernaar kijk, dat het mij wel echt een beeld geeft van de ontwikkeling die ik heb doorgemaakt, en de fases waarin ik zat in mijn leven. Maar dat ligt dan dus weer totaal aan die subjectieve betekenis. Ja, misschien zou jij er wel iets uit kunnen halen, of zo, van 'oeh, je zit nu meer in een experimentele fase', maar ik zou precies – door de subjectieve betekenis die ik heb – bepaalde nummers bij bepaalde afspeellijsten zou ik meteen weer terug kunnen halen van, ja, wie ik toen was ze wat me bezighield, of waarnaar ik zocht; dat zou ik wel echt duidelijk terug kunnen zien in de Spotify afspeellijsten.
- IN Oké, dus zou je daarmee kunnen suggereren dat muziek onlosmakelijk verbonden is met de context waarin je het dan – op dat moment – deelt?
- R2 Ja, voor mij persoonlijk, ja, is dat altijd wel verbonden aan de context, of zo. En ja, ik denk dat elke keer als je een nummer luistert, dat je dan toch wel weer een klein logboekje daaronder hebt van het moment waarop je dat nummer luistert. En soms dan wil je weer terug naar een bepaald moment, en dan haal je dat aan door middel van muziek. Ja, dat een beetje.
- IN En als we kijken naar je diary studies, dan zien we hier dat je een nummer deelt [wijst diary study formulier aan], wat is dan de context van het moment waarop je dat nummer deelde?
- R2 Ja, dat was meer bedoeld als een soort van grapje, want ik wist dat mijn zusje toen een beetje down was en niet zo lekker in d'r vel zat. Ik dacht, dat is een soort van manier om haar op te vrolijken. Dus dat is ook weer van... Als jij die context niet zou weten, dan zou je misschien denken dat ik heel serieus over dat nummer denk, of zo. Maar dat was meer gewoon *uplifting* bedoeld en gewoon als grapje. Dus binnen die context kreeg dat nummer dus wel echt een bepaalde betekenis doordat ik mijn zusje ermee wilde opvrolijken, en ja, het is natuurlijk wel 'n grappig nummer, maar het is niet alsof ik daar dag in, dag uit naar luister.
- IN Oké, de volgende vragen zullen gaan over online socialiteit. Hoe zou je die online sociale dynamiek van *social media* omschrijven?

- R2 Ja, de dynamiek is een beetje... Veel mensen die ook hard schreeuwen; mensen die als een soort van gorilla op hun borst trommelen en heel erg de nood zien om alles van de daken te schreeuwen wat ze doen. Dus het is... Ik denk dat het ook heel erg het volume bepaalt of je gehoord of gezien wordt. Dat sommige mensen heel hard om schreeuwen, zó hard zelfs dat je haast wel moet kijken. Dus dat speelt een grote rol in die sociale dynamiek, en ja, weet ik niet... Het is toch ook een beetje een inkijkje – alsof je een telefoontap ergens hebt – dat je gewoon mee kan lezen in allerlei gesprekken waar je zelf niet aan deelneemt. Terwijl, normaal gesproken, als jij je bij een groepje mensen zou voegen en zij zouden een uitvoerig en levendig gesprek voeren, en jij zou er een beetje bij staan en niks toevoegen, dan gaan mensen je naar een tijdje wel raar aankijken. Maar op *social media* heb je zo veel ‘naslagwerken’ van hele discussies, van allemaal conversaties die mensen voeren, en dat kun je dan gewoon altijd – als een naslagwerk – kun je dat teruglezen. Waardoor je eigenlijk niet deelneemt maar er wel bij bent, en dat is denk ik ook wel tekenend voor die sociale dynamiek.
- IN Oké, en hoe ga jij persoonlijk om- of heb je interactie met andere mensen op *social media*? En is er daarin een verschil tussen Facebook en Instagram?
- R2 Ja, ik denk dat ik daar ook wel weer vrij passief in ben; dat ik gewoon enkel sociale interactie heb en mensen op *social media* waarmee ik in het echte leven ook interactie zou hebben, als ik de kans heb... Kijk, sommige mensen wonen gewoon ver weg en dan probeer je gewoon iets, ja... Als je dan niet in elkaars nabijheid kan zijn doe je het maar zo. Ja, en ik probeer in ieder geval altijd met mensen om te gaan op *social media* op een manier die ik ook in het echte leven zou doen. Maar dat is ook wel weer veel makkelijker gezegd dan gedaan natuurlijk, omdat je op *social media* altijd na kan denken over wat je tegen mensen gaat zeggen, of wat je bij iemand op een tijdlijn gaat posten. Terwijl, *face-to-face* kun je er ook nog wel eens iets uit flappen, zeg maar.

[00:57:21]

- IN En op welke manieren kom je dan online ‘samen’ met andere mensen via *social networking sites*? En behoor je dan ook tot online groepen?
- R2 Ja, ik zit in Facebook wel in een aantal groepen. Sommigen zijn gericht op hobby’s; dus een beetje van die ‘planten en stekjes’ groepen, dat je met anderen kunt kletsen over plantjes. Ja, ook wel veel reizen en *backpackers* groepen. Maar het is niet alsof die een soort van rode draad vormen door m’n leven. Kijk, die reizen en *backpackers* groep, daar kijk ik ook niet in op het moment dat ik niet aan het reizen ben, of me aan het voorbereiden ben op een reis. Dus ik zie dat niet echt alsof ik deel uitmaak van een groep. Maar ik zie het gewoon als een hele handige bron van informatie op het moment dat je die informatie nodig hebt, ja. Ik zit namelijk ook niet de hele dag te kwebbelen over planten, maar als ik een plant heb die van de ene op de andere dag te slap hangt, dan maak ik daar een foto van en dan maak je gebruik van een soort van ‘de collectieve kennis en ervaringen’ van alle andere planten-moeders en vaders, zeg maar [respondent lacht]. Dan vraag ik aan hun ‘wat is er aan de hand?’ Ja, je zou het ook kunnen googelen, maar ik vind dan toch een menselijk oog, en toch een soort van, ja... Misschien dan toch ook wel een beetje dat groepsgevoel. Op een moment dat het jou uitkomt is dat toch wel iets wat je dan waardeert, dus ja, dat.
- IN En hoe ervaar je dan de rol van muziek in deze groepen en de groepsrelaties?
- R2 Ja, in die groepen waar ik in zit draait het niet echt om muziek. Ik kan me wel voorstellen dat er ook wel echt groepen zijn die om muziek draaien, maar goed, dat is dan ook wel weer heel snel gelinkt aan subcultuur, en ja, dan moet je toch wel echt tot die subcultuur behoren en zo. Maar bijvoorbeeld in die *backpackers* groep worden wel gewoon ook soms van die lekkere nummertjes gedeeld, waar je dan echt een soort van *wanderlust* van krijgt en zin krijgt om te reizen en zo. Dus ja, zo’n rol speelt het wel, af en toe, inderdaad, maar dan gebonden aan het

thema van die online groep wordt er wel eens muziek gedeeld. Maar dat is ook gewoon, wat ik eerder al zei, is gewoon omdat dus die taal van *social media* zo divers is. Je kan ook gewoon een video delen, of een GIF'je, of een foto; kan allemaal, de keuze is reuze!

- IN Oké, de volgende vragen gaan over het publiek of '*the imagined audience*'. Als jij namelijk op sociale media – zoals Facebook en Instagram – *musicked*, wie stel je dan voor als je publiek? En hoe zou je dit ingebeelde publiek beschrijven?
- R2 Ja, vaak stuur ik wel gewoon muziek gericht naar mensen, dus dan weet ik wat het publiek is omdat ik het gewoon heel gericht naar één persoon stuur. Heel lang heb ik, zeg maar, ook de ergst mogelijke vorm, zeg maar... Heel vaak, als ik dan een liedje wilde delen, dan dacht ik weer aan die ene bullebak, zeg maar, van de middelbare school, en dan dacht ik van: wat zou hij ervan vinden? Dus, zeg maar, het ergste uiterste... Als een soort van zelfbescherming om maar niet weer beschadigd te raken; omdat je die ervaring koste wat het kost weer wilt voorkomen, dat dat nog een keer plaatsvindt. Dus dacht ik altijd aan hem als een soort van publiek, van: Oh, wat zou hij ervan denken als hij dit weer zou zien. Ja, en anders, ja... In diezelfde middelbareschooltijd, ja, er zijn altijd bepaalde mensen waar je bij wilt horen; mensen waardoor je echt gezien wilt worden en gerespecteerd wilt worden. Dus toen, ja, hield ik dat wel in mijn achterhoofd. Maar dan krijg je soms ook van je moeder aan de ontbijttafel de opmerking van: Zo zo, is het nu dit, deze heftige gitaren? Die had dat dan ook gezien op Facebook, of zo. En dan werd je er weer even aan herinnerd van: Oh ja, mijn moeder kan dit natuurlijk ook zien! Want ik denk, ja, dat je altijd wel een duidelijke visualisatie maakt van wie hoopt dat het dan gaat zien, en waarvan je dus hoopt dat ze er dan iets positiefs over denken, maar dat dat altijd natuurlijk maar een heel klein deel is van de mensen die daadwerkelijk kunnen zien. Want dat is gewoon in principe de hele wereld of je hele vriendenkring op Facebook.
- IN Oké, en zou je zeggen dat het in gedachten houden van dit type publiek ook invloed heeft op hoe je je identiteit online uitdrukt?
- R2 Ja, zeker, zeker! Maar dat, ja, dan denk ik toch weer terug aan die voorbeelden van toen ik jonger was, en toen was Facebook ook nieuwer en spannender, en nu... Het is er nu ook al zó lang dat die nieuwigheid er al helemaal af is. Soms zijn er dagen waar ik waarop ik me afvraag van: Waarom heb ik het überhaupt nog? Is mijn leven niet gewoon veel leuker als ik het gewoon verwijder? Maar goed, wat was de vraag ook alweer?
- IN Of het in gedachten houden van een bepaald type publiek ook invloed heeft op hoe je je identiteit online uitdrukt.
- R2 Ja, ik denk wel dat... Ik persoonlijk heb wel altijd een soort van publiek in gedachten. Zo van; de mensen waarvan ik denk dat ze het gaan zien, of vooral waarvan ik hoop dat ze het gaan zien. En ik denk dat dat zeker invloed heeft op hoe je dan je identiteit uitdrukt. Maar dat is meer van: Ik kan alles twintig keer overdenken, opnieuw her-componeren, posten en dan toch weer verwijderen. Weetje, het is gewoon zo makkelijk om een identiteit te creëren dat ik me eigenlijk afvraag wie het nog de moeite waard vindt om zijn echte identiteit gewoon te tonen.
- IN Dan gaan we als laatste nog kijken naar de uitwerking van de dagboekstudies. Die ga ik er nu weer even bijhalen. Allereerst hartstikke bedankt voor het invullen van het formulier. Ik zou graag nog even een voorbeeld met je willen bespreken dat in je logboek naar voren komt. Hier schrijf je over een video van drie Georgische meiden die inheemse instrumenten bespelen en Georgische liedjes zingen. Dat heb jij niet zelf gepost maar dit is iets wat iemand uit jouw netwerk heeft gepost en jij hebt dit *geliked*. Uit jouw logboek zien we ook dat je niet heel veel dingen expliciet *liked* of deelt, dus het viel me wel op dat je deze specifiek *liked*. Kun je misschien uitleggen waarom?

- R2 Ja, sowieso vind ik het prachtige volkszang. Dit is echt precies weer een soort van muziek waar ik zelf anders nooit op was gekomen; muziek waar je misschien, in de eerste instantie, ook niet van zou verwachten dat je daar een verbintenis mee voelt. Want het is Georgische volkszang, dus ik versta het niet! Maar ik vind het zo mooi dat het drie meiden zijn – een beetje van mijn leeftijd – die een soort van zusterschap of broederschap uitstralen, en het voelt gewoon even als een kleine *sneak peak* in het boerenleven van Georgië. En dan ga je je ook weer afvragen van: Oh, zie ik mezelf daar al tussen? Lekker met de koeien knuffelen, lekker de ezeltjes of de geitjes melken. Dus dat is ook wel dat stukje escapisme weer van, ja, door de *lockdown* en door corona kunnen we gewoon niet reizen en ik vind reizen wel gewoon echt een verrijking van je ziel. En de persoon die dit heeft gedeeld, daarvan weet ik dat ze zelf ook heel veel heeft gereisd, en ook heel erg die interesse heeft naar dat wat buiten onze grenzen ligt; naar alles wat anders is. Dus daarom bewonder ik haar ook, waardoor ze voor mij – in mijn denkwereld – ook wel een soort van status, ofzo, heeft gekregen daardoor. En dat ik haar wel bewonder voor de dingen die ze doet, dus... Ik moet ook wel zeggen, als ik iets van haar gepost zie, dan zou ik daar niet heel snel overheen *scrollen*, wat je misschien bij andere mensen wel doet, dat je daar gewoon langs heen *scrolt* en er niet echt aandacht aan besteed. En bij haar kijk ik altijd even, en zo, ook dit filmpje van die drie zingende meiden, ja, heb ik gewoon helemaal afgespeeld en vond ik heel erg mooi. Dan heb ik even, ja, een klein rustpuntje in mijn dag gevonden; dat ik even met mijn hoofd ergens anders heen kan. Ja, dat waardeer ik dan gewoon. Ik vind het mooi dat zij dan dat aanraadt, alhoewel wel de buitenwereld ook wel weet dat zij geen Georgische dame van de boerderij is. Maar dat zij gewoon oprecht daar enthousiast over is, en dat denk ik ook dezelfde reden waarom ik dit soort dingen zou delen; gewoon het enthousiasme. Omdat dit gewoon supermooi is en dat die drie meiden gewoon supermooi samen zingen. Dus ja, dat vond ik leuk en daarom heb ik het ook een *like* gegeven, ja. Ik heb verder nooit echt... Dat meisje [die het nummer deelde, ed.] is ook verhuist naar Antwerpen toen ze daar ging studeren, dus ik heb haar verder ook nooit meer gezien. Maar ja, ik heb wel het gevoel dat er een soort van *understanding* is, omdat we allebei dezelfde dingen mooi vinden. Omdat we zelf een beetje dezelfde dingen najagen in het leven, dezelfde, ja, waarden hoog in het vaandel hebben staan. Dus ja, misschien dat er daardoor toch een soort van onuitgesproken, onbewuste connectie is gelegd.
- IN Nou, dat waren alle interviewvragen. Is er nog iets waar je iets over wilt zeggen dat we vandaag niet hebben besproken of wat nog niet aan bod is gekomen?
- R2 Nee hoor.
- IN Dan heel erg bedankt voor je tijd en de informatie die je vandaag met mij hebt gedeeld. Ik zal nu de audio opname stoppen.

[01:07:58]

Location of interview: Dani's work
Length of interview: 68 minutes

Interviewee: Dani
Age: 25

C3

Interviewer: Lisa Holweg
List of Acronyms: IN=interviewer, R3=Dani
Identifier: R3 (respondent 3)

[Begin Transcripts 00:00:00]

- IN Dan, voordat écht we beginnen, zou je me kort iets over jezelf kunnen vertellen?
- R3 Zeker, mijn naam is Dani. Ik ben 24 jaar, woon in Nijmegen; gewoon op kamers met drie huisgenoten. Ik ben momenteel invaldocent in het geven van kunstvakken en daarnaast ben ik werkzaam in de horeca. Mijn lievelingskleur is blauwe [respondent lacht].
- IN Oké, leuk, interessant. Kan je mij ook vertellen hoe belangrijk – losstaand van elkaar – muziek en sociale media in jouw leven zijn
- R3 [Respondent denkt na]
- IN Als je het moeilijk vindt om hier een indicatie van te geven mag je ook gebruik maken van een tien-puntsschaal; dus van één is helemaal niet en tien is extreem belangrijk.
- R3 *Social media* is voor mij persoonlijk... Vind ik vermakelijk, vind ik leuk, besteed ik veel tijd aan, omdat het gewoon... Eigenlijk verspil ik er veel tijd aan. S' avonds in bed zit je door Facebook en Instagram te *scrollen*. Maar zelf persoonlijk vind ik dat niet heel belangrijk, dus op een tien-puntsschaal is het denk ik een zes. Voor de horeca is het dan wel weer belangrijk, omdat ik daar ook de *social media* voor doe, dus dan ben je vaak bezig met: Wat post je? Wat zal aanslaan, wat is leuk, wat willen mensen zien? Dus dan is het wel belangrijker; denk rond de zeven en de acht. En muziek is voor mij persoonlijk een volle tien! Ik heb dat nodig, ik vind dat heel belangrijk. Ik heb versleten oortjes [headphones, ed.] ... of ik verslind oortjes bij het leven. Altijd als ik alleen ben, of eigenlijk altijd als ik iets doe, heb ik muziek aanstaan, luister ik muziek, of zet ik het zelf aan. Als ik ergens ben waar het niet aanstaat, en ja, omdat mijn hoofd altijd op een bepaalde manier werkt en muziek dan heel erg helpt om dat wat minder te maken. Dus ik gebruik muziek in mijn dagelijks leven elke dag om mijn hoofd een beetje af te remmen.
- IN En zou je ook dan kunnen stellen dat dat de rol is die muziek speelt in jouw leven?
- R3 Voor een heel groot deel, ja. Natuurlijk als je uit gaat, want je gaat naar een concert ofzo, dan is het ook vaak ter vermaak omdat het leuk is om ernaar te luisteren. Maar in het dagelijks gebruik, zie ik het wel echt... Moet het bijna gebruiken als middel.
- IN En ik heb zojuist een beschrijving gegeven van de handeling van *musicking*. Kun je me misschien een persoonlijk voorbeeld geven van wanneer jij recent op *social media* hebt *gemusicked*?
- R3 Valt WhatsApp in dit geval ook onder *social media*?
- IN Ja, aangezien het onderdeel is van The Facebook Group, mag je het zeker gebruiken in je voorbeeld.

- R3 Nou, dan heb ik wel een vrij recent voorbeeld met mijn moeder. Omdat we natuurlijk momenteel een gekke tijd zitten – niet echt een positieve tijd – gebruik ik muziek ook heel vaak om mijn stemming te sturen of te verbeteren. Als ik wakker word en ik denk “aaargh, stom”, dan ga ik bewust positieve muziek luisteren; muziek waar ik blij van word, muziek die ik leuk vind. En ik weet dat mijn moeder het op dit moment ook niet zo leuk heeft, en die kan moeilijk daar zelfstandig uitkomen, die valt vaak zelf weg in een heel zwartgallig gat, dus ik heb zeker afgelopen weken heel vaak nummers naar haar gestuurd. En gezegd van “dit vind je leuk, dit is een leuk nummer, luister hiernaar, luister daarnaar”, dus dat heb ik vrij recent vrij vaak gedaan.
- IN En is er dan iets wat jij in het bijzonder leuk vindt aan het feit dat je online *musicked*, in dit geval, dus het feit dat je het medium muziek online kan gebruiken?
- R3 Ja, ik het denk dat het vooral de toegankelijkheid ervan is. Want ik heb ook wel vinyl, maar het is toch wat minder makkelijk met elkaar te delen dan wanneer je het gewoon even naar iemand toe kan sturen. En dat is met twee klikjes, is dat bijna gedaan. En als je iemand iets wil laten horen wat op vinyl is, dan moet je iemand uitnodigen, of moet je het opnemen met je telefoon, of moet je iemand sturen “hé, dit album op vinyl; luister daar naar”, en moet iemand ook maar net een platenspeler hebben en die plaat willen kopen. Dus het is allemaal... Online is het vaak laagdrempeliger, want dan kunnen mensen gewoon aanklikken, luisteren.
- IN Dus dan is het makkelijker om muziek te betrekken bij jouw interactie met anderen?
- R3 Ja, omdat het ook... Je kunt ervan uit gaan dat het mensen het dan ook makkelijker gaan luisteren, als het maar één klikje is, dan willen de meeste mensen dat nog wel doen; één keer klikken. Dus dat het iemand ook niet zo veel moeite kost.
- IN Oké, het volgende blokje vragen zal gaan over muziek en identiteit. Dan ben ik allereerst benieuwd naar in hoeverre muziek centraal staat binnen jouw eigen identiteit en of jij dit kun aangeven. En je mag dus weer gebruik maken van de tien-puntsschaal.
- R3 Een hoge negen, zeker wel. Wat ik zeg, ik gebruik muziek vaak om mijn stemming te bepalen, mijn stemming te verbeteren wanneer die slecht is, of juist te versterken wanneer die goed is. Als je blij bent en er staat leuke muziek aan denk “oh yes, leuk, lekker nummertje!” En als je ook heel veel muziek luistert, en je het ook, ja, gewoon als een dagelijks element in je leven hebt, dan ontleen je er ook wel veel voor je identiteit aan. Want de nummers die je luistert zijn nummers die bij je passen, nummers die op dat moment een verhaal vertellen wat je wilt horen of muziek hebben die je wilt horen, of die bij je passen op dat moment. Ik vind het ook heel leuk om af en toe nummers terug te luisteren, die ik dan in bijvoorbeeld 2012 heel veel luisterde, en dan denk ik “oh ja”, want daar dacht ik toen dit en dit bij, of “oh ja”, dat heb ik toen daar en daar geluisterd. Dus het zit heel erg met elkaar verwoven.
- IN En zie je daarin muziek meer als een bron voor identiteit, dus inspiratiebron, of een medium over identiteit, aangezien artiesten ook hun eigen identiteit uitdrukken in hun muziek?
- R3 Ik denk beide, want aan de ene kant kun je natuurlijk muziek gebruiken zodat het aansluit bij je identiteit. Als je denkt: Dit ben ik als persoon en ik luister deze muziek. Maar ik heb ook wel eens dat je dan een nummer luistert en jezelf echt kunt herkennen in de muziek, en dan vooral in de teksten. Dat je denkt “ah, het lijkt net alsof dit persoon mijn toezingt”, of dat het over mij gaat, want ik herken mezelf hier zó in.
- IN En voel je daarin dan ook een verbinding met de artiest die op dat moment die tekst bezingt of heeft geschreven? Dat die artiest daarmee ook een soort van *identity signals* afgeeft over zijn of haar eigen identiteit?

- R3 Ja, ik denk wel dat het voor meer verbinding zorgt, ook met de artiest of met de band. Dat je een nummer, of een band waarvan je voorheen dacht van “nou, daar zou ik niet zo snel naar luisteren”, als die dan in een keer een nummer maken wat je dan een keer ten gehore is gekomen en waar je jezelf dan heel erg in herkent, dat ik dan ook wel eerder geneigd ben... Dan sla ik dat nummer op en dan ga ik verder kijken, van “oh, wat heeft die artiesten nog meer gemaakt?” Zitten er misschien meer nummers tussen waar ik mezelf heel erg in herken, zitten er meer nummers tussen die ik leuk vind? Ik denk wel dat het kan aanzetten tot meer betrokkenheid met de artiest.
- IN En is dat dan ook de manier waarop jij zoekt – en vindt – dus op zoek gaat naar de juiste muziek die op dat moment jouw identiteit, ideologieën en ook jouw overtuigingen weerspiegelt? Is deze verbinding die je zojuist omschreef de voornaamste aantrekkingskracht?
- R3 Soms wel, soms niet. Ik denk dat het heel erg te maken heeft met hoe heftig die verbinding met dat ene nummer of dat ene moment is, en hoe erg dat aansluit bij mijn bui van dat moment. Maar ik doe al heel vaak... Op basis van nummers die in een bepaald soort stijl, muziekgenre, of een bepaald overkoepelend idee, dat ik daarbinnen wel dan verder ga zoeken. Laatst had ik in één keer helemaal dat ik dacht “oh, allemaal oude soul classics, daar heb ik zin in!” En zo ga je steeds verder zoeken en vind je ook steeds meer.
- IN Oké, kan ik daar ook uit opmaken dat er niet één specifieke manier is waarop jij je dus identificeert met muziek? Wellicht dat dat er meerdere zijn?
- R3 Zeker, ja.
- IN En wordt dit dan ook weerspiegeld in jouw manier van *musiciking*?
- R3 Ja, dat denk ik wel. Het ligt er heel erg aan in hoeverre je je ergens mee identificeert, want soms dan vind ik bijvoorbeeld een nummer, en dat komt dan zó heftig binnen, dat gaat zo diep, dat ga ik dan niet doorsturen naar mensen, ofzo, omdat ik dan toch denkt van: dit is gewoon even een momentje wat ik heb met dit nummer. Maar als ik bijvoorbeeld een nieuw nummer leer kennen waar ik heel blij van word en ik denk “ah, dit vindt dit persoon ook heel leuk”, dan stuur je dat gelijk door.
- IN Oké, en een vraag die hier ook goed op aansluiten is: Ben je over het algemeen openbaar met de muziek waar je naar luistert of cureer je zorgvuldig wat je openbaar maakt en wat je privé houdt?
- R3 Nee, ik ben daarin heel erg openbaar. Dat komt ook wel doordat ik op mijn studie heb geleerd dat... Vóór mijn studie was ik natuurlijk een persoon die een bepaald beeld van zichzelf schetst, dat doet iedereen zodat je cool bent. Als je een goede muzieksmaak hebt en als je dan één keer een middagje naar Taylor Swift wilt luisteren, dan zet je Spotify gewoon op privé [modus, ed.]. Dat heb ik inmiddels niet meer omdat ik op mijn studie heel erg heb geleerd dat *guilty pleasures* niet bestaan. Als het jouw plezier brengt op dat moment, luister er dan lekker naar! Dus ik heb ook gewoon alles openbaar staan en mensen mogen het allemaal van me weten. Het is niet dat mensen... Of nouja, het is niet dat ik mijn veroordeeld voel wanneer mensen zeggen “oh, ik zag dat je naar Taylor Swift hebt geluisterd”. Dan zeg ik “ja klopt, had ik gewoon echt even zin in. Ik was aan het afwassen ik dacht *shake it off*”, bijvoorbeeld.
- IN En omdat je er zo openbaar mee bent, betekent dat ook dat *musiciking* en naar muziek luisteren ook verweven zijn met jouw sociale wereld?
- R3 Zeker, ja. Zeker bij mij thuis, als er een avondje een spelletje gespeeld wordt, of als er gekookt wordt ben ik altijd de eerste die d'r telefoon pakt en muziek aanzet. En de ene keer is dat

goede muziek – tussen aanhalingstekens – en de andere keer zet ik een *playlist* aan met alleen maar slechte oude party nummers, of zo. En dat is inmiddels ook al zo erg geworden dat mijn huisgenoten ook gewoon zeggen van “Oh Dani, zet jij de muziek maar aan, want jij zet altijd wel wat leuks op wat bij de sfeer past”, wat dus de ene keer gewoon goede, rustige muziek is en de andere keer Taylor Swift, Demi Lovato of, ehm... Wat had ik laatst ook alweer aangezet? Nouja, in die hoek, in die categorie.

- IN En als je dan samen met bijvoorbeeld je huisgenoten of anderen naar muziek luistert, zit je dan een soort *bubble* waarin jij op dat moment geniet van de muziek, of voel je je dan ook verbonden met je huisgenoten op dat moment, omdat jullie dezelfde muziek luisteren?
- R3 Nja, ik denk dat je dat ik zeker wel die verbintenis belangrijk vind. Zeker als ik nummers specifiek aan zet... Dus niet per se een *playlist* aanzet voor wat meer op de achtergrond, maar dat ik echt specifiek nummers aan zet dus, dan wil ik wel graag weten wat ze ervan vinden; dat zij het ook leuk vinden, of zij het ook goede muziek vinden. Dus ja, het ligt eraan of ik muziek meer als een soort passief iets gebruik – van gewoon achtergrondmuziek, dat er wat geluid is – of dat ik echt actief bezig ben met nummers in een wachtrij zetten, dan wil ik ook wel dat dat mensen het ook goede muziek vinden. Dan vraag ik ook vaak van “ehm, is het leuk? Moet het wat meer dit? Moet het wat meer dat? Is het goed zo?” Ik vind dat wel belangrijk.
- IN Dus je probeert wel een soort van wisselwerking in werking te zetten als jij muziek aan zet? *You try to read the room?*
- R3 Ja, zeker. Dat doe ik ook heel erg op mijn werk, waar ik dan ook de alle muziklijsten heb gemaakt. Ook per deel van de dag, dat je een bepaald soort muziek draait. En als de muziek aanstaat, dan vind ik het ook wel belangrijk dat ik dan bijvoorbeeld merk dat mensen uit zichzelf zachtjes aan het meezingen zijn, of dat ze de muziklijst complimenteren. Dan denk ik “oké, dat heb ik in ieder geval goed gedaan, de muziek wordt gewaardeerd”. Als dat niet wordt gedaan, dan ga ik wel nadenken van “oké, dus dat moet anders”, want ik wil dat... Muziek is heel erg sfeerbepalend, dus ik wil dat er een prettige sfeer heerst, dus ook dat er prettige muziek bij dat moment wordt afgespeeld.
- IN Oké, en geeft muziek jou dan ook soms het gevoel dat je echt deel uitmaakt van een soort van collectieve identiteit?
- R3 Ja, ik denk het wel... Nu momenteel mis je die collectieve identiteit natuurlijk wel omdat... Ik denk dat momenten waarop je die collectieve identiteit heel erg voelt is wanneer je bijvoorbeeld bij een concert staat, of op een festival bent, en allemaal naar een artiest kijkt, allemaal dezelfde nummers hoort. Je hebt allemaal besloten om naar die plek te gaan, naar die muziek te luisteren, dus dat zorgt wel voor een soort van saamhorigheidsgevoel. Dat heb je op het moment natuurlijk minder. Het is nu vaak... Je doet het alleen, je luistert het alleen. Dus dan vind ik die momenten dat je je muziek met iemand kan delen, zoals bijvoorbeeld dan op werk of met mijn huisgenoten, vind ik dat wel dan extra belangrijk.
- IN En zoek je dat dan ook bewust op, om misschien een beetje invulling te geven aan dat stukje collectieve identiteit wat je nu moet missen door de corona crisis?
- R3 Ik zeker ja. Ik heb ook al van mijn leerlingen gehoord, van “mevrouw, u luistert volgens mij gewoon te veel naar muziek”, want ook in mijn lessen zet ik altijd muziek aan, en dan wel muziek waar ik persoonlijk niet achter sta, maar waarvan ik weet dat zij het wel kunnen waarderen. Maar bij mijn huisgenoten zet ik dan wel meer muziek aan waar ik zelf ook achter sta. Maar dat is ook... Zeker wanneer je ook gaat vragen van “goh, wat vind je van de muziek”, dat is wel een beetje gewoon artificieel dat gevoel creëren, van “want we luisteren er nu samen naar, toch? We voelen het allemaal, toch?”

- IN Oké, ik ga dan nu even kort drie termen op jouw afvuren, en mijn vraag is of je per term kunt uitleggen in hoeverre dit van toepassing is op jouw persoonlijke redenen om te *musicken*. En dan is de eerste term ‘zelfpresentatie’. Dus dan is de vraag: functioneert *musicking* voor jou als een vorm van beheer van je persoonlijke identiteit, dus zelfpresentatie?
- R3 Ja, ja ik denk het wel. Als jij muziek aan zet in gezelschap of muziek deelt met anderen, dan doe je dat voor een groot deel omdat je denkt... Omdat je aan de ander denkt, van “hé, jij vindt dit misschien ook wel tof.” Maar je doet dat ook wel een beetje zodat je jezelf kan neerzetten als zijnde “ik geef je muziektips, dus als je eens een vraag hebt over een nummer of als je een keer een aanrader wilt, dan kun je bij mij terecht.” Dus ik denk dat het in die zin ook wel zelfpresentatie is en dat je identiteit samenhangt met de muziek die je luistert. Dus als jij nummers deelt met mensen, gaan ze het ook wel koppelen aan jouw identiteit. Dus als jij alleen maar top veertig luistert, en je stuurt mensen dan een aanrader, dan denken ze misschien “ja, die hoor ik ook op de radio.” Maar als je juist nummers stuurt die ze nog nooit hebben gehoord, maar wat wel heel erg in hun straatje past, dan denken ze “oh, dus in het vervolg als ik iets nodig heb van muziek, dan ga ik dat bij jou halen.” Het is op mijn werk ook zo gebeurd. Ik heb hier de eerste paar weken, heb ik altijd de muziek overal aan gezet en heel erg gekeken naar welke sfeer er heerste en welke mensen er waren. Op den duur en op basis daarvan hebben ze tegen mij gezegd “weet je, maak jij anders gewoon maar de *playlists*, want we vertrouwen jou daar wel mee. Jij kan dat wel.”
- IN Oké, dan is de tweede term ‘interpersoonlijke relaties’, en bijbehorende vraag luidt: functioneert *musicking* voor jou als een vorm van beheer van jouw interpersoonlijke relaties?
- R3 Zeker ook, ja. Ik doe heel vaak... Als ik naar muziek luister, dan luister ik ook heel vaak naar de tekst; naar wat er gezongen wordt, wat het verhaal is wat er verteld wordt, en als ik een band heb met iemand die toevallig goed aansluit bij wat er gezongen wordt, dan deel ik zeker dat nummer. Niet omdat ik denk van “nou, dit is echt goede plaat, moet je luisteren”, maar meer gewoon van “luister eens naar wat ze allemaal zeggen. Toepasselijk, vind je niet?”
- IN En is dat dan ook een boodschap die je eigenlijk ook wel woordelijk had willen uitdrukken naar iemand, maar dat de muziek dat op dat moment beter doet, waardoor muziek daarin een stukje van de taal vervangt?
- R3 Jazeker, want vaak... Zeker als het dan wat moeilijk... Als het gaat om gevoelens bijvoorbeeld, dat zijn vaak onderwerpen waar je wel... Daar kun je wel over praten, en dat vind ik principe ook niet moeilijk, maar ik vind het vaak dat muziek dat gewoon net iets beter kan. Omdat er nèt mooiere woorden voor worden gebruik, dat de muziek er goed bij aansluit. Negen van de tien keer vind ik de Engelse taal – zeker als het om gevoelens gaat – vind ik dat veel mooier dan in het Nederlands. Bepaalde dingen krijg ik in het Nederlands echt niet uit m’n strot, terwijl ik ze in het Engels dan juist wel weer heel erg... Dat gaat dan heel makkelijk. Maar ja, ik wil ook niet de hele tijd... Als ik met iemand in gesprek ben ineens *suddenly switching to English*, omdat het beter klinkt. Dus dan denk dat een nummer dan makkelijker is, dat is veel laagdrempeliger en het dekt de boodschap vaak gewoon veel beter.
- IN Oké, en de laatste term, daar zijn we net ook al even over uitgeweid, dat is: functioneert *musicking* als een vorm van beheer van jouw gemoedstoestanden?
- R3 Ja, ook dat. Ja, heel erg ook. Ik ben überhaupt een vrij emotioneel persoon; mijn gevoel is altijd heel sterk aanwezig. Nou, echt soms vervelend hoe aanwezig het is. Maar muziek kan heel erg... Als ik muziek luister moet dat zeker wel bij mijn gemoedstoestand en bij mijn gevoel aansluiten. Bepaalde nummers die normaalgesproken echt mijn lievelingsnummers zijn, maar die net niet aansluiten bij hoe ik me op dat moment voel, daar ga ik echt niet naar luisteren; die skip ik gewoon door. Ik wil dan echt alleen horen wat ik op dat moment wil

horen. Als ik verdrietig ben, dan wil ik niet in een keer gezellige ‘ta-ta-ta-daaa’ [respondent zingt]. Nee, dan wil ik ook alleen maar jank-platen horen.

- IN En kan ik dan ook veronderstellen dat je dus muziek gebruikt als een soort van herbevestiging van de gemoedstoestand waar je op dat moment in verkeert? Of gebruik je het soms ook om de gemoedstoestand te bereiken waar je op dat moment nog niet verkeerd maar wel naartoe wilt werken?
- R3 Beiden. Dat ligt ook heel erg aan hoe ik me voel, maar soms als ik boos ben... Ik zat vanmiddag bijvoorbeeld in de bus en ik had een hele stomme ochtend gehad, en ik heb momenteel op Spotify een *playlist* gedownload, die heet ‘party ordinair vijfje’, en toen kwam ‘Fighter’ van Christina Aguilera voorbij, en die heb ik toch wel echt de hele busrit op *repeat* gedraaid. Van “it makes me that much stronger, makes me work a little bit harder, makes me that much wiser, so thanks for making me a fighter”. Van: Ah, kom maar! Alle shit die je me nu geeft zorgt er alleen maar voor dat ik er *in the end* alleen maar zelf beter van wordt. Prima! Maar als ik verdrietig ben of als ik emotioneel ben, dan ga ik ook echt wel... Of als ik voel van bijvoorbeeld ‘het zit me heel hoog’, ik zou eigenlijk gewoon even een goed potje moeten janken, dan sluit ik me gewoon op in mijn kamer en gaat Billy Eilish [zangeres, ed.] aan – verdrietige muziek – maar het is ook vaak dat ik muziek gebruik om mezelf op te hypen. Als ik moe-ig wakker wordt en ik denk “ah, vandaag wordt een leuke dag”, dan gaat er gezellige uptempo muziek aan om mezelf een beetje wakker te maken. Of wat ik net al zei, als ik een beetje chagrijnig ben, dan zet ik blij muziek aan. Als ik eruit wil komen... Of ja, ik gebruik het heel erg als beiden; soms versterkend, soms juist om in een andere gemoedstoestand te brengen. Soms wil je bepaalde gevoelens een beetje afzwakken, soms dan denk je “kom maar, laat komen, gooi alles er maar bij!”

[00:23:01]

- IN De volgende vragen zullen gaan over gebruik van *social media* in het algemeen. Tegenwoordig zijn sociale media natuurlijk in toenemende mate toegankelijk via mobiele apparaten, verhoogd dit ook de mate waarin de sociale media zijn geïntegreerd in jouw leven?
- R3 Jazeker, het is allemaal dichtbij en het is makkelijk. Wat ik net al zei: elke dag even doelloos door Instagram of Facebook *scrollen*, dat zit er wel in elke dag. Op een onbewaakt momentje als je zit te wachten, of je verveelt je een beetje, of je weet je even geen houding te geven, dan gaat heel snel die telefoon erbij en dan ga je daar maar op *scrollen*.
- IN Is dit er in het onderbewuste een beetje bij ingeslopen; dat het een soort automatisme wordt?
- R3 Ja, ik denk het wel. Ik heb dat vooral ’s avonds, als ik dan bijvoorbeeld in bed lig en ik wil gaan slapen, pak ik onbewust toch altijd mijn telefoon erbij, want ik moet dan toch mijn wekker zetten, en ik ga dan altijd onbewust nog even wel de sociale kanalen af. Dan is het eigenlijk helemaal niet nodig, en vaak halverwege denk ik ook van “waar ben ik ook alweer mee bezig, ik lig al een uur in bed, waarom slaap ik niet? Waarom doe ik dit?” Ik zie het niet eens meer, dit is gewoon beeld dat voorbijgaat.
- IN En betekent dit dat als *social media* zo’n automatisme is geworden, betekent dat ook dat muziek en *musicking* meer of minder geïntegreerd zijn geraakt in de routines van je dagelijks leven?
- R3 Ik denk dat het er wel meer in is gekomen, want als je toch meer op sociale media zit dan is de drempel ook lager om dan ook sociale media voor dit soort dingen te gebruiken. Als je bijna niet op Facebook of op Instagram of WhatsApp zit, dan gebruik je die kanalen vooral waar ze voor bedoeld zijn – zoals foto’s delen of iemand een berichtje sturen – zoals je het elke dag wel even bekijkt, dan gebruik je het ook voor andere dingen. Ik post zelf bijna niks op

Instagram, maar ik kijk wel dan iedereen z'n verhalen, en kijk allemaal filmpjes en ik stuur op WhatsApp dan liedjes naar iedereen toe. Ja, ik denk als het er meer in zit dan kijk je ook meer naar de mogelijkheden van zo'n kanaal.

- IN En wat zijn dan – je hebt net al een beetje toegelicht – echt persoonlijke drijfveren om dus Facebook en Instagram te gebruiken? En is er dan ook een onderling verschil tussen de redenen waarom je beide kanalen gebruikt?
- R3 Ja, Instagram gebruik ik persoonlijk niet heel intensief. Vooral om gewoon een beetje te kijken. Als ik iets op Instagram post, dan is het vaak gewoon een gezellige foto van het moment, waarvan ik denk “oh ja, dat is grappig, leuk moment”, en Facebook gebruik ik meer als een soort... Ja, non-professioneel visitekaartje eigenlijk. Op Facebook post ik echt niks, maar dat is gewoon een soort van online profiel waarop staat wie ik ben, wat ik doe, wat ik heb gedaan; een soort LinkedIn maar dan net iets laagdrempeliger.
- IN En je zei al dat je zelf niet heel veel actief post. Wat is de frequentie daarvan dat je zelf actief iets vanuit jouw profiel deelt?
- R3 Eén keer per twee maanden, drie maanden misschien. Op Instagram en Facebook dan, want WhatsApp gebruik ik dagelijks.
- IN En bekijk je wel vaak op deze van vrienden zonder deze te delen of erop te reageren?
- R3 Ja, dat ook dagelijks.
- IN Oké, en kijk vaak naar updates van jouw vrienden en deel of reageerde op deze updates, waardoor er een persoonlijke interactie ontstaat?
- R3 Ook wel geregeld, ja. Omdat het nu... Natuurlijk in deze tijd heb je minder persoonlijk contact met mensen, en als ze dan iets delen op Instagram wat je leuk vindt, iets wat ze doen, waarvan je denkt “hé, wat gezellig”, dan stuur je veel makkelijker even een berichtje, van “hé leuk.” Afgelopen maandag was ik naar een proef-concert in Doornroosje en had ik dit natuurlijk ook op Instagram in mijn verhaal geplaatst, van “ik ben weer in Roosje!” En daar reageren wel ook mensen op, van “hé, wat leuk! Was je in Roosje?” Vrienden van mij waren er ook, die heb ik niet gezien maar die reageerden dan op mijn verhaal, van “goh, was jij er ook? Wat leuk!” Dus dat gaat dan wel een stuk makkelijker.
- IN En als jouw vrienden op deze sociale netwerken iets delen wat te maken heeft met muziek, zijn dat dan voor jou aantrekkelijkere berichten waar je minder snel overheen zou *scrollen*?
- R3 Ja, maar dat zijn een aantal personen. Er zijn een aantal personen waarvan ik weet dat hun muzieksmaak vrij overeenkomt met die van mij, dus telkens als zij iets posten – van “oh, dit is een leuk nummer” – dan ga ik daar altijd wel even naar luisteren. En dat hoeft je ook niet per se vrienden te zijn. Er is bijvoorbeeld een heel gezellige Britse actrice – Florence Pugh van Little Women – die volg ik dus ook op Instagram, vooral omdat ze altijd hele leuke stories [slideshow functie van Instagram, ed.] heeft. Van dat zij aan het koken is, en weet ik veel wat. Maar ze draait en ze zet daar heel vaak leuke nummers onder. En het is nu denk ik tot drie keer toe geweest dat een nummer die zijn haar verhaal heeft gezet, dat ik daar op heb geklikt en dat ik daarnaar ben gaan luisteren, omdat ik dat nummer ook in mijn eigen lijst heb toegevoegd. Dan denk ik “oh mijn god, dit is echt een chille plaat, opslaan!”
- IN En is dat dan ook een beetje een soort van... Waar je die lat legt voor of mensen binnen of buiten die groep vallen, van hun *musicking* is interessant? Is dat de overeenkomst in smaak?

- R3 Ja, jazeke. Er wordt ook wel vaak muziek gedeeld waarvan ik denk “ja, ik ken jouw smaak een beetje, het is niet echt de *mood* waar ik nu in ben.” Een vriend van post altijd van die een beetje zweverig, hele elektronische platen, en dan denk ik “tsja, nee”, maar een andere goede vriend van mij, die is elke dag aan het koken en die post elke dag dus ook een nieuw gerecht met dus ook bijpassende muziek. En dat is bijna altijd ook wel wat oudere muziek; dat zijn die soul en funk *classics*. Of van de week was het een keer iets van de [Rolling, ed.] Stones, dus ik weet wel altijd als hij iets post, dan ga ik altijd wel kijken, van “oh, leuk, welk nummer heb je erbij gezet?” Of van “ah top” of “oh, die ken ik al”, “die ga ik even in die *playlist* zetten.”
- IN Oké, leuk! De volgende vragen zullen gaan over online identiteit. De eerste stelling is: zie jij *social media* als een verlengstuk van wie je bent – dus je persoonlijk identiteit – of als een verlengstuk van je sociale leven?
- R3 Oeh... Ik denk dat ik het in de eerste instantie... Gebruikt men – en ik ook wel – sociale media als een soort verlengde van wie ze zijn. Wat ik net ook al een beetje zei, dit is toch een soort van sociaal visitekaartjes, van: kijk, dit ben ik, hier ben ik, dit zijn de dingen die ik doe, dit zijn de dingen die ik leuk vind. En zeker Instagram wordt, denk ik, vervolgens ook wel gebruikt als een soort verlenging van je sociale leven; dat je foto's post van dat je met je vrienden ergens bent, dat je elkaar erin *tagt* [markeren in een foto, ed.], en dat iemand iets op Instagram plaatst waar jij op staat en dat je zegt “oh, *tag* mij er ook even in, dan zijn we aan elkaar verbonden en dan komt het ook op mijn account.” Dus wat dat betreft denk ik dat het wel een beetje van beiden heeft.
- IN En ervaar jij dan ook dat het ‘sociale’ dan ook een deel wordt van jouw online identiteit? Dus dat je daarmee laat zien met welke mensen je omgaat en tot welke sociale groepen je behoort?
- R3 Jazeke, want het is natuurlijk niet alleen maar “kijk, dit ben ik en ik ben alleen, punt.” Het is ook, denk ik, heel erg van... Ja, als je toch hebt over het neerzetten van je eigen identiteit online, hoort een vriendengroep daar vaak bij, van “dit zijn de mensen die ik eigenlijk heb ‘uitgekozen’ met wie ik omga” of “dit zijn de mensen die mij hebben uitgekozen.” Dat ik met hun omga, dat zegt ook heel veel over wie jij bent als persoon.
- IN En als je kijkt naar hoe andere mensen zich profileren op *social media*, denk je dan dat die online identiteiten op *social media* in het algemeen heel transparant zijn, of anders gezegd worden ‘uitgevoerd’?
- R3 Ik denk zeker dat wel een soort performance is wat de meeste mensen neerzetten. Omdat je bijna altijd wel de foto's post waar je goed op staat, of waar je iets interessants op doet. Er zijn weinig mensen die zeggen “dit ben ik, ik lig zondagochtend brak in bed en ik ga niks doen vandaag, en ik zie er niet uit.” Ik denk dat mensen zich op sociale media vaak mooier voor willen doen dan dat ze daadwerkelijk zijn. Dat zijn dan echt een beetje de ‘highlights’, zeg maar, van “wil je mij leren kennen, nou dan is het dit, dit, dit en dit.” En daarnaast ben ik ook gewoon maar een mens en ga ik ook naar de wc, en verveel ik me ook wel eens, maar dit zijn wel mijn highlight, dus als je me wilt leren kennen, zijn dit de beste dingen, de mooiste dingen, dus kijk daar vooral naar.
- IN En herken jij daar ook jezelf in; dat jij zelf ook een soort van je ‘highlights’ presenteert of *performed*?
- R3 In het verleden wel, maar ik probeer daar wel gewoon dat minder te doen, door ook bijvoorbeeld minder te posten, omdat ik ook heel vaak denk van ja... Weet je, als mensen mij echt kennen of me echt willen leren kennen, dan hoeven ze dat niet aan de hand van mijn profiel te doen, dan kunnen ze dat gewoon in *real life*. Maar ik denk alsnog dat, of je het nou wil of niet, iedereen zich onbewust – zeker op sociale media – altijd wel net iets mooier voordoet. Want je gooit er dan toch net weer een filtertje overheen, of het is dan wel net een

- leuk moment, of je hebt iets leuks aan. Wat ik zeg, het is niet alsof ik post van “het is zondagochtend, ik lig in bed, ik ga niks doen vandaag, blegh.”
- IN En is dit dan ook een heel groot verschil, of een klein verschil, tussen jouw online identiteit en jouw offline identiteit? Of zou je kunnen stellen dat jou online identiteit zijn de *highlights* zijn van jouw offline leven?
- R3 Ja, ik denk dat dat het geval is. Ik post geen dingen, of ik deel geen dingen waarvan ik denk: Dit is wel echt heel erg *ge-staged*. Het zijn wel echt alleen maar dingen die ik offline ook doe of ook zou doen, of die ik doe, zeg maar. Ik had laatst sportdag op school en ik had daar een heel vet pak voor aangetrokken – helemaal à la de jaren tachtig – daar heb ik een foto van gemaakt en dat is volgens mij het laatste wat ik op Instagram hebt gezet. Natuurlijk is dat wel een leuk moment, is dat wel een highlight, want het zag er niet uit natuurlijk; het was een en al bombast. En dat post je dan wel op Instagram, van “nou ja, sportdag, dan doen we dat ook goed!” Maar het is niet dat ik dagelijks dat soort gekkigheid doe, ik heb ook gewoon dagen waarop ik normaal in mijn normale kloffie voor de klas sta. Maar net dan dat ene leuke grappige moment, dat licht je er dan even uit en dat zet je dan online.
- IN En gebruik je ook wel eens muziek om je identiteit op *social media* naar anderen uit te dragen?
- R3 Zeker ja. Als je bepaalde nummers deelt, zegt dat in mijn geval heel vaak in wat voor gemoedstoestand ik verkeer. Of een band die je net hebt leren kennen, wat je met mensen wilt delen. Of dat je bij een concert bent, je zegt “kijk, ik ben bij dit concert, heel tof, leuk, check ze uit!” Gewoon dat je met mensen wilt delen, van dit is goeie muziek, luister ernaar als je zin hebt.
- IN Oké, dus je zoekt ook wel naar een soort van verbondenheid of een soort van gemeenschappelijkheid wanneer je online je identiteit uitdraagt door middel van muziek?
- R3 Ja, het is niet zo van “ik gooi het gewoon op het web en ik zie het wel.” Ik wil wel een soort van interactie; van mensen dingen aanraden, mensen dingen hetzelfde laten ervaren, daar hoop je natuurlijk wel op. Het is niet dat je het er maar gewoon uitgooit en denkt “nou ja, weet je, boeien of iemand het ziet.” Als ik al iets deel van muziek op sociale media, dan hoop je natuurlijk het liefst op respons; dat mensen daarop reageren, van “oh, tof, wist ik niet, leuk!” Maar daarom doe ik dat ook minder op openbare sociale media zoals Facebook of Instagram, maar doet dat wel veel op WhatsApp. Ik deel heel vaak gewoon nummers met mensen die ik ze dan gewoon doorstuur; of via YouTube of via Spotify. Ik weet niet, ja, het is voor mij ook vaak heel emotioneel, heel persoonlijk beladen als ik een nummer met je deel, dus dat hoeft niet, zeg maar, iedereen op het op het wereldwijde web hoeft daar bij te zijn, bij dat moment dat ik het met je deel, dat doe ik liever dan een soort van afgesloten.
- IN En is muziek hier altijd effectief en efficiënt in geweest – in het delen van je gevoelens door middel van muziek – of heb je ook wel eens gehad dat er een discrepantie ontstond omdat iemand het niet begreep?
- R3 “Waarom stuur je mij dit!?” [respondent lacht] Nouja, soms, vaak als ik een bepaald gevoel bij een nummer krijg wat dan niet helemaal overeenkomt met wat er, zeg maar, letterlijk gezongen wordt, en je stuurt dat dan naar iemand door, dat mensen soms niet helemaal weten hoe ze moeten reageren, van “maar bedoel je nou dit, of bedoel je dit?” en dan moet je wel zeggen van “nee, nee ik bedoel het niet letterlijk, maar gewoon: dat gevoel en een beetje die *vibe*.”
- IN Dus de discrepantie ontstaat omdat jij een subjectieve ervaring bij dat nummer hebt, en misschien de persoon aan de andere kant van het lijntje...

- R3 Een hele andere [respondent lacht]. Ja, ik moet af en toe ook een beetje de subtekst uitleggen, want ik snap ook dat het soms verwarrend is, want vaak deel ik ook gewoon nummers waarin ik een letterlijke boodschap deel, dus ik snap best dat mensen het soms dan moeilijk vinden van “is dit nou de letterlijke boodschap, of heb je er nog een subjectieve ervaring bij die ik voor jou moet gaan invullen?” Ik probeer daar dan ook altijd wel duidelijk in te zijn: je hoeft niet echt naar de teksten luisteren, maar het is wel gewoon lekker nummertje.
- IN Maar over het algemeen is wel effectief?
- R3 Ja, over het algemeen is wel effectief. Natuurlijk, sommige mensen reageren er meer op dan anderen. Soms stuur ik een nummer en daar wordt dan niet op gereageerd en denk je van “nou ja, prima”, ik bedoel, je hoeft ook niet alles gelijk de hemel in te prijzen dat ik je stuur, en je *anthem* van te maken, weet ik veel wat ik bedoel, ik snap dat ook wel. Maar, vaak wordt er wel op gereageerd van “goh, dank je wel, leuk nummer”, of dat iemand zegt “oh, ja chill, *thanks*, leuk dat je aan me dacht, fijne plaat”, of van “nou, dat vind ik nou echt helemaal niks, hoef je niet meer te doen.”
- IN En doen andere mensen dat ook naar jou toe?
- R3 Zeker!
- IN Leuk...
- R3 Ja, dat vind ik ook wel leuk. Van de week kreeg ik van, ja, ik zal maar geen namen zeggen; een goede vriend van mij, kreeg ik ook via Spotify een nummer toegestuurd dat hij zei van... Hij had een stukje tekst uitgetypt van wat er gezongen werd van “oh, ik denk echt dat dit een tof nummer is, ik denk dat jij dit kan waarderen”, en dat was ook zo, was ‘n heel grappig nummer, zat hele goeie tekst in, dus dat was wel leuk. Toen heb ik ook gezegd “oh, ja, ik heb ernaar geluisterd, lekker chill nummer om je dag mee te beginnen!” Ik zat toen ook net in de bus. Dus ja, ik vind het ook heel leuk dat mensen dat dan ook bij mij terug doen, dat er een soort wisselwerking is.
- IN Oké, dan heb ik nu een paar vragen over de taal van sociale media, want in een online omgeving communiceren individuen niet door persoonlijk aanwezig te zijn, maar voornamelijk door dus taalgebruik, in de breedste zin van het woord. Je zei net al dat je soms bij je nummer even een kleine context moet toelichten bijvoorbeeld. Heeft de ‘taal’ van sociale media over het algemeen invloed op hoe je online omgaat en communiceert met andere mensen?
- R3 Ja, ik denk dat dat zeker wel invloed heeft op de taal die je gebruikt. Zeker op WhatsApp gebruik ik vaak – al dan niet bij bijna elk bericht wat ik stuur – gebruik ik emoticons om daar, zeg maar, mijn bedoeling achter de woorden die ik stuur duidelijk te maken. Want ik kan bijvoorbeeld sturen “hahaha, lol.” Dan denk jij “oké, nou het zal wel”, maar ik kan ook sturen “hahaha, lol!” met een uitroepteken en dan met een lachende smiley of een smiley die zijn tong uitsteekt. Dat je weet van, ik vind het ook echt grappig, ik zit hier ook zo, ik zit ook hier zo [respondent gniffelt], ik zit wel gniffelend dit te typen. Dus dat zeker, en ik merk ook wel dat het als het om typen gaat... Dat ik toch ook wel vaak af en toe Engelse zinnen erin gooi, omdat ik dat gewoon mooier vind klinken.
- IN *Same* [interviewer lacht]
- R3 Ja, precies dat! Ik hou je op de hoogte klinkt gewoon een stuk botter dan *‘I’ll keep you posted’*. Ja, er zijn meer van dat soort zinnen. Wat ik net al zei, dat... In het Nederlands krijg ik het echt niet uit mijn strot, vind ik het vreselijk en krijg ik zelfs van het typen er gewoon *cringe* van. *Cringe* is ook zo’n woord. Dus, maar in mijn spraak voorbeeld dat wel tot een soort

minimum te houden, omdat ik het *very annoying* vind als mensen – terwijl ze gewoon in het Nederlands aan het praten zijn – *all of a sudden* ineens met Engelse termen gaan smijten. Maar met typen kan ik dat niet tegenhouden.

- IN En zou je dan misschien de taal – omdat het dus met verschillende talen, Engels, emoji's, GIF'jes – meer als een soort van collage-achtige taal omschrijven?
- R3 Ja, ik vind dat wel een mooie omschrijving ja. Omdat als je natuurlijk als je met iemand *face-to-face* praat... Iemands gezicht vertelt eigenlijk tachtig procent van het verhaal: Je ziet iemands emotie, je hoort intonatie, je ziet de lichaamshouding. Ik bedoel, iemand kan iets heel liefs tegen je zeggen, maar als die met de armen over elkaar en afstand van je houdt... Dan weet je dat hij het niet echt meent. Dus, ik ben ook echt iemand die mensen leest; ik luister voor een half oor naar wat ze zeggen, maar ik kijk precies naar wat je mij wil vertellen, en ik probeer dat dan ook op sociale media wel een soort compleet pakket te geven. Zo van, inderdaad ik gebruik emoticons, ik gebruik termen als “hahaha lol” en weet ik veel wat, ik stuur gifjes, ik stuur foto's van mijn hoofd; als ik boos ben dan krijg je een boze selfie, om maar een voorbeeld te noemen. Dus ik maak er dan bij een soort online collage van.
- IN En neemt muziek dan ook een plekje in, in die collage? Dat muziek ook deel uitmaakt – ter vervanging of als aanvulling – op de taal van sociale media?
- R3 Ja, vaak wel. Ik heb geregeld als ik... Nou, om vanochtend maar weer als voorbeeld te nemen, had ik mijn moeder dus geappt wat er allemaal was gebeurd, en dat ik vet chagrijnig was, en dat ik dus ook zei van “nou ja, ik zit nu in de bus, ik ben dit nummer aan het luisteren, hij staat op *repeat*, en hij straalt heel hard, dus dat helpt wel.” Dus ja, ik gebruik als ik praat... Zeker op WhatsApp wil je iemand toch een soort van inkijkje geven in hoe je je op dat moment voelt, waar je mee bezig bent. En muziek gebruik ik daar gewoon heel vaak bij, om dat een soort van te versterken, om het extra duidelijk te maken. Want je kunt wel zeggen “ik ben heel blij”, maar als je iemand stuurt “oh, ik ben super blij want dit en dit is gebeurd” blij smiley, blij smiley, blij smiley, en een gifje van iemand die heel blij doet, en dat je een liedje stuurt wat heel blij is en dat je dan zegt “ik ben hier al de hele dag naar aan het luisteren, jeeeee!” Het voelt alsof dat een beetje het dichtst in de buurt komt bij als ik voor je zou staan en ik zou zeggen “ik ben zo blij!” En ik sta te springen. En ik hoop dat die manier online een soort van ‘compleet’ beeld geeft van de situatie.
- IN Oké, en omdat je dus op *social media* een heel rijk palet – met al die collage materialen – hebt om een boodschap over te brengen, denk je dat dit het uitdrukken van identiteit online makkelijker maakt dan offline, omdat je het wellicht ook zorgvuldig kan cureren? Of juist andersom; dat het *face-to-face* makkelijker is?
- R3 Ja, vind ik een hele goeie, hele interessante en ook wel moeilijke vraag, om even over na te denken... [respondent denkt na] Nou, ik denk dat het een beetje van beiden is. Zeker als het over wat meer gevoelige onderwerpen gaat – dus wat moeilijker onderwerpen – kan ik me voorstellen dat het in sommige gevallen prettiger is als je er wat langer over na kan denken. Wat je net al zegt; dat je het eigenlijk gewoon heel nauwkeurig kan cureren, dat je precies weet welke woorden je moet gebruiken, op welke manier je het precies moet brengen zodat je weet dat het goed overkomt. Terwijl, als je voor iemand staat dan heb je eigenlijk veel kortere bedenktijd, dus moet je heel snel... En dan kan het er soms nog wel eens bot of onhandig uitkomen, en dan is er weer een miscommunicatie, en dan moet je weer zeggen “ja, maar zo bedoel ik het niet, ik bedoel het zo en zo!” Terwijl dat eigenlijk heel gek is, want online is juist heel veel ruimte voor miscommunicatie, omdat je niet tegenover elkaar staat en je heel makkelijk iets anders kan interpreteren als het vlak op papier staat, dan wanneer iemand voor je staat. Dus dit beiden heeft zijn voor- en nadelen. Ik denk ook dat het beiden wel op die manier gebruikt wordt. Als het om moeilijke onderwerpen gaat ken ik heel veel mensen die dat liever eigenlijk via de telefoon uit typen, want dan hebben ze er de tijd voor. Maar ik ken ook

heel veel mensen die juist zeggen van... Als het online neigt naar een ‘moeilijk’ gesprek, tussen aanhalingstekens, dat ze dat gelijk afkappen en zeggen “we gaan hier een keertje in het echt over praten.” Dus ja, het wordt beiden gebruikt, het heeft beiden zijn voor- en nadelen, afhankelijk van de context, afhankelijk van het onderwerp, denk ook wel afhankelijk van je gesprekspartner. Ook wel afhankelijk van de frequentie waarmee je elkaar ziet, want stel, je ziet iemand niet zo heel vaak, dan is het moeilijker om dingen *face-to-face* te bespreken, zelfs al zou je dat misschien wel heel graag willen. En als het gewoon niet kan, ja, dan zijn de sociale media wel makkelijker.

[00:47:33]

- IN Oké, de volgende vragen zullen gaan over *musicking* online. Wat zijn voor jou de motieven die ten grondslag liggen aan jouw persoonlijke redenen om op sociale media te *musicking*? Denk bijvoorbeeld aan wat je net benoemde; dat je muziek deelde om het aan te raden aan mensen.
- R3 Ja, voornamelijk om je gemoedstoestand te delen met anderen; om duidelijk te maken hoe je je voelt, in wat voor bui je bent.
- IN En gebruik je het ook wel eens voor het oprakelen van bepaalde herinneringen en gemoedstoestanden uit het verleden?
- R3 Jazeker, als je destijds met iemand een nummer heel veel hebt geluisterd en dan ineens weer tegenkomt in een afspeellijst, en denkt: ohja, snel naar die persoon sturen! En dat je dan zegt “oh my god, ken je deze nog, weet je het nog!?” Zeker!
- IN Oké, en zijn er nog andere redenen en motieven voor jou, of dekt dit de lading wel een beetje?
- R3 Nee, ik denk dat dat de lading wel dekt.
- IN En dan wellicht een wat voor de hand liggende vraag, maar ken jij een subjectieve betekenis toe aan de muziek die je deelt en of weergeeft op sociale media, of heb je daar subjectieve gevoelens bij?
- R3 Ja, zeker, altijd heel subjectief ja. Soms iets te subjectief en dan – wat ik al zei – moet ik mensen een beetje toelichting geven, maar zeker, ja.
- IN En voel je je over het algemeen passief of actief tijdens het online *musicken*?
- R3 Hmm... Ik denk dat de aanleiding van online *musicken* vaak actief is; dat je bijvoorbeeld ‘n nummer luistert wat dan herinneringen oproept bijvoorbeeld, wat je weer omzet in actie. Maar verder wel passief, misschien omdat je het nummer... Je luistert het natuurlijk wel, maar je luistert het nummer niet echt actief. Het is meer de actie die daarop volgt die het actief maakt.
- IN En zie je bijvoorbeeld ook in je omgeving dat dat er mensen zijn die andere motieven of motivaties hebben om online te *musicken*? Je kunt denken aan... Misschien om nieuwe mensen aan te trekken, of om indruk te maken op een bepaalde personen...
- R3 Vast wel! Ik denk echt wel dat er dat er mensen in mijn omgeving zijn die bepaalde nummers delen omdat het ‘goed’ staat, omdat het een goed nummer is. Maar daar kan ik ook niet echt over oordelen, want het kan ook zijn dat zij, net als ik dat heb, een hele subjectieve ervaring met dat nummer hebben, die dan voor mij niet zo duidelijk is omdat ik dan niet heel erg dicht bij dat persoon sta, bijvoorbeeld, en dat het op mij dan overkomt van “oh, iemand wil even cool doen, zo van, kijk naar wat voor obscure muziek ik luister.” Maar het kan best zijn dat iemand er zelf juist een heel ander idee achter had, omdat het niet per se bedoeld was om cool

- te doen, maar juist wel echt om of de boodschap te delen of om herinneringen op te halen met dat nummer.
- IN Oké, en zou je dan ook zo kunnen stellen dat op *social media* muziek toch onlosmakelijk verbonden is met de context waarin het op *social media* wordt gedeeld? Dus de persoon en de reden waarom deze persoon het deelt?
- R3 Ja, ik denk eigenlijk wel. Natuurlijk kun je vanuit je eigen perspectief, kun je er altijd wel een mening over vormen, van – wat ik net als zei – dat je iets ziet en denkt “zo, iemand wil gewoon even cool doen met opscheppen over dat ‘ie luistert naar complexe jazz, maar je weet nooit wat iemands echte motivaties zijn om zoiets te delen. Dus het kan ook echt zo zijn dat iemand op dat moment naar obscure jazz luistert, of dat hij hele goede herinneringen heeft aan dat nummer en de periode waarin ‘ie naar dat nummer luisterde.
- IN En nu een leuke stelling: Stel dat ik nu alle muziek zou bekijken en op een hoop zou gooien die jij in het loop van jouw ‘carrière’ op *social media* hebt gedeeld, geliked of naar andere hebt gestuurd – kortom *gemusicked* – en ik gooi dat op een bult, denk je dat dat dan een goed beeld geeft, naar mij toe, van wie jij in de loop van de tijd was, wie je bent of wie je wilt zijn?
- R3 Ik denk het wel, want ik deel ook niet alleen maar, zeg maar, ‘goede’ nummers, de prachtplaten, met mensen. Het is ook gewoon iets slechts [respondent lacht]. Het is niet alleen maar slijmerig “ah, dit is echt een nummer voor jou.” Het is ook gewoon dat slechte feestnummer waar ik dan destijds met iemand heel hard op heb gedanst, wat ik dan weer een keer doorstuur, van “oh, ik sta echt op mijn kamer te djensen [dansen, ed.] nu!” Ik denk dat dat wel een redelijk goed beeld geeft.
- IN Oké, en beeld het voornamelijk uit wie je bent, of iemand die graag zou willen zijn?
- R3 Hmm... Ik denk iemand die ik was. Omdat natuurlijk... Door de tijd heen luister je andere muziek, deel je andere dingen met elkaar. Maar misschien ook wel wie je wilt zijn, omdat je in het begin dan wel eerder de betere nummers met elkaar deelt, of als je iemand nog niet zo goed kent, dat je dan wel eerst een beetje meer je best doet en niet gelijk iemand bombardeert met “hé, ik ben Taylor Swift aan het luisteren!” Maar ik denk verder dat het wel een redelijk eerlijk beeld geeft.
- IN En stel, je *scrollt* wat verder terug naar de diepere krochten van je tijdlijn, zijn er dan ook nummers die jij tegen zou kunnen komen waarvan jij denkt: die zou ik vandaag de dag echt niet meer plaatsen of posten?
- R3 Waarschijnlijk wel. Maar dat heeft dan denk ik of te maken met het feit dat ik me ervoor schaam niet zozeer, maar meer gewoon dat ik denk van “mwah, ik vind het nu gewoon niet meer zo leuk.” Ik luisterde vroeger best wel veel naar van die singer-songwriters; die hele lieflijke muziek. Tsja, dat zou ik nu niet meer zo snel posten, omdat ik het gewoon niet meer zoveel luister. Het is niet dat ik zeg “oh my gosh, nee! Je mag echt niet in mijn *playlist* van 2012 kijken!” Doe vooral! Dat doe ik zelf ook, want dat vind ik superleuk. Maar het is meer dat ik er gewoon een beetje doorheen ben gegroeid, dus die nummers waren destijds – in die context – wel degelijk waardevol en ook zeker goed om te delen, alleen nu de context veranderd is – nu ik veranderd ben – past het minder, of zo...
- IN En verandert de betekenis van de muziek zelf ook, wanneer deze dus wordt aangepast, gebruikt of aangeraden door bepaalde personen, waardoor het in verschillende contexten – afwijkend van de jouwe – wordt gedeeld?
- R3 Oh zeker, ik ben echt wel nummers gaan haten omdat bepaalde personen het gedeeld hebben, ofzo, of dat ze zeiden “oh, ik vind het echt een supergoed nummer!” Toen dacht ik: Shit, dan

- ga ik dit nummer vanaf nu alleen nog maar met jou associëren, en dat is niet leuk. Maar andersom net zo goed; dat ik een nummer half hoorde en dacht “uhm, nee”, en dat iemand anders hem wel aanraadde, of ‘m deelde of een ander stukje liet horen en zei van “dit is echt wel een leuk nummer!” Dat je denkt “oh, nou, misschien moet ik het toch nog een kans geven.”
- IN En je zei net al dat je echt mensen hun *musical recommendations*, dat je daar interesse in hebt als mensen sowieso veel overlap hebben met jouw muzieksmaak. En denk je ook, als je om je heen kijkt op *social media*, dat er meerdere ‘competentieniveaus’ zijn in het gebruiken, hergebruiken en plaatsen van muziek door gebruikers van *social media*?
- R3 Ja, ik weet niet of je daar precies *skilled* in kan worden, maar je kunt wel de muziek die je deelt met iemand aanpassen op de persoon met wie je het deelt. Ik weet dat ik bepaalde nummers echt niet met m’n moeder moet delen; dat gaat ze niet waarderen. En andersom net zo goed: m’n moeder weet ook dat je mij echt niet blij maakt met pianomuziek, dus dat mag je best naar me doorsturen maar daar doe ik verder niks mee. Ik denk dat het ook meer is dat je op een gegeven moment – als je de persoon ook wat beter kent en je weet wat die persoon kan waarderen, of wat die persoon een keer moet proberen – dat je dan meer *skilled* daarin bent. Ja, meer als je weet wat iemand wil.
- IN En is dat in zekere mate ook sociaal? Een vorm van muziek-empathie?
- R3 Ja, gewoon een sociaal, competent en empathisch persoon ja. Dat je de dingen die je deelt wel echt aanpast op degene met wie je het deelt.
- IN Oké, duidelijk, Dan gaan de volgende vragen over online socialiteit. De eerste vraag is: hoe zou je de online sociale dynamiek van *social media* omschrijven? Hoe ervaar jij dat?
- R3 Soms heel positief, omdat het mensen makkelijker met elkaar in verbinding brengt. Je bent makkelijker en sneller in contact met elkaar. Je kunt zo snel even een berichtje sturen naar iemand, of even met iemand praten die niet in de buurt is, of die in een ander land is, of weet ik veel waar is. Maar soms vind ik het ook wel moeilijk, omdat het niet echt hetzelfde is als de werkelijkheid en het geeft vaak wel een vertekend beeld, omdat er wel heel veel mensen zijn op *social media* die het echt alleen maar gebruiken om zichzelf er mooier en beter uit te laten zien. Daar word ik soms ook wel mee geconfronteerd; als je te lang *social media* zit te kijken en denkt van “oh, iedereen is leuker, liever, mooier, knapper, dunner, beter, gevulder, sportiever, heeft een interessanter leven dan ik, doet leukere dingen dan ik.” Dus op een gegeven moment moet ook wel denken van “oké, ik leg het nu gewoon weg”, want deze mensen die doen ook gewoon hun was, en dat zetten dus niet op *social media*. Dus je moet je niet alleen maar je blindstaren op wat allemaal op *social media* staat.
- IN Inderdaad. En hoe ga jij zelf om- en hebt interactie met andere mensen op sociale media?
- R3 Ik ga voornamelijk met mensen om die ik ook ken in het echte leven waarmee ik ook contact heb op sociale media. Het is niet dat ik *random* mensen berichtjes verstuur, van “hé, *I saw your profile, you seem like a really nice person, wanna hang out?*” Nee, nee.
- IN Oké, en ben jij ook onderdeel van bepaalde facebookgroepen of Instagram groepen waar je actief in bent?
- R3 Facebookgroepen wel, maar ik ben er niet heel actief in, het zijn allemaal docenten pagina’s waar af en toe leuke opdrachten in worden gedeeld, die ik dan inpikt. Maar ik zit niet in forumgroepen waar ik elk weekend mijn hart lucht.
- IN En speelt het thema muziek een rol in een van die groepen?

- R3 Nee.
- IN Oké, je hebt al eerder toegelicht dat je collectieve identiteit ervaart middels muziek, zoals concerten en festivals die je omschreef. Zou je daarom kunnen stellen dat muziek wellicht gezien kan worden als een bemiddelaar van de sociale wereld?
- R3 Kan het zeker zijn, ja. Bepaalde sociale situaties worden toch veroorloofd door muziek die er anders misschien niet waren geweest. Als je het bijvoorbeeld hebt over politiek; politiek werkt vaak heel erg polariserend, dat je allemaal heftige discussies gaat hebben met mensen. En muziek kan juist heel erg verbroederend werken; dat je een nummer aan zet dat iemand anders ook leuk vindt en daar superleuk op reageert, dus dat ja.
- IN Oké, dan gaan de volgende vragen over *imagined* audiences. Dit klinkt wellicht een beetje als een abstracte term, maar in principe gaat het om het publiek dat jij jezelf inbeeldt wanneer jij *musicked* op sociale netwerksites zoals Facebook en Instagram. Dus stel, jij deelt een nummer op je tijdlijn bijvoorbeeld, wie stel je je dan voor als je publiek, en hoe zou je dit ingedeeld publiek omschrijven?
- R3 Ja, ik denk gewoon de vrienden die ik op Facebook heb, want ik heb op mijn profiel redelijk afgesloten voor mensen die mij niet volgen, dus het zijn toch de mensen die ik ken; toch gewoon je vrienden.
- IN Is het dan ook een bewuste keus dat je je profielen hebt afgesloten?
- R3 Ja, privacy heb je natuurlijk überhaupt niet, maar het is misschien wel de reden dat ik het wat meer afgeschermd heb. Het is niet dat ik hele spannende dingen deel waarvan ik denk “dat mag niet iedereen zien”, maar het is wel een beetje dat ik denk van... Ja, gewoon, de dingen die ik deel met de mensen die ik deel dat hoeft niet voor iedereen die maar op mijn profiel zit, dat die dat allemaal mee kunnen krijgen. Wat ik ook al zei, als ik echt nummers deel met mensen, doe ik dat vaak wel op WhatsApp, dus dat doe ik in een wat meer afgesloten omgeving dan dat ik het gewoon op iemands Facebook pleur, zo van “hier, luister hiernaar!” Ik hou dat wel redelijk tussen mij en de persoon om wie het gaat.
- IN Dus met het publiek houd je je dus niet zo bezig, want je deelt gewoon heel gericht aan de persoon waarvan je van tevoren vermoed dat hij of zij het kan waarderen?
- R3 Ja, als ik iets algemeen deel, dan denk ik niet zozeer na over het publiek, maar vind ik het gewoon passend bij dat moment, of de foto, of het filmpje, of weet ik veel wat. En als ik het echt gericht met iemand deel, dan is dat persoon mijn publiek, dus dan is het heel erg gericht op dat persoon.
- IN En maakt de algehele sfeer en dynamiek van *social media*, maakt die het er ook naar dat jij eerder geneigd bent iemand iets persoonlijks te sturen, of is dat een keuze die heel erg vanuit jezelf komt?
- R3 Ja ik vind het vaak... Als het als het gaat om muziek met elkaar delen, dat is voor mij best wel persoonlijk, omdat er vaak wel een idee achter zit. Het is negen van de tien keer niet zomaar simpelweg “oh, dat is een leuk nummer, vind je ook leuk.” Er zit vaak wel een idee achter; ik heb ernaar geluisterd, ik wil dat iemand de boodschap die het nummer vertelt, dat hij die ook snapt. Dus ik houd dat dan liever in een iets geslotenere cirkel, omdat het toch wel redelijk persoonlijk is.
- IN Maar even advocaat van de duivel: Het hele idee van *social media* – als je een profiel aanmaakt – is dat dat profiel ook over jouw persoonlijkheid en dat je daar persoonlijke informatie op deelt... Waarom zou muziek daar dan niet bij mogen passen?

- R3 Ik denk dat het voor mij toch dan net iets intiemer is, of zo. En ze mogen echt wel weten wie ik ben als persoon, maar als ik iets met iemand deel qua muziek, dan vind ik dat best wel intiem en dat hoeft niet iedereen te zien. Het is voor mij meer dan alleen maar “oh, dat vind ik een leuk nummer; als in, past bij mijn persoonlijkheid.” Het is wel echt gericht van mij, als persoon, naar de persoon naar wie ik het stuur. Dus daar hoeft verder niemand echt bij te zijn.
- IN En als je de nummers die jij mooi vindt op jouw openbare profiel zou delen, zou je dan ook bang zijn voor negatieve reacties? Dat mensen daar misschien naar op kunnen reageren?
- R3 Ik denk als ik het echt openbaar zou delen, zou ik daar zeker wel over nadenken. Want als ik nummers deel die voor mij heel belangrijk zijn, of die echt wel diepgeworteld in mij zitten, en ik zou dat delen – en vreemden maken me dan niet zo veel uit – maar stel, iemand om wie ik veel geef, die zou dan zeggen van “oh, dit is echt een boutplaat”, dan zou ik wel zoiets hebben van “oh, oké, maar waarom dan?”, ik bedoel... Ik snap dat dan niet. “Leg het uit”, zou ik zeggen, ik zou het niet erg vinden want *to each his own*, ieder mag zijn eigen smaak hebben. Maar de mensen om wie ik geef, ik vind hun mening wel belangrijk, dus ik zou dan wel graag willen weten waarom hun mening niet overeenkomt met die van mij. Het is meer vanuit anderen... Het voelt dan meer een soort van “ik snap niet dat jij dit nummer zo mooi vindt”, waar ik me dan een soort van in gedist voel. Ik vraag me dan af van “maar hoor jij er dan niet de dingen in die ik erin hoor?” Of “snap je dan niet waarom ik dit zo mooi vind?”
- IN Oké, interessant. Dat waren ook alle vragen vanuit mij. Heb jij nog vragen of is er nog iets waar je iets over wilt zeggen dat we vandaag niet hebben besproken?
- R3 Nee hoor, het was een heel leuk interview.
- IN Dat komt voornamelijk door jou! Heel erg bedankt voor je tijd en de informatie die je met mij hebt gedeeld.

[01:07:49]

Location of interview: Maurice's porch
Length of interview: 38 minutes

Interviewee: Maurice
Age: 26

C4

Interviewer: Lisa Holweg
List of Acronyms: IN=interviewer, R4=Maurice
Identifier: R4 (respondent 4)

[Begin Transcripts 00:00:00]

- IN Zou je allereerst een korte introductie willen geven van jezelf?
- R4 Van mezelf. Nou mijn naam is Maurice en ik woon in Wageningen; daar studeer ik ook. Ik ben zesentwintig jaar. Ik studeer plantenbiologie, nu een biologie ecologie master.
- IN Leuk. En hoe belangrijk zijn – losstaand van elkaar – muziek en sociale media in jouw leven?
- R4 Muziek is heel belangrijk in mijn leven en social media vond ik vroeger belangrijker dan ik het nu vind, maar ik gebruik nog wel. Ik heb, ja... Ik vind het niet heel belangrijk maar bijvoorbeeld op Instagram vind ik het heel leuk om foto's te posten. Daar ben ik dus wel een beetje mee bezig.
- IN En je zegt de muziek heel belangrijk is in jouw leven. Zou je kunnen uitleggen waarom muziek zo'n belangrijke rol in je leven speelt?
- R4 Ja, ik denk gewoon omdat ik me heel goed kan uiten met muziek, en als ik 'n bepaalde emotie voel dan is er altijd wel een muziekgenre of een liedje wat daarop aansluiten, waardoor ik misschien ook beter met die emotie om kan gaan, of gewoon mijn blijheid kan uiten, maar ook weer verdriet kan uiten, en ook gewoon mezelf lekker kan laten gaan. Gewoon even, ja... Gewoon niet te veel nadenken, maar heerlijk muziek luisteren en meezingen.
- IN En je zegt ze dat het helpt je uit te drukken, zou jij dan ook kunnen stellen dat muziek centraal staan binnen jouw eigen identiteit?
- R4 Ja, absoluut.
- IN En op een schaal van één tot tien; als één helemaal niet en tien voor extreem belangrijk...
- R4 Ja, ik denk dan een acht. Ik ben niet mega *into* alle nieuwe hits en muziek, maar ik ben wel dagelijks bezig met muziek. Ik heb wel altijd muziek opstaan. Als ik wakker word zet ik muziek aan, en als ik aan het koken ben staat er muziek aan, of de radio of zo; vind ik ook leuk. Ja, het is wel echt geïntegreerd in mijn leven.
- IN En kun je ook een voorbeeld geven van een moment in je leven waarin muziek een deel van jouw identiteit heeft gevormd? Het mag ook een voorbeeld uit het verleden zijn.
- R4 Ja, ik denk toen ik tiener was en niet goed wist hoe ik met mijn emoties en tienerlijke woede om moest gaan, dat ik toen heel veel baat heb gehad aan muziek en ook gewoon het ermee bezig zijn en uitvinden dat er zo verschillende soorten zijn, en gewoon ja... Toen luisterde ik echt wel lekker rockmuziek, ja, dat je je gewoon kan afsluiten van de buitenwereld in je kamertje en alleen maar bezig kunt zijn met het gevoel wat de muziek je geeft. Ja, dat heeft me wel heel erg geholpen toen.

- IN En zie je muziek dan als een medium voor jouw eigen identiteit, of ook als medium óver identiteit, dus dat het je ook dingen vertelt over de identiteit van de artiest of de tijdsgeest?
- R4 Oh, dat vind ik een lastige... Ik zou willen zeggen ja, dat ik super bezig ben met de schrijver van de muziek en maatschappelijke kwesties die dan spelen, maar nee, ik zoek daar muziek niet bewust voor op. Ik vind het prachtig als een rapper zingt over maatschappelijke kwesties, ook vind ik heel mooi als een muzikant duidelijk pijn ervaart, of heeft ervaren en daar muziek over schrijft, en dat je zo pijn kan voelen, vind ik heel mooi en bijzonder. Maar het is niet waarvoor ik de muziek opzoek; ik ben er niet bewust mee bezig.
- IN Maar het zorgt dus wel voor een extra appeal; als een artiest z'n volle emoties blootlegt in die muziek?
- R4 Ja, absoluut ja, ik ben veel minder van de pop en *bullshit* teksten. Ik vind wel... Als iets dieper gaat, dan trek ik me wel gelijk. Als ik echt meteen emotie voel.
- IN Oké, en is er één manier waarop jij je identificeren met muziek – waarom het jouw identiteit uitdrukt – of zijn er meerdere manieren?
- R4 O ja, ik luister heel veel soorten muziek, dat absoluut! Ja, ik ga echt van jazz naar keiharde rock, en ja, echt van alles. Ik heb blues avonden en ik heb avond dat ik gewoon lekker meebèl op ABBA. Het is echt, ja, precies waar ik me naar voel. En ik heb ook vroeger heel veel gitaar gespeeld – echt heel lang ook zelf muziek gemaakt – en toen ervaarde ik dat ook echt als mijn identiteit; ik ben Maurice en ik speel gitaar. Ik was er ook heel goed in, maar dat doe ik nu niet meer. Maar ja, dat heeft me wel gevormd, denk ik, ook om muziek misschien meer te waarderen, en vooral... Kijk, in mijn familie is muziek ook best wel een groot ding, want mijn vader die speelt... Of heeft altijd gitaar gespeeld. Als ik thuis ben dan probeer ik altijd een momentje mee te pakken dat mijn vader gitaar speelt en dat we samen zingen, en dat ja... Dat voelt voor mij echt als thuis ja, dat wordt dan ook een beetje onderdeel van je gezin. Ook mijn ooms en tantes en neefjes en nichtjes; als we verjaardagen hebben dan doen we optredens [respondent lacht].
- IN En heeft dat je ook heel vanuit huis uit gevormd? Dat daar de bodem is gelegd voor de waardering van muziek?
- R4 Absoluut ja. Ik ben ook opgegroeid met klassieke muziek en heb alle jazzmuzikanten zo leren kennen, en ook muziek gewoon leren waardeerden, zelfs al is het Bach. Ook al dachten vrienden vroegen soms "joh, waarom luister jij naar het kerkkoren", maar dat is dat je dat van huis uit mee krijgt. Zo is muziek begonnen, en het is nog steeds heel mooi.
- IN Dus dat zie je ook weerspiegeld in jouw manier van *musicizing* – in dus jouw interactie met muziek – dat je een soort muzikale omnivoor bent.
- R4 Ja, dat zou ik wel willen zeggen, ja.
- IN En ben je over het algemeen openbaar met de muziek waar je naar luistert, of beheer je zorgvuldig wat je openbaar maakt en wat niet?
- R4 Ik ben er niet bewust mee bezig. Ik heb geen schaamte over wat voor muziek ik luister, maar ik ben niet muziek online aan het delen, nee.
- IN Is er een reden voor dat je niet actief online muziek deelt?

- R4 Nee, ik denk gewoon dat ik nooit heel erg op *social media* dingen heb gepost, dus echt alleen Instagram, af en toe een foto met een *caption* van “hé, leuk bos”, weet je wel. Maar nee, verder gewoon niet zo mee bezig geweest. Ik heb ook nooit op Facebook of op Twitter berichten gepost, nee. Dus ja, daar niet mee bezig... Niet bezig met het delen van mijn muziek. Als ik een mooi nummer vind, dan heb ik wel eens dat ik het stuur naar iemand. Dan denk ik van “oh, dat vind ik echt supermooi, moet je luisteren”, maar verder niet.
- IN En zou je *musicking* voor jou omschrijven als echt een privé ervaring?
- R4 Ja, niet bewust. Dus het is niet bewust een privé ervaring, het is niet dat ik het een privé ervaring maak. Maar ja, dat is het dan denk ik wel.
- IN En als je muziek luistert, voel je dan een soort van collectieve verbintenis met allereerst misschien artiest maar ook bijvoorbeeld met andere luisteraars van de artiest in kwestie?
- R4 Het is voornamelijk een individuele ervaring, maar ik heb wel... Als ik dan terugdenk aan bijvoorbeeld een *heartbreak* die ik dan doormaak, en dat ik dan op YouTube naar ontzettend zielige nummers luisterde, en dat je dan in die chat daaronder ook ziet van “oh wie luistert dit nu en heeft dit meegemaakt”, dat je wel denkt dat er dan zo veel mensen in de wereld zijn die datzelfde dan misschien op dat moment ook luisteren, dat je daar dan wel bewust van bent. Maar verder vooral mijn eigen bubbel.
- IN En heeft muziek jou wel eens het idee of gevoel gegeven dat je deel uitmaakt of uitmaakte van een collectieve identiteit? Denk bijvoorbeeld aan een subcultuur, of allemaal fan zijn van dezelfde band.
- R4 Ja, met vlagen. Ik ben echt een totale... Ik *switch* heel erg tussen alle muzieksoorten en stijlen. Maar ja, als je naar een concert gaat met je vrienden en die houden allemaal van de Foo Fighters, dan voel je je natuurlijk gewoon samen, en ja, dan ervaar je dat wel echt als groep. En ook al die mensen... Dan voel je je echt één op zo’n festival of concert.
- IN En is dat echt de live ervaring, zeg maar, de livemuziek die voor jou echt dat gevoel van verbintenis te weeg brengt?
- R4 Ja, dat denk ik. Ik ben gewoon helemaal niet bewust bezig met de nieuwste muziek, dus ik kan ook niet echt de nieuwste albums tippen. Ik zou het leuk vinden als ik dat wel meer had, maar ja... Dat is mij een stap te ver. Ik ben gewoon niet bekend mee, met wat allemaal nieuw is, dus het komt echt op mijn pad en dan vind ik het leuk, en als ik dat dan zou willen delen, ja, dan doe ik dat ook, maar het is niet dat ik daar mee bezig ben.
- IN Zijn er mensen in jouw omgeving die dat wel heel erg actief doen? Die bijvoorbeeld jou wel eens een nummer tippen.
- R4 Nu niet zo nee. Luuk, m’n buurjongen, die is wel heel erg van de rappers en die houdt dat wat meer bij. Hij luistert vet veel rap, ook Engelse – van die Britse – rap, geweldig. Maar dus van hem... Hij is er wel iets meer mee bezig. En ik heb wel vrienden gehad die echt totaal aan de muziek *scene* zaten, dan hoor je het daar wel, maar nu niet echt.
- IN Is dat ook te wijten aan misschien corona? Dat je minder muzikale prikkels krijgt van en met anderen?
- R4 Ja, misschien wel. Ik had wel een tijdje echt met vrienden inderdaad dat we in de gaten hielden van “oh, oh zij spelen dan en dan”, en dat je dan daar dus mee bezig bent, van “oh, had je dit nieuwe album van ze al gehoord?” Maar ja, dat zou best kunnen inderdaad, dat dat minder is door corona.

- IN En vind je het dan ook moeilijker om jezelf muzikaal te verzadigen? Omdat concerten, *gigs*, festivals, en jamsessies al lange tijd zijn weggevallen?
- R4 Ja man, ik mis het wel erg. Maar ik denk ook voornamelijk het sociale aspect ervan, en gewoon het gevoel van een uitstapje. Natuurlijk is geweldig om naar concerten te gaan, maar ik kam me op zich wel verzadigen ook met thuis muziek luisteren gelukkig.
- IN Oké, ik ga nu drie termen aan je voorleggen, en de vraag is “kun je per termijn uitleggen in hoeverre dit van toepassing is op jouw persoonlijke redenen en motieven om te *musicken*?” De eerste term is ‘zelfpresentatie’ en de vraag is: functioneert *musicking* als een vorm van beheer van je persoonlijke identiteit?
- R4 Nee, dat doet het niet. Vroeger wel meer, vroeger toen ik heel onzeker was heb ik muziek ook wel gebruikt om me meer verbonden te voelen met misschien de vriendgroep waar ik toen in zat, en dat ik ook probeerde dat echt bij te houden. En ja, ja daar was ik dan wel echt meer mee bezig. Maar nu niet. Ik gebruik muziek niet om mezelf te presenteren.
- IN En de tweede term is ‘interpersoonlijke relaties’, zie jij *musicking* als een vorm van beheer van je interpersoonlijke relaties?
- R4 Hmmm, nee helemaal niet.
- IN En gemoedstoestand – dat liet je net al een beetje doorschemeren – functioneert *musicking* als beheer van je gemoedstoestand?
- R4 Ja, dat absoluut, ja. Ik ben echt een emotionele muziek *binger*.
- IN Oké, de vragen gaan over zodat de *social media* in het algemeen. Tegenwoordig zijn sociale media in toenemende mate toegankelijk via mobiele apparaten. Verhoogt dit de mate waarin sociale media zijn geïntegreerd in de routines van jouw dagelijkse leven?
- R4 Ja. Ik vind het... Ja, het is handig, het is natuurlijk handig, maar ik probeer er steeds meer vanaf te stappen. Ik vind het fijn dat je gewoon op een compact dingetje dat even snel kan doen, en ik vind Instagram ook echt een app voor mijn telefoon – ik zou dat nooit op mijn laptop gebruiken – maar ik vind het erg verslavend en ik merk dat ook bij mezelf. Ik heb wel echt fases gehad dat ik gewoon mezelf erop betrapte dat ik gewoon steeds weer zat te *scrollen* op Instagram zonder doel, en dat vind ik echt super zonde van mijn tijd. Daar probeer ik heel erg op te letten. Maar ja, het is dus ook praktisch.
- IN En is doordat *social media* in dergelijke mate zijn geïntegreerd zijn geraakt in je leven, is daardoor ook meer muziek geïntroduceerd en geïntegreerd in jouw dagelijks leven, door die sociale media?
- R4 Ja, ja. Muziek is natuurlijk overal en veel mensen die ik volg zijn er wel bewust heel veel mee bezig, dus dan komt het wel langs. Ik denk dat ik ook wel veel nieuwe muziek ook, ja, via *social media* tegenkom.
- IN En hoe zou je jouw *social media* gedrag omschrijven? Hoe ziet een typische *scroll*-sessie eruit bij jou?
- R4 [respondent lacht] Ja, ik ben een echte *scroller*. Het is niet heel gericht ofzo, het is meer gewoon, als ik niks te doen heb dat ik dan naar mensen hun verhaal [Instagram story's, ed.] ga kijken op Instagram, en als ik op vakantie ben en mooie foto's maak, echt het enige wat ik met de foto's doe, is dan dus die foto's op Instagram plaatsen. Daarin is het gewoon eigenlijk mijn

- fotoalbum; zo zie ik het. Nee, ik gebruik het eigenlijk alleen maar om voor mezelf mooie foto's bij te houden van vakanties en dus om een beetje te kijken naar mensen hun verhaal. En ik volg heel veel kunst, dat is vooral... Ik volg op Instagram ontzettend veel kunst, dus ik vind het wel heel leuk om daar doorheen te *scrollen* voor inspiratie.
- IN En naast je Instagram gebruik, is er ook een bepaalde manier waarop je Facebook gebruikt?
- R4 Facebook gebruik ik niet heel intensief, ik heb het wel nog steeds en aan het begin – 2013 ofzo – toen gebruikte ik het wel omdat het ook zo groot was en iedereen gebruikt het. Maar ik denk dat ik het nu alleen gebruik om soms een evenement te maken voor een verjaardag ofzo. Of dus om voor een verjaardag uitgenodigd te worden, ja, of op festival deed ik zeker ook nog wel eens via dat... Dat je dan een soort van feestjes kunt vinden via Facebook en daar tickets voor kunt kopen.
- IN Oké, dus Facebook en Instagram gebruik je echt voor totaal verschillende doeleinden?
- R4 Ja, en Facebook ik heb het ook niet meer op mijn telefoon. Het is echt... Ik gebruik het nu eigenlijk niet meer, echte zelden. Als iemand mij toevallig een *message* stuurt of ik dus een bericht krijgen van “hé, ik had je nog uitgenodigd voor een evenement”, dan denk ik van “oh, shit!”
- IN En je zei net al dat je dus zelf niet heel actief informatie aan je *social media* profielen toevoegt, behalve Instagram...
- R4 Ja, dat ook niet heel actief; dus echt eens in de paar weken of soms paar maanden dat ik een foto post, al helemaal nu, want ik maak echt niks mee [respondent lacht].
- IN Dus is het een voorwaarde, voordat je iets post op Instagram, dat het wel een soort van *highlight* moet zijn voor jou?
- R4 Ja, voor mij wel, ik doe niet zomaar van de melkboer een foto, nee... Gewoon, als ik op vakantie ben in een ander land, dan meestal. Dat zijn de foto's die ik erop zet.
- IN En denk je dat jouw Instagram album de goede afspiegeling geeft van wie je bent?
- R4 Ja, dat denk ik wel. Daar zat ik ook over na te denken, ja. Ik denk het ja.
- IN En is dat een soort van wijselijk gecureerde versie van jezelf, of een hele open transparante versie?
- R4 Hele open transparante versie! Gewoon Maurice in het wild.
- IN En ben je heel erg actief in het ‘reageren op’, dus ook door middel van te liken en te reageren op updates van vrienden en followers?
- R4 Niet zo veel meer, eerst wel, en ik heb ook een tijdje echt een beetje die tic gehad dat als ik een bericht binnen kreeg, dat ik ook gelijk wilde reageren, en daar probeer ik heel erg van af te stappen, dus ik heb er ook voor gezorgd dat ik op Instagram niet meer binnen krijg... Of op m'n telefoon dat ik geen meldingen van binnen krijg, alleen als ik de app open zie ik het. Dat vind ik wel heel chill. Maar ja, ik reageer wel altijd als mensen me een bericht sturen. En als ik dan toevallig aan het *scrollen* ben en ik zie inderdaad van vrienden een bericht dan *like* ik dat automatisch, en in een verhaal, als ik denk “haha, oh wat leuk”, dan zeg ik ook “haha, oh wat leuk”.
- IN Dus je zegt wel echt wat je denkt?

- R4 [Respondent lacht] Ja, ik zeg zeker wat ik denk. Ik reageer wel altijd zoals ik in het echt zou reageren, denk ik.
- IN Is er ook een reden waarom jij hebt besloten om sociale media wat meer uit je leven te weren?
- R4 Ja, ik merkte dat ik er toch te veel mee bezig was, en het voegt zo weinig toe. Het is gewoon, ja, het is eigenlijk heel saai want je zit gewoon naar je telefoon te staren en er gebeurt helemaal niks en het is ook vaak totaal niet boeiend, dus ja, ik vond het gewoon stom dat het zo verslavend kan zijn, terwijl het eigenlijk niks toevoegt.
- IN En zie jij sociale media dus als een soort van verlengstuk of afspiegeling van wie je bent, of als een verlengstuk van je sociale leven, of geen van beiden?
- R4 Poeh, geen van beiden, hoop ik. Maar ja, omdat ik het als fotoalbum gebruik – Instagram – is het wel een beetje een verlengstuk van mezelf. Ik heb geen analoge fotoalbums, het is gewoon echt, ja, digitaal is eigenlijk het enige waar ik het bijhouden van foto's die me wat doen, doe, zeg maar. En ja, dus toch ergens een verlenging van mezelf.
- IN En je sociale leven zou even rijk zijn zonder...
- R4 Ja, dat denk ik wel. Want ja, mensen die ik daar ook berichten stuur en ook wel mensen die ik op WhatsApp zou spreken, dan is het maar net dat je dat medium kiest omdat je daar toevallig een reactie geeft op iets.
- IN Ja. En vind je dat de sociale media kanalen Facebook en Instagram jou genoeg vragen, kansen, vrijheid, materiaal bieden voor het goed uitdrukken van jouw identiteit? Of voel je je daarin gestuurd?
- R4 Ja, ik voel me er zeker wel in gestuurd. Maar dat is heel erg omdat ik van *free the nipple* ben, en bloot is maar gewoon en dat... Ik vind dat een heel naar wat op Instagram niet kan, zeg maar. Als ik als man een foto plaats met mijn blote tepels, dan maakt dat niets uit, maar zodra je een vrouw in haar blote borsten hebt, dan is het gelijk een probleem en worden de foto's verwijderd. Ja, en daar kan ik hier heel slecht mee omgaan, maar ja, verder gebruik ik het dus gewoon om prachtige kunst te volgen en heel veel planten ding, heel veel planten en paddenstoelen, en dat vind ik wel heel leuk. Het stimuleert me wel en het motiveert me ook, dus dat is wel een verrijking, ja, het voegt toch wel iets toe. Maar ik zou willen dat het niet perse nodig is, en ik denk ook dat het niet nodig is, maar ja, het heeft zich ook wel een beetje geïntegreerd in m'n leven, ja.

[00:21:33]

- IN De volgende vragen gaan over de taal van sociale media. In een online omgeving communiceren individuen namelijk niet door fysiek aanwezig te zijn, maar middels taalgebruik. Heeft dit, in jouw optiek, invloed op hoe je in die online omgeving omgaat en communiceert met andere gebruikers van sociale media?
- R4 Dat weet ik niet zo goed... Ja, ik gebruik ook emoticons, maar het is niet dat ik MSN-taal gebruik en ik probeer mezelf wel te uiten via WhatsApp en *social media*, hoe ik dat ook zou doen in het echt. Maar ik heb wel eens idee dat... Ja, informatie komt gewoon veel slechter over; je weet natuurlijk nooit zeker hoe iemand iets bedoelt, en ja, dat is af en toe wel lastig. Tuurlijk is dat anders via *social media*.
- IN Is binnen die taal ook een plek weggelegd voor muziek? Of speelt muziek daar een rol in voor jou?

- R4 Denk ik niet, weet ik niet. Ik heb geen voorbeeld ofzo.
- IN Denk bijvoorbeeld aan dat je iemand een nummer stuurt om te laten weten hoe je je voelt, in plaats van dit met woorden te zeggen.
- R4 Ohja, dat doe ik wel eens ja, dat heb ik wel eens gedaan. Dat ik dan gewoon een nummer luister en dan ontzettend moet denken aan iemand, dan kan ik dat nummer sturen naar degene van “ah ik moest echt aan je denken door dit nummer”. Dat het nummer misschien iets daarin heeft van iets wat we samen hebben meegemaakt, of een nummer wat we dan samen gehoord hebben, zoiets.
- IN En kun je misschien uitleggen welke motieven dan, in het algemeen, ten grondslag liggen aan de voor jou persoonlijke redenen om deze nummers te sturen?
- R4 Nee, het is dus niet echt bewust. Ik leef sowieso heel spontaan, dus dan denk ik er niet over na, als ik een nummer luister en denk van “oh, die stuur ik even door”, dat ik dan bewust denk van “oh, die stuur ik door want ik ga jou helpen” of... Nee, het is allemaal erg spontaan en ondoordacht.
- IN En als jij muziek tegenkomt op *social media*, ken jij daar dan altijd een subjectieve betekenis aan toe of bekijk je muziek heel objectief daarin?
- R4 Afhankelijk van de muziek denk ik. Als ik een muziekje tegenkom op Instagram wat iemand dan post met een tekstje erbij van “jo, dit en dit”, dan luister ik er subjectief naar. Maar als het een nummer is wat me aanspreekt en wat iets emotioneel met me doet, dan heeft het meer betekenis.
- IN En stel dat ik nu al jouw online *musicking* – dus alles wat je in de loop van jouw online aanwezigheid op sociale media hebt geliked, gedeeld of onder hebt gereageerd – stel ik zou het op een hoopje gooien, zou dat dan een goed beeld geven van wie jij bijvoorbeeld in de loop van de tijd was, wie je bent of wie je wilt zijn?
- R4 Hmm, nee. Omdat ik dus niet heel veel bezig ben met online *musicking*. Het is dus voornamelijk, ja, mijn Spotify en wat ik daar luister, en dan de radio, en wat ik opzet op mijn YouTube, maar niet zozeer via *social media*. Ik denk dat je het daar niet zou kunnen vinden.
- IN En als ik je Spotify lijstjes, je *playlist*, zou bekijken...
- R4 Ja, dan kun je me wel iets beter leren kennen vind ik.
- IN En formuleer je, binnen je afspeellijsten op Spotify, door middel van muziek ook een ideaalbeeld van wie je zou willen zijn? Een soort ambitie of bewondering?
- R4 Nou, ik heb mijn studeer lijstje, en dat is alleen maar klassieke muziek, om mijn papa trots te maken [respondent lacht]. Ja, of een diner lijst met allemaal prachtige jazz, dat ik ook meer denk aan... Dan zie ik mezelf een beetje met een whisky cocktail, weet je wel, als een klassieke gentleman, want ik luister naar jazz tijdens het eten. Dus ja, ik denk het wel.
- IN En is muziek dan voor jou heel erg context gebonden; dat je je muziek heel erg uitkiest omdat het binnen een bepaalde context past, zoals dineren of studeren?
- R4 Ja, absoluut!

- IN En ook in dergelijke mate dat wanneer jij bijvoorbeeld een sportlijstje of work-out lijstje zou afspelen tijd studeren, dat dat dan misschien misplaats zou voelen en een discrepantie zou creëren?
- R4 Ja, dat zou niet zo goed werken, denk ik. Ik heb ook dat ik een lijstje opzetten dan echt denkt van “joh, nee, dit is dit voel ik nu niet”, en dan moet ik een lijstje zoeken die ik wel voel. Ja, het is echt heel erg aan een context gebonden.
- IN En betekent dat ook dat je, in figuurlijke zin, een beetje kan tijdreizen met muziek? Dat je kan ontsnappen uit de dagelijkse setting door bepaalde afspeellijsten? Escapisme, zeg maar?
- R4 Ja, zeker. Maar ik word niet zozeer teruggebracht naar emoties ofzo. Ik denk, omdat ik heel goed met mijn eigen emoties om kan gaan, ik, ja, ik ken mezelf gewoon heel goed en ik laat emoties heel erg over me heen komen. Maar ik denk... Nee, ik heb in ieder geval geen voorbeeld die in me opkomt. Ik kan niet bedenken dat momenten dat ik muziek luister, dat ik dan echt terugging naar een gevoel van toen. Ik kan bijvoorbeeld wel beelden voor me zien, van “ohja, dat luisterde ik toen ik op het strand zat”. Nou ja, op zich kan je natuurlijk ook wel voelen dat je toen een fijne avond had en dat je toen blij was. Dus misschien een beetje, maar niet heel extreem. Ik ben altijd nog wel *in control* en wordt daardoor niet meegezogen. Ik ben daarin wel altijd heel *down to earth*.
- IN Ik zou je nu graag een aantal dingen willen vragen over online socialiteit. Als jij ‘om je heen kijkt’ op sociale media, en je ziet hoe mensen met elkaar omgaan en dergelijke, hoe zou jij dan de sociale dynamiek van *social media* beschrijven?
- R4 Ja, euhm, het is tweestrijdig; ik vind het én heel positief... Ook omdat ik op mijn Instagram heel veel positieve punten voorbij zien komen over maatschappelijke kwesties, en mijn vrienden zijn gewoon, ja, geweldige mensen en ik heb een paar van die *superheroes* die altijd bezig zijn met wat er gaande is in de wereld, en dan krijg je weer een Black Lives Matter post, of met Israël krijg je van alles binnen, en ja, dat vind ik al heel mooi om te zien dat *social media* gebruikt wordt gewoon als een platform om mensen bewuster te maken van de wereld. Maar het is en blijft ook een platform voor pesterijen, en waar mensen met een masker op andere mensen kunnen kwetsen. Dat is wat ik walgelijk vind. Dus ja, beiden, die tweestrijd.
- IN En die negatieve aspecten overheersen nog niet dusdanig de positieve aspecten zodat het gebruik van sociale media voor jou nog steeds enigszins prettig blijft?
- R4 Dat vind ik twijfelachtig... Ik denk omdat ik er zelf niet zo diep in zit, in de sociale media, dat ik me heel erg kan focussen op de positieve aspecten ervan. Maar ik denk dat als jij zelf in die negatieve vortex wordt gezogen... Bijvoorbeeld een goede vriendin van mij met anorexia, zij kan zo’n platform... Zij kan *social media* echt, ja, echt als een soort van negativiteit... Het kan haar echt negatief voeden; zij kan dan ook alleen maar in negatieve dingen vinden en blijven zoeken en doorzoeken en zichzelf echt in die vortex zuigen. En ja, ik denk... Het is natuurlijk de manier hoe je ermee omgaat, met *social media*. Je kan echt je eigen leven kapot maken met wat er op het internet te vinden is, want alles is op internet vinden. Maar ja, voor mij is het best wel positief wat ik voorbij zie komen, en ik ben ook heel bewust ervan. Als ik een kanaal zou volgen waar ik alleen maar negativiteit uit lees of waar ik gewoon zelf me niet prettig bij voel, dan verwijder ik het gelijk. Ik voed dat soort dingen niet, want ik kan heel onzeker zijn en als ik merk dat ik onzeker word of gewoon nare gedachten krijgt van iets, dan gooit ik het uit m’n leven.
- IN Oké, en je zei het net al even kort, dat de manier waarop jij online communiceert – bijvoorbeeld via WhatsApp – niet verschilt van hoe je bent in het echt, *face-to-face* bent. En is dat naar jouw idee makkelijk of moeilijk om dat te doen en vol te houden?

- R4 Ja, nee, ik vind de miscommunicaties wel irritant soms. Dat je denkt van “oh, volgens mij begrijp je me echt totaal niet, ik bedoel het zo en zo.” Of dat ik zelf niet heel goed weet wat iemand nou precies bedoelt; of het een grapje is of niet. Maar ja, dat is natuurlijk dan ook weer makkelijk te bespreken, dus ja, ik heb er niet zelf heel veel problemen mee, maar ik denk wel dat ik onzekerder ben op *social media* dan in het echt. Met wat ik zeg en hoe verwoord ik om als m’n leuke zelf over te komen, en niet raar over te komen. Dat vind ik wel lastig om dat over te laten komen in een tekstberichtje.
- IN Dus het streven is om als jezelf over te komen, maar dat maakt de druk ook weer groter omdat het heel gemakkelijk anders geïnterpreteerd kan worden?
- R4 Ja, precies. En ik vind het ook een eng idee dat iedereen altijd alles kan teruglezen.
- IN En kom jij ook online samen met andere mensen via sociale media?
- R4 Soms. Ik heb een leuk vriendengroepje van mijn middelbare school en nu met corona zien we elkaar bijna niet, dus hebben we eens in de zoveel tijd een pubquiz en dan gaan we lekker met z’n allen skypen of zoom of iets – zo’n kanaal – en dan heeft iemand een pubquiz presentatie en dan gaan we online met elkaar spelletjesavond doen.
- IN Wat leuk! En ben je los daarvan ook lid van bijvoorbeeld Facebookgroepen waar je actief aan deelneemt?
- R4 Ja, ik niet actief maar ik ben wel lid van een paar van die *permaculture* groepen of gewoon kijken naar hoe mensen fantastische eco- en *sustainable* huisjes bouwen en mooie tuintjes hebben, en dat inspireert me, maar ik ben er niet... Ik post er niet in, het is gewoon leuk om voorbij te zien komen, ja. Maar ik doe er nu op het moment echt niks meer mee.
- IN En in die groepen, speelt muziek daarbinnen een rol?
- R4 Nee, geen muziekgroepen.
- IN Oké, de volgende vragen zullen gaan over *imagined audiences*, als jij bijvoorbeeld iets zou posten op Instagram, wellicht een leuk vakantiekiekje, wie stel je dan voor als je publiek, en hoe zou je dit ingebeerde publiek omschrijven?
- R4 Ja, mijn vrienden en familie. Ik heb ook niet zo heel veel vrienden op Instagram, maar ja, ik heb gewoon echt mensen die ik ken of een keer heb ontmoet, waar ik heel erg mee klikte, dat ik denk van “oh, ik zou wel je Instagram willen, zodat ik een beetje kan volgen wat je verder doet.” Maar ik heb geen vreemden die mij volgen. Ik volg zelf wel vreemden want ik volg dus veel kunst kanalen en planten kanalen, maar daarin heb ik geen interactie verder met hun. Ja, ik post echt gewoon voor mensen die mij kennen.
- IN En heb je je profiel dan ook op ‘privé’ staan, in plaats van ‘openbaar’?
- R4 Ja.
- IN En voel je daardoor ook vrijer op bijvoorbeeld Instagram om jezelf makkelijker uit te drukken omdat je die mensen als je publiek in je hoofd kan houden?
- R4 Ja, maar ik zou er sowieso niet zo mee bezig zijn. Ik denk niet dat het mij uit zou maken of een vreemd m’n foto’s zou zien of vrienden. Maar ja, absoluut... Ze kennen me en ze zouden niet snel iets verkeerd interpreteren. Dat is natuurlijk fijn.

- IN Dus dat dat publiek, ongeacht wie het zijn, heeft niet zoveel invloed op hoe jij je uitdrukt op sociale media?
- R4 Nee, ik denk niet dat ik me daardoor geremd voel, ik heb wel redelijk veel schijt [respondent lacht].
- IN En dan ben je ook niet bang voor negatieve reacties, omdat je net omschreef dat je de pesterijen en mensen achter maskers een negatief aspect vindt van sociale media...
- R4 Nee, maar ik post ook niet zodanig veel dat ik echt berichten hebt waar ik me zorgen om zou moeten maken. Ik denk wel dat ik me bewust niet zoveel bezighoud... Zoals posten over maatschappelijke kwesties, terwijl ik dat dus wel heel belangrijk vindt, omdat ik bang zou zijn dat ik het misschien toch niet helemaal begrijp en het verkeerd over zou brengen, of het wordt verkeerd geïnterpreteerd. Maar ja, dus ik houd het gewoon lekker bij foto's van wat ik doe en meemaak; gewoon lekker mezelf
- IN Dat lijkt me een mooie noot om op af te sluiten. Is er dan nog iets waar je iets over wilt zeggen dat we vandaag niet hebben besproken?
- R4 Nee, niet echt.
- IN Dan heel erg bedankt voor je tijd en de informatie die je vandaag hebt gedeeld.
- R4 Graag gedaan, en jij ook bedankt.

[00:37:54]

Location of interview: Iris' livingroom
Length of interview: 54 minutes

Interviewee: Iris
Age: 27

C5

Interviewer: Lisa Holweg
List of Acronyms: IN=interviewer, R5=Iris
Identifier: R5 (respondent 5)

[Begin Transcripts 00:00:00]

- IN Kun je misschien beginnen met een korte introductie van jezelf?
- R5 Jazeker. Ik ben Iris, 28 jaar en ik woon in Rotterdam; geboren en getogen. Ik maak videos op mijn YouTube kanaal [removed, ed.] en ik maak de pyjamaparty podcast. Ik geef vlog-workshops aan bedrijven en kinderen en doe edit- en vlogklussen voor bedrijven. Dus al met al, ja, ben ik wel gewoon actief als *content creator* op het op het internet. En ik woon samen met mijn vriend Nick, hij doet een PHD in de sociologie en we hebben ook samen twee katten en die heten Poppy en Sjakie.
- IN Ja, ik zag ze al rondlopen. Lieve beestjes zijn het. En zou je nu voor mij willen aangeven hoe belangrijk, losstaand van elkaar, muziek en sociale media in jouw leven zijn?
- R5 Oef, even kijken... Nou ja, sociale media lijkt me vrij voor de hand liggend ja; ik heb er mijn werk van weten te maken. Daardoor heb ik ook een soort van... Zowel persoonlijke als zakelijk zakelijke relatie met sociale media. Dus ja, voor mijn inkomen is het is heel belangrijk. En dan daarbij... Ik kan oprecht zeggen dat ik van mijn hobby mijn werk heb gemaakt. Dus het is niet zo dat ik alleen qua werk ervan afhankelijk ben en er – persoonlijk gezien – geen waarde aan hecht. Want ook in mijn persoonlijke leven speelt het echt een grote rol. Dat had ik al voordat ik echt met YouTube begon; dat ik zelf ook heel actief was op Instagram, dat dat ook een platform was waar ik heel veel plezier uit haalde om daar actief op te zijn. En ik keek ook al heel veel vlogs van heel veel Nederlandse en ook internationale YouTubers, dus ik denk dat social media zeker belangrijk is in mijn leven. Muziek is ook belangrijk. Ik zou wel zeggen, ja... Niet erger dan bij gemiddelde mensen. Zeg maar, 'extremer' als bij de gemiddelde mens. Ik kan van muziek genieten, ik kan me er ook heel erg mee uitdrukken, en ook weer in mijn werk gebruik ik muziek ook heel vaak als middel. Muziek kan zo belangrijk zijn voor een bepaalde lading of een sfeer meegeven aan bepaalde beelden; dat je echt een bepaalde *mood* kan creëren daardoor. Ja, dus zowel als privé als op zakelijk vlak heb ik wel een diepe band met muziek, zou ik zeggen. Maar dus niet in extreme mate; dat ik zo'n super fan ben van een bepaalde band of van een bepaalde artiest. Er zijn wel artiesten die ik echt bewonder en ook volg, maar niet wat je soms in van die tv-programma's ziet; van superfans, van mensen die de hele kamer ermee behangen hebben, zeg maar.
- IN Oké, en ik heb zojuist ook een beschrijving gegeven van de handeling *musicking*. Kun je me een persoonlijk voorbeeld geven van wanneer je op sociale media voor het laatst hebt *gemusicked*?
- R5 [Respondent lacht] Oké, ja, ja, ik weet dus niet of dit het meeste spetterende voorbeeld is... Of nou ja, het is wel gewoon heel eerlijk gezien het meest recente wat ik heb gedaan, ja. Nou ja, zoals ik net vertelde ben ik een geboren en getogen Rotterdammer en iedereen die in deze prachtige stad woont, weet wat er straks, over niet al te lange tijd gebeuren staat, en dat is het Songfestival! Wat ik ook echt ieder jaar als een soort van *guilty pleasure* wel gewoon kijk. Ik kan er echt naar uitkijken en leef helemaal op als het er is. En mij vrienden en ik, wij

supporten IJsland. Ze hebben echt een supergrappig nummer gemaakt; niet te zwaar, gewoon lekker lichtvoetig plaatje. En ja, een van mijn beste vriendinnen, Wieke, die is echt super fan van het nummer en die zei: “kom jongens, we gaan naar de Erasmusbrug en we doen het dansje uit de clip en dan maken we daar een TikTok van.” Dus wij zijn met z’n allen op een zonnig momentje naar de Erasmusbrug gegaan, hebben dat dansje van het nummer van IJsland uit ons hoofd geleerd en hebben daar een TikTok van gemaakt. Dus ja, ik weet niet of... Het is wel TikTok, maar het is wel echt super recent dat dat is gebeurd; dat ik op die manier interactie heb gehad op sociale media.

- IN Oké, en is er iets in het bijzonder dat je leuk vindt aan het online aspect van *musicking*? Iets wat er voor jou persoonlijk uitspringt?
- R5 Ja, online, zeg maar, geeft wel echt die andere dimensie aan, omdat altijd echt meer een gemeenschappelijke ervaring wordt omdat het online is; je doet het meer samen. Kijk, ik had ook wel lol gehad als ik gewoon alleen met Wieke in de woonkamer dat nummer had gedanst, maar nu komen wij als vrienden bij elkaar en ondernemen wij zoiets, en dan vervolgens als het online op het internet staat, heb je ook wel heel veel reacties van mensen, ook omdat ik veel volgers heb. En daardoor gaat iets echt leven en gaan mensen erop reageren, gaan ze dat dansje nadoen of luisteren misschien dat nummer terwijl ze dat anders niet hadden gehoord, weet je. Het wordt in één keer meer een fenomeen dan dat het gewoon iets heel kleins is, zeg maar. Het gaat veel meer leven zodra iedereen, ja, er iets aan toe kan voegen. Dat het meer iets algemeen wordt.
- IN Oké, en in hoeverre staat muziek centraal binnen jouw eigen identiteit? Als je het een lastige vraag vindt mag je het ook omschrijven middels een voorbeeld.
- R5 [Respondent denkt na] Ik zou zeggen... Niet zozeer, ja. Ik ben enig kind en mijn ouders hebben me heel vrij en open opgevoed, en daardoor kon ik al heel snel ontdekken en vaststellen wie ik ben, waardoor ik al heel jong heel goed wist wat ik wilde. En dat heeft me ook heel goed geholpen daarin. Zeker nu merk ik ook dat ik misschien niet echt zo zoekende ben geweest naar identiteit als andere mensen in mijn omgeving. Ik had wel vrienden die echt bijvoorbeeld echt ‘emo’ [subcultuur, ed.] waren of Tokio Hotel luisterden, en ik merk wel bij mezelf dat ik al heel gauw zoiets had van, ja, ik ben Iris en *take it or leave it*, omdat ik niet zozeer erg naar muziek greep daarin – binnen mijn identiteit – maar ik vind het wel belangrijk in het opzicht dat je kan stellen van: Iris geniet van muziek en dat is onderdeel van haar identiteit. Dat ik een persoon ben die het fijn vindt om naar muziek te luisteren, die het fijn vindt om naar festivals te gaan, die het fijn vindt om samen met vrienden naar het Songfestival te kijken bijvoorbeeld. Dus niet zozeer dat mijn identiteit gelinkt is aan bepaalde soort muziek of een bepaalde artiest, maar misschien wel meer de manier waarop ik met muziek om ga.
- IN Oké, dankjewel. Dus zie je muziek dan meer als een medium over identiteit en expressie, dan dat het echt een bron is voor je eigen identiteit?
- R5 Ja, dat zou je wel kunnen zeggen ja. Ik zie muziek inderdaad meer als een soort, ehm, kunstvorm waarin mensen hun eigen ideeën, denkbeelden, visies, identiteit – hoe je het ook wilt noemen – uitdrukken, en dat het dan echt gewoon een klein kunstwerkje op zich is, en dat ik daar heel erg van kan genieten, dan dat het een bron is voor mijn eigen identiteit.
- IN Oké, en de manier waarop jij dus muziek linkt aan jouw identiteit... Of de manier waarop jij geniet van muziek. Zijn er volgens jou meer manieren waarop muziek en identiteit gekoppeld is of manieren waarop je van muziek kunt genieten?
- R5 Jazeker. Kijk dat voorbeeld wat ik net al gaf, dat ik ook wel vrienden had op de middelbare school die heel erg bij de ‘emo’ subcultuur hoorde, of iets dergelijks, daarin zag je al wel dat, ja, eigenlijk het hele kleurenspectrum van hoe mensen zich uit kunnen drukken met identiteit;

- dat dat zo breed is. Dat gaat echt van rood tot aan violet. Ik bedoel, je kan er zoveel kanten mee op en niemand schrijft jou voor hoe jij dat moet doen: welke kleur je moet bekennen, zeg maar. En het feit dat ik nooit echt super fan ben geweest, dat is niet slecht, of minder goed, of beter dan wat andere mensen doen. En die vrijheid die jij daarin hebt om jouw eigen verbinding te zoeken met die muziek, lijkt het me ook dat zoveel mensen ervoor kiezen om het te gebruiken om hun identiteit maar uit te drukken, snap je?
- IN Jazeker, snap ik heel goed. En geeft muziek jou wel eens voorbeelden of verlangens over wie je zou willen worden of over wat je zou willen bereiken?
- R5 Oef, even nadenken hoor... Ik denk niet zo letterlijk, nee. Ik denk niet heel letterlijk dat als iemand iets zingt over een bepaalde ambitie, dat ik dat ook zou uitvoeren. Maar ik denk wel dat muziek bepaalde rolmodellen kan geven. Zeker als het echt op het randje zit van.... Nou ja, dat het wel echt de vernieuwing opzoekt, zeg maar. En dat ik merk dat ik bepaalde artiesten daar wel echt super erg in bewonder. En niet zozeer dat ik wil doen wat zij doen; dat ik ook op een podium wil staan en dat ze daarin een voorbeeld vormen, maar wel dat ik gewoon echt bewondering heb voor de persoon en bepaalde kwaliteiten die je dan ziet in die persoon. Ja, die ik wel gewoon echt toejuich.
- IN Kun je me een voorbeeld geven van zo'n artiest die jij bewondert?
- R5 Nou, bijvoorbeeld de zangeres Merol: toen zij echt begon was het, ja, super vernieuwend. Niemand wist echt van: is deze chick serieus of niet? En ja, als je haar nu gewoon ziet; ze staat echt als een beest op het podium – niet omver te werpen – en ze zingt over super feministische onderwerpen. En het is toch eigenlijk ook belachelijk dat mannen allemaal wel mogen zingen over wat ze met vrouwen willen doen en waar zij *pleasure* uit halen, zeg maar, en dat vrouwen dat eigenlijk tot op heden niet heel expliciet deden. En dat Merol dat gewoon wel doet. Ze zingt over vrouwelijke gevoelens, vrouwelijke verlangens, vrouwelijke ongemakken en dat zag je eerder nog helemaal niet in de muziek. Dus daarin denk ik wel echt: *rock on!* En ik vind haar echt geweldig, en het is niet dat ik ook nummers wil schrijven over beffen en zo [respondent lacht] maar ik vind haar wel echt een voorbeeld daarin: echt een rolmodel. Dus misschien niet letterlijk bepaalde ambities, maar misschien dat je er wel een les uit haalt van: hé, misschien kan ik ook met mijn vriendinnen wat meer open over bepaalde onderwerpen – over seks ofzo – spreken. Dus daarin vind ik haar wel super inspirerend: dat je inspiratie krijgt over dingen die jij misschien anders zou kunnen doen of een keer zou kunnen proberen.
- IN Oké, en wordt dit ook weerspiegeld in jouw manieren van *musicking*; dat jij ook echt op zoek gaat naar artiesten die zich voornamelijk binnen dat grensgebied bewegen?
- R5 Nou ja, misschien als ik... Ik merk wel dat ik me er bewuster van wordt, want Merol, ja, dat was gewoon een beetje een cult-trend op een gegeven moment. Ik zal nooit zeggen dat ik haar heb ontdekt of bewust heb opgezocht. Ik ben haar muziek gelukkig tegengekomen toen ze nog niet zo bekend was, dus ik zou het niet zo heel erg opzoeken. Maar nu ik dus de muziek van Merol echt heel erg chill vind, merk ik wel dat ik eerder *ge-triggered* zou worden door andere artiesten die een beetje binnen hetzelfde genre vallen, zoals Froukje [zangeres, ed.]. Toen ik daar iets heel kleins van opving, dacht ik meteen van: “wow, dit moet ik checken.” Want ja, wie weet is dit wel net zo'n ontdekking zoals Merol. Dus het is niet zo dat echt mijn omgang met muziek, dat je het er heel erg uit haalt; dat ik dat heel erg opzoek. Maar ik denk wel dat ik nu *ge-triggered* ben, ofzo. Ik ben wel ‘aan’, sta wel ‘aan’.
- IN Oké, en ben je over het algemeen openbaar met de muziek waar je naar luistert of beheer je zorgvuldig wat je openbaar maakt en wat je privé houdt?
- R5 Ik denk dat ik er wel redelijk openbaar mee ben. Misschien komt dat ook door mijn werk, dat ik sowieso al heel veel van mezelf deel op het internet. En aangezien mijn muziek luisteren, ja,

denk ik net zoals velen, zich ook bijna volledig afspeelt op het internet – via Spotify, YouTube, *social media* en dergelijke – dat dat ook gewoon heel openbaar is. Ik zou het ook vreemd vinden als ik zoveel over mijn leven zou delen, maar dan mijn muziek een beetje in de schaduw zou laten; dat een beetje zou afschermen. Dus ja, mensen kunnen via mijn *socials* ook gewoon mijn Spotify bereiken en dan zien ze precies welke nummers ik luister. En als ze me zelfs volgen op Spotify kunnen ze op het moment *live* zien welke *track* ik aan heb staan. Maar daar heb ik geen problemen mee.

- IN Dus zou je kunnen stellen dat, misschien ook omdat je al zo openbaar bent met je leven, dat je daar niet zoveel moeite mee hebt?
- R5 Ja, dat denk ik wel.
- IN En vind je het op sommige momenten niet vervelend dat mensen zo veel van je zien online?
- R5 Ik vind het niet erg om veel van mijn leven te delen, want ik denk altijd: ik ben gewoon mezelf in mijn video's. En als mensen me dan stom of irritant vinden, moeten ze lekker niet kijken. Weet je, ik weet inmiddels dat het een onmogelijk streven is dat iedereen je aardig vindt en je leuk vindt en support wat je doet. Ik hoop altijd wel dat er een soort van wederzijds respect is tussen mensen, van; als je het niks vindt dat je dat niet meteen hoeft te ventileren op een leuke manier. In het dagelijkse leven heb je ook zoveel mensen die je tegenkomt waar je gewoon niks mee hebt en dat is helemaal niet erg. Niet iedereen hoeft je vriend te zijn en hetzelfde geldt op *social media*: niet iedereen hoeft je volger te zijn. Dus daar... Ja, met die *mindset* merk ik al dat het me mentaal wel beschermd voor dat soort dingen. En natuurlijk hou ik ook sommige dingen privé, als ik bijvoorbeeld een leuk romantisch momentje heb waarop mijn vriend mij een verrassing wil geven. Dan vraag ik soms of hij wil dat ik het film of niet. Soms hebben we zin om zoiets te delen, maar soms ook lekker niet.
- IN En zou je dan kunnen stellen dat jij *musicking* ervaart als verweven met de sociale wereld in plaats van een ogenschijnlijke privé ervaring?
- R5 Ja, zeker. Ik denk zeker... Toen echt het luisteren van muziek, dat dat nu volledig verplaatst is naar online voor, zeg maar, mijn generatie en de jongere mensen... Ik denk dat dat ook het kantelpunt was dat het vanaf nu eigenlijk onlosmakelijk verbonden is met de online sociale wereld. Je ziet ook dat die platforms zoals Spotify en YouTube, die zijn ook niet ingericht om puur en alleen muziek te luisteren, die zijn ingericht om ook interactie te stimuleren. Er zit bij elke video, elke song die je bekijkt of luistert zit er een deelfunctie, of er zit een *comment* sectie onder. Dus die platforms, die zijn al een soort van hybride vorm tussen echt platforms voor het consumeren van muziek en platforms voor de sociale media, zeg maar.
- IN En geeft de muziek jou het gevoel dat je deel uitmaakt van een collectieve identiteit? Dus dat je voelt dat je deel uit maakt van een groter geheel – verbinding hebt met andere luisteraars, bijvoorbeeld – als je luistert naar muziek of *musicked*?
- R5 Ik denk niet echt een collectieve identiteit, maar ik ben het wel eens met dat eerste deel: dat muziek je het gevoel geeft dat ik deel uitmaak van 'een collectief'. Dat komt natuurlijk ook omdat ik zoveel online leef en zoveel online laat zien, maar als ik bijvoorbeeld een nummer luister op Spotify en iemand geeft er een like onder, of een reactie, of ik maak een nieuwe lente *playlist* en deel die op mijn *socials* en mensen reageren daar leuk op en die zeggen van "oh Ier, ik ben dit nu ook aan het luisteren, dit is echt het perfecte lijstje voor de lente", dan voel ik me wel deel van een soort van collectief. Van ja, wel mensen die... Ja, het is maar zoiets stoms en kleins als de lente, maar ik vind dat altijd heel mooi. Dit is mijn favoriete seizoen en als dat aanbreekt maak ik gewoon graag een *playlist* die een beetje dat thema heeft. En dat ik dus niet de enige ben die zo erg meeleeft met die seizoenen en blij is dat de lente er, zeg maar, is... Ja, dat is wel een soort van collectief. Zo van, we gaan allemaal door dezelfde

fase, dus we hebben allemaal dezelfde gemoedstoestanden en verlangens. Het is niet zozeer dat ik dan mijn identiteit deel, maar wel dat ik een gevoel van samenzijn heb daardoor.

- IN Oké, ik zal nu drie individuele, compacte termen aan jou voorleggen en de vraag is aan jou of jij per tem term kunt uitleggen in hoeverre dit van toepassing is op jouw persoonlijke redenen om te *musicken*. Een de eerste term is ‘zelfpresentatie’, en de vraag die daarbij hoort is: functioneert *musicking* in als een vorm van beheer van jouw persoonlijke identiteit of zelfpresentatie?
- R5 Ja, ik denk in privé niet... Kijk, mijn vrienden, mijn vriend en familie weten wie ik ben, dus ik denk dat ik aan hun mezelf niet zozeer hoeft te presenteren met muziek. En ik denk ook van, ja, de mensen die ik om me heen heb die accepteren me zoals ik ben, dus ik verwacht ook niet dat zij mij zullen afkeuren of een mening over me zullen vormen op basis van de muziek die ik luister. Maar ik ben natuurlijk wel gewend om ook iets zakelijker daarnaar te kijken. Ik zit ook wel gewoon bij een agentschap – een *social influencers* bureau – die mij ook wel echt hebben leren kijken naar hoe je, echt wel letterlijk, muziek kan gebruiken als zelfpresentatie, maar dan in een zakelijke context; dat het heel erg handig is om de *brand image* van je kanaal te kunnen versterken met het gebruik van bepaalde muziek, en dat daar wel een soort van... Als daar een consistentie in is, dat dat bijdraagt aan de presentatie van jezelf. Maar in dit geval word ‘jezelf’ heel erg benaderd als zijnde een concept, en dat is een compleet concept: dat gaat van het visuele werk wat ik maak op Instagram en YouTube, tot aan dus de muziek. Als het allemaal een kloppen totaalplaatje is, ja, dan zorgt dat voor een sterk concept. Dus in dat opzicht draagt muziek zeker bij aan zelfpresentatie. En de muziek die ik ook gebruik voor *socials* is ook muziek die ik zelf echt heel erg leuk vind. Het is niet dat ik alles slik wat mijn *agency* me voorschrijft om te doen, maar ik vind het wel belangrijk dat ik op YouTube authentiek en echt als mezelf overkom, en daarom gebruik ik ook op mijn *socials* muziek die ik zelf luister.
- IN En de volgende term is ‘interpersoonlijke relaties’. In hoeverre functioneert *musicking* als een vorm van beheer van jouw persoonlijke relaties? Je mag heel breed denken: van kennissen, tot aan vriendschappen, tot aan familiale banden...
- R5 Ja, ik denk dat dat mij wel meer aanspreekt als het echt gaat om mijn privé en de mensen die ik om me heen heb, ja. Wij zijn allemaal niet van die *diehard* muziek puristen; wij lezen niet de recensies in de krant of zijn begaan met de grammy's, maar ik merk wel gewoon dat muziek voor mij echt iets is wat ik samen doe of ervaar met vrienden. Zoals het Songfestival: dat is daar een heel goed voorbeeld van. En de voorpret die we daaraan hebben, en dat we samen alle ingezonden nummers alvast checken, en dan dat we met zijn allen als een soort van jury ook iedereen punten mogen geven, ja, daar halen wij gewoon heel veel plezier uit. En festivals – ja, nu even niet door corona – maar normaal vond ik het altijd heel erg leuk om festivals af te gaan. En Rotterdam heeft hier natuurlijk een heel tof aanbod in: zoals Motel Mozaïque ga ik elk jaar heen, en Wildenburg Festival. En ja, daar zijn al mijn vrienden ook. Dus dat soort evenementen, die allemaal gesitueerd zijn rondom dat thema muziek, die zorgen wel gewoon dat, ja, die persoonlijke relaties gewoon wel onderhouden worden. Dus daarin speelt muziek wel echt een rol. Als je kijkt naar hoeveel contacten ik heb met mijn vrienden, en dat echt een groot deel daarvan wel te maken heeft met muziek – zoals een festivalletje of een concert of noem maar op – ja, dan denk ik wel dat dat heel sterk van toepassing is.
- IN Oké, en dan is de laatste ‘emotionele gemoedstoestand’. Functioneert *musicking* als een vorm van beheer van je gemoedstoestand?
- R5 Ja, dat denk ik dus niet zo. Ik merk niet echt dat mijn *mood* echt heel erg kan veranderen door muziek. Dat als ik bijvoorbeeld vrolijk ben en ik luister verdrietige muziek, dan word ik daar niet verdrietig van. Misschien Omdat ik, ja, wel vrij koppig ben en ook wel stevig in mijn schoenen sta – kan ook niet anders met het werk dat ik doe – en dat ik altijd wel een duidelijk beeld heb gehad van wie ik ben, en ja, dat ik niet zo gemakkelijk van mijn stuk ben te brengen

eigenlijk, dus dat muziek daarin mij niet zo heel heftig kan meesleuren. En ja, ik zet wel eens gewoon een lekker lijstje aan tijdens het schoonmaken om me wat meer energie te geven, of als ik hard moet werken, ja, dat ik dan even een rustig zacht muziekje op de achtergrond zet, maar het heeft niet een hele grote impact.

[00:25:03]

- IN Oké, de volgende vragen zullen gaan over het gebruik van sociale media. Je zei net even kort al bij de introductie dat jij van sociale media je werk hebt gemaakt. Zou je daar misschien wat meer over willen vertellen?
- R5 Ja, ik ben dus actief op YouTube en Instagram. Tijdens het afstuderen aan de Pabo begon het als hobby – mijn YouTube kanaal zeg maar – en ik dacht, ik ga gewoon leuke vlogs maken over mijn leven in Rotterdam en, nou ja, dingen die ik toen, en nu nog steeds, heel veel doe en deed is, zeg maar, naar rommelmarkten gaan, veel kringloopwinkels bezoeken en ik houd heel erg van vintage en gewoon goeie rommelmarkt vondsten; een beetje die retro dingen. En ik dacht: ja, misschien is dat wel iets waar ik mezelf mee kan profileren en was ik dan ook met andere mensen kan delen. En ja, zo heb ik dus dusdanig eigenlijk van die hobby mijn werk gemaakt, want inmiddels heb ik zowat vijftigduizend volgers en mijn video's worden ongeveer een half miljoen keer per maand bekeken. Ja, dus dat is het. En ik heb echt vanaf het begin een hele hechte band met mijn volgers kunnen opbouwen, want zelfs Toen ik minder abonnees had maar een hele hoge mate van *engagement*, heb ik al heel snel van YouTube mijn baan kunnen maken.
- IN En hoe verdien je dan geld aan YouTube; hoe kun je er echt een baan van maken, als ik dat mag vragen?
- R5 Ja hoor. Natuurlijk heb je de inkomsten uit de advertenties die voor en tijdens je video's worden afgespeeld, en ja, ik heb ook al een groot aantal samenwerkingen gedaan met hele toffe bedrijven zoals Hema, Funda, NS en het ministerie van OCW. Daarnaast heb ik nog een betaalde community: op 'petje af', dus dan kunnen mijn volgers lid worden van de familie en dan krijgen ze tegen een maandelijkse bijdrage leuke extra content en meer interactie. Dus ja, zo verdien ik daar geld aan.
- IN Oké, leuk en betekent dit ook dat als jij aan het werk bent, dat je ook sociale media gebruikt meer op een privé manier? Omdat je natuurlijk van je privé je werk maakt... Is er een duidelijk onderscheid tussen het zakelijk gebruik van *social media* en het privé gebruik van *social media*?
- R5 Ja, een beetje, maar niet zozeer. Ik heb een hele trouwe clan aan volgers, en ja, daar ben ik ontzettend blij mee; met de leuke community die ik rond op mijn YouTube kanaal heb weten op te bouwen. En ik moet zeggen dat ik ook wel dagelijks kijk naar de reacties onder mijn vlogs en dat er gewoon superleuke gesprekken ontstaan, en dat is ook de reden waarom ik die 'petje af' heb opgericht: om echt meer dat community gevoel te versterken, dus daar haal ik ook heel veel, gewoon, sociale verzadiging uit, en ja, daarin loopt het dus ook heel erg in elkaar over; of het echt zakelijk gebruik is van *social media* of privé, want als ik iets leuks ga doen met mijn vrienden dan plaats ik dat ook gewoon op Instagram, en dan denk ik er niet heel erg bij na dat dat dan zakelijk belang heeft, maar dat is gewoon zoals iedere normale meid van mijn leeftijd Instagram zou gebruiken; die zou dan ook een foto plaatsen. Dus ik denk dat dat wel heel erg in elkaar overloopt.
- IN En wat zijn jouw persoonlijke drijfveren om de sociale media platforms Facebook en Instagram te gebruiken?

- R5 Nou ja, het allereerste – tenminste, hoe het begon – is gewoon echt mensen een inkijkje geven in mijn leven, en dat doe ik nog steeds. Dus dat is het hoofdzakelijk. En naarmate mijn YouTube account bekender is geworden, gebruik ik het ook gewoon om bepaalde notificaties aan mensen te sturen, dus dat als ik een nieuwe video online plaatst dat mensen daar dan op geattendeerd worden, dat ik daar even een kort fragment van die vlog bijvoorbeeld in mijn Instagram Stories zet, en ja, dat mensen er op die manier op geattendeerd worden dat er weer nieuwe *content* te vinden is. Dus dat staat wel gedeeltelijk met elkaar in verbinding, maar gedeeltelijk is het ook op zichzelf staand. Dus op mijn Instagram verwijs ik naar mijn YouTube video's, maar het kan ook zijn dat ik iets alleen op Instagram plaatst, dus exclusief, meer voor dat platform. Ja, want dat betekent ook dat je ook meer mensen naar je Instagram trekt, en dat het niet allemaal hetzelfde is, zeg maar. Dus ik probeer ieder profiel ook wel een beetje uniek te houden.
- IN En hoelang ben je bezig met het in elkaar zetten van zo'n video?
- R5 Dat verschilt echt per video. Met een vlog waarin ik laat zien wat ik allemaal doe op een dag ben ik drie à vier uur bezig ongeveer. Maar met bijvoorbeeld mijn serie 'Kringloop Kwartier' waarin ik steeds met iemand anders naar de kringloop ga, dat heeft echt een format. Dus dat is eigenlijk een soort van mini tv-programma op YouTube, en daar ben ik wel negen uur per video mee bezig.
- IN En hoe kies je de muziek uit bij je video's?
- R5 Ja, dat gaat heel erg op sfeer. Ja, zoals ik al, zei dus eigenlijk ook op gevoel zou ik zeggen. Ik kijk altijd een beetje van: wat doet bepaalde muziek met deze beelden en brengt dat in mijn optiek dan de juiste sfeer over? Ik gebruik dus onder mijn vlogs altijd gewoon opbeurende, vrolijke muziek, vaak ook instrumentaal, heel soms maar met *vocals*, en het is echt een bepaalde *vibe* die het heeft. Het zijn gewoon retro, huiselijke, *cosy*, een beetje van die trip-hop-achtige... Of een beetje vintage muziek met een *beat* eronder, dus daarin, ja... Het is wel echt iets wat ik op mijn gevoel doe en wat aan moet sluiten bij de sfeer. En ik vind wel gewoon dat de muziek het compleet maakt: zonder muziek voelt het nooit als een eindproduct. Het is net alsof je nu een film gaat kijken en het geluid uit zet, dan zal je merken dat ook de kracht van het beeld afneemt, omdat het de muziek mist. Het beeld alleen volstaat nooit, denk ik, en dan zie je weer die, ja, die onlosmakelijke verbinding met muziek, grappig genoeg. Maar het heeft ook wel een klein beetje natuurlijk te maken met dat je rekening moet houden met copyright. Ik ben ook wel bijvoorbeeld fan van de Arctic Monkeys, laat ik zo maar zeggen, maar ik kan het natuurlijk niet gebruiken onder mijn vlogs vanwege het copyright.
- IN Oké, en hoe frequent vroeg je informatie toe over jezelf aan jouw eigen sociale media profielen zodat je vrienden het kunnen zien?
- R5 Ja, ik denk wel bijna dagelijks. Ik zit sowieso wel iedere dag echt op *social media*, maar dat is natuurlijk... Ja, ik ben ook op *daily basis* echt heel erg bezig met op dingen reageren, ook heel erg kijken naar en bijhouden wat de anderen [vloggers, ed.] doen. Het is niet omdat ik er toevallig mijn werk van heb gemaakt, dat ik het alleen maar gebruikt om dingen van mezelf op te pleuren en ik verder niet echt oog heb voor wat anderen delen. Ja, dat zou natuurlijk ook een beetje, ja, allemaal mensen op een podium zijn, maar dan geen publiek. En als ik dan zelf iets post – dat is om de dag of zo – dan is het niet van: zo, ik heb het gepost, nu is het klaar. Juist pas op het moment dat je het post, dan pas gaat het zijn leven lijden op *social media*, dus dan krijg je de reacties onder je post waar je weer op kan reageren, en dan krijg je weer inspiratie doordat je dus echt je interactie hebt met anderen.

[00:34:41]

- IN En reageer je ook veel op posts van andere sociale media gebruikers?

- R5 Jazeker, het is niet echt mijn doel om voornamelijk te posten en *that's it*, maar ik zoek ook wel echt die interactie. En dan niet alleen met mensen die reageren op dingen die ik deel, maar dat ik ook heel veel plezier haal uit reageren op de dingen die anderen delen.
- IN En je benoemde net al kort dat jij en je vrienden heel veel samen *musicken*, zie je dit dan ook terug op hun sociale media, naast op die van jou?
- R5 Ja zeker. Ik merk dat, ja, mijn vriendengroep, de meeste zijn redelijk actief op *social media*; het meeste op Instagram. En ja, die staan er ook een beetje hetzelfde in als ik, wellicht zijn we daardoor ook zulke goede vrienden geworden. Maar inderdaad, dat TikTok filmpje, wat ik al zei, dat is ook iets wat wij allemaal samen delen en dat is een initiatief ook van ons allemaal. Dus daarin zie ik ook zeker in het sociale media gedrag van mijn vrienden terug dat er ook wel vaak dingen gaan over muziek, en zo. Of dat iemand even een Spotify *playlist* deelt, of een Spotify nummer in een [instagram, ed.] Story zet, ja. Dus daar zie ik wel veel overeenkomsten.
- IN De volgende vragen zullen gaan over jouw online identiteit. Als allereerste vraag ik me af of jij sociale media ziet als een verlengstuk van wie je bent of als een verlengstuk van je sociale leven, of wellicht allebei?
- R5 O ja, zeker als allebei! Ik denk dat beide zinnen echt de spijker op zijn kop slaan. Allereerst doordat ik een YouTube'er ben en daar mijn werk van heb gemaakt, is het een enorm verlengstuk van wie ik ben, en dat is ook iets wat ik heel erg ter harte neem, want ik vind het gewoon belangrijk dat mijn kanaal een authentieke afspiegeling is van wie ik ben. Dus dat is zeker iets wat sociale media voor mij mogelijk maken. En daarbij is het ook een verlengstuk van mijn sociale leven. Niet alleen het sociale leven wat ik al had hier in Rotterdam voordat ik met YouTube begon, maar ook het hele nieuwe aspect: het hele nieuwe sociale leven wat ik erbij heb gekregen doordat ik YouTube'er ben geworden, die hele community van volgers. Ik zie hun ook niet echt als mijn 'fans' en dat ik op een soort van voetstuk moet worden geplaatst, maar dat zijn ook gewoon meiden, vrouwen, mannen net zoals jij en ik, dus ik zie hen gewoon als gelijken. En ook als vrienden, maar dan wat verder weg, en die ik dan via het internet heb ontmoet. En ja, ze kennen mij ook gewoon heel goed doordat ze dus ook mijn dagelijkse vlogs kijken, ja, en dat is toch wel mooi; dat voelt wel als een oprechte vriendschap.
- IN Je benadrukte net dat je het belangrijk vindt om een authentieke afspiegeling te geven van jezelf op sociale media. Denk je dat online identiteiten op sociale media over het algemeen een authentieke afspiegeling zijn – dus volledig transparant – of dat ze ook wel eens worden uitgevoerd als een soort *performance*?
- R5 Ja, dat is en blijft een moeilijke kwestie ja. Toen ik ook professioneler werd met YouTube en dat het mijn baan werd, toen ik me ook in heb geschreven bij een agentschap, ja, dan krijg je ook wel een beter beeld van het commerciële aspect wat erachter zit, en meer het zakelijke: het opbouwen van een concept. En toen heb ik wel gemerkt dat je soms geacht wordt keuzes te maken die misschien je online identiteit en authenticiteit een beetje verloochenen. Je kan alle samenwerkingen wel aangaan, alle gratis producten maar ontvangen en daar een onoprechte positieve review over geven, maar ik heb ervoor gekozen om dat niet te doen. Maar ik weet dus wel dat er heel veel aanbod is, en dat als je eenmaal een groot aantal volgers achter je aan hebt, dat iedereen iets van je wil en iedereen met je wil samenwerken, en dat naarmate je succesvoller wordt op YouTube, dat ook de valkuilen veel dieper worden, en dat het er in één keer veel meer zijn als het gaat om jezelf blijven. En ja, ik kan daarin ook heel erg gekwetst worden. Als jij heel erg jezelf bent op YouTube, en dat staat mensen niet aan of je krijgt haat reacties op Instagram of op YouTube, dat je ook jezelf een beetje meer gaat beschermen: dat de representatie die je geeft op sociale media, dat je die wat verder af plaatst van wie je daadwerkelijk bent. Als mensen dan negatief op je reageren of haat *comments* plaatsen – wat

natuurlijk de laatste tijd heel veel gebeurt – dat ze dan toch jou niet echt raken, maar meer een soort van alter ego van jezelf. Dus ik denk zeker, ook als... Ja, dat het meerdere redenen kan hebben dat het meer een onoprechte identiteit is op sociale media. Dat kan doordat mensen in het verleden gekwetst zijn en uit zelfbescherming, maar ook dat ze.... Als mensen eenmaal van het succes hebben geproefd, dat ze alleen maar meer willen en gaan kijken van: welke versie van mijn identiteit moet ik presenteren om er zoveel mogelijk uit te kunnen halen? Wat dan ook ten koste gaat van de authenticiteit. Sorry, ik kan soms ook een beetje vervallen in vakjargon, maar dan moet je het gewoon zeggen.

- IN Oh, geen probleem, het is allemaal heel goed te begrijpen. Vind het bewonderenswaardig dat je al deze informatie met mij wilt delen.
- R5 Oké, gelukkig...
- IN Mijn volgende vraag is: bieden de sociale media kanalen van Facebook en Instagram jou genoeg kansen, mogelijkheden en materiaal voor het uitdrukken van je identiteit?
- R5 Jazeker, ja! Het feit dat ik er nu volledig van rond kan komen zegt denk ik al genoeg. En het is een wereld die nooit stilstaat, het is altijd beweging: er komen altijd weer nieuwe mogelijkheden bij. Het is niet dat ik ze op dit moment mis, maar elke keer als er weer een nieuwe mogelijkheid bij komt, denk ik ook weer van: “oh, wauw wat een mooie toevoeging.” En zoals bijvoorbeeld nu het ‘petje af’ platform dat ik heb opgericht, of dat Instagram onlangs met de *reels* is gekomen en zo. Ja, er is altijd vernieuwing en dat voegt altijd wel wat toe maar het zijn niet dingen die ik een, twee, drie mis, dus ik ben over het algemeen echt super tevreden met hoe ik mezelf kan uitdrukken op deze platforms.
- IN En in welk opzicht verschillen de online beschikbare bronnen voor het uitdrukken van jouw identiteit... Verschil dit van hoe jij jezelf in *real life*, offline situaties uitdrukt?
- R5 Ja, ja online is natuurlijk meer werk. Het is ook gewoon werk; daar gaan veel uren in een video zitten, zeg maar. Dus het is wel, ja, er gaat wel veel tijd en aandacht in zitten. En in het dagelijks leven natuurlijk ook, maar ja, dan ben je minder een soort van ‘concept’ of een *brand*, dan ben je gewoon jezelf, en online maak je van jezelf een *brand* of concept, en dat gaat niet vanzelf; daar gaat tijd en aandacht in zitten.
- IN Inderdaad, en de volgende vragen gaan over de taal van sociale media. In een online omgeving communiceren individuen niet door persoonlijk aanwezig te zijn maar voornamelijk door taalgebruik. Heeft dit online taalgebruik invloed op hoe je online omgaat en communiceert met andere mensen die ook op de sociale media platforms zitten?
- R5 Even denken hoor... Taalgebruik... Ja, ja online taalgebruik – online taal gebruiken – is iets waar wat mij heel natuurlijk af gaat, denk ik. Misschien ook omdat ik het zo vaak doe, en oefening baart kunst. Maar ik merk ook wel dat elke stap die je zet, die wordt wel onder een vergrootglas bekeken, en dat is in *real life* natuurlijk minder. En ieder woordje kan ook helemaal worden uitgeplozen; over hoe het geïnterpreteerd zou moeten worden. Ik heb wel eens wat negatieve reacties van mensen gehad die blijkbaar aanstoot namen aan iets wat ik had geplaatst, terwijl dat helemaal niet mijn bedoeling was. Maar als er dan een miscommunicatie ontstaat, denk ik dat het ook weer gemakkelijk met taal is op te lossen. Net zoals je in *real life* ruzie hebt en dat gewoon uitspreekt. Ik heb een keer een vlog geplaatst met daarin de vijftientig hotspots van Rotterdam, in mijn ogen, en toen kreeg ik van een aantal mensen het commentaar dat het allemaal wel erg duur was, en ja, dat niet iedereen zo’n dikke portemonnee heeft om bij dure zaakjes te gaan eten of bij exclusieve boetiekjes te gaan shoppen. En daarom sprak de vlog een deel van de doelgroep niet aan en dat ze van mij ook zijn gewend dat het allemaal heel huiselijk en gezellig is, in plaats van ‘decadent’ en ‘hoogdravend’. Maar goed, die video was helemaal nooit zo bedoeld, en dat heb ik gelukkig

ook door dat zo onder woorden te brengen weer kunnen oplossen. Ik heb mijn volgers ook uitgelegd dat ik ook niet dagelijks bij die hotspots te vinden ben, zelfs niet eens maandelijks, en dat dat voor mij ook gewoon een uitje is.

- IN En wat is de functie van muziek in de multimedia-taal van sociale media in jouw ogen?
- R5 Ja muziek is daar ook een groot onderdeel van, en ik denk ook wel, ja, die taal bestaat uit zoveel verschillende dingen, maar ze zijn allemaal onmisbaar denk ik; het houdt elkaar in balans en het vormt met elkaar een mooi geheel. Zonder muziek zou de taal van de sociale media niet compleet zijn, maar zonder beeld ook, bijvoorbeeld, zonder foto's, zonder video's hetzelfde verhaal. Ik denk dat ja dat het die symbiose is – die samenwerking – dat ze allemaal hand in hand gaan. Mijn vlogs worden mooier van muziek, maar als ik een Spotify liedje deel op Instagram dan helpt het ook als ik daar een toffe afbeelding of een leuk GIF'je bij zet, of zo. Dus het gaat hand in hand. Dus ik denk dat de functie op zich niet te benoemen is, maar dat het geheel het is wat het mooi maakt.
- IN Oké, en stel je de muzikale inhoud van je persoonlijke profielen op sociale media ook zorgvuldig samen?
- R5 Ja, dat denk ik zeker ja. Meer ook wat ik eerder vertelde, met het editen van de vlogs, dat ik wel heel veel zorg en aandacht besteed aan het totaalplaatje en de algehele sfeer van de vlogs, en dat daarin wel veel zorg gaat zitten in muziek. Maar ja, ik ben nog steeds 'ik' en soms kan ik ook wel ineens, in een opwelling, gewoon heel erg genieten van een nummer en dan deel ik het gewoon. Dus ja, daarin ben ik niet heel zorgvuldig. Ik denk dat ik eerder zorgvuldig ben in het bewaken van het concept; dat mijn sociale kanalen een oprechte afspiegeling moeten zijn van wie ik ben, en dat ik daar gewoon zorgvuldig genoeg mee bezig ben om ook af en toe op een momentje te kunnen zeggen... Als ik in een opwelling op een *guilty pleasure* aan het dansen ben, dat ik dat zonder na te hoeven denken heerlijk op mijn insta kan gooien, zonder daarover te *second guess*'en, van: oh, moet ik dat wel doen, past het wel bij mijn concept, is dit wel het moment om nu te posten? Dus ik denk dat daar wel mijn zorgvuldigheid in zit.
- IN En als ik alle muziek zou bekijken die je in de loop van de tijd op sociale media hebt gedeeld, zou dat dan een goed beeld geven van wie je in de loop van de tijd was, wie je bent of wie je wilt zijn?
- R5 Gedeeltelijk denk ik. Ja, dan grijp ik toch wel weer terug naar wat ik net zei, is dat... Ja, op sociale media gaat het niet zozeer over delen van muziek, of over het delen van foto's op Instagram, of het delen van geschreven posts op Facebook. Ik denk dat de term *content* het allemaal mooi omvat. Ik ben ook een *content creator*: ik maak *content*, ik ben geen muzikmaker, ik ben geen videomaker, ik ben geen fotograaf, ik maak *content*. Dus ik denk dat, als je alle muziek op een hoop zou gooien, ja, krijg je zeker een goed idee. Maar ik denk dat het je een veel completer beeld geeft als je kijkt naar de combinatie van alles wat ik in al die tijd heb ge-post. Dus afbeeldingen op Instagram, video's op YouTube, *playlists* op Spotify, geschreven posts op Facebook... Ik denk dat die cocktail een completer beeld geeft.
- IN En als we in het verleden gedeelde nummers zouden verplaatsen naar, laten we zeggen, een hedendaagse post op sociale media, zou het dan ook nog in de nieuwe context passen?
- R5 Ik denk dat oude nummers in een hedendaagse context niet meer zouden passen. Maar omdat ik dus ook wel echt al jaren bezig ben met YouTube, dat mijn volgers ook wel zullen weten van "dit is iets van een Iris van vroeger, of zo." Ik heb natuurlijk ook, mede daardoor, wel veel persoonlijke ontwikkeling doorgemaakt de afgelopen jaren, en dat is ook zichtbaar geweest op YouTube, en ook in mijn editing stijl en welke muziek ik gebruik. Dus ik denk dat mensen het wel zouden kunnen plaatsen, niet binnen de huidige context, maar als ik nu een oud nummer zou delen, dan zouden ze wel weten dat het uit het verleden afkomstig is.

- IN Oké. De volgende vragen gaan over online socialiteit. Hoe zou je de sociale dynamiek van sociale media omschrijven?
- R5 Ja, ik vind hem heel fijn binnen de community die ik heb gecreëerd: heel gemoedelijk, echt familiair en gewoon lekker jezelf kunnen zijn, over alles kunnen praten. Maar ik denk dat buiten die community, ja, dat je, ja... Op het internet is natuurlijk ook alles maakbaar: iedereen kan zijn of haar niche vinden, maar er zijn ook mensen die het voor negatieve uitlatingen gebruiken. En dan zie ik toch wel dat mensen eerder geneigd zijn om dat op *social media* te doen dan recht in mijn gezicht. Ik bedoel, ik krijg ook wel eens een nare *comment* van iemand, of iets wat – heel laf – over mijn uiterlijk gaat, of iets dergelijks, en dat krijg ik wel op *social media*, maar wellicht als ik die persoon op straat zou passeren, zou die zijn mond er niet eens over open durven trekken. Dus ik denk dat alles kan op *social media*: alles is maakbaar, en dat kan zowel positieve als negatieve gevolgen hebben.
- IN En welke connectieve en communicatieve mogelijkheden bieden de sociale media platforms voor jou?
- R5 Ja, zonder sociale media had ik dus niet de community kunnen opbouwen die ik nu om me heen heb. En dan had ik er, hallo, natuurlijk niet mijn werk ervan kunnen maken [respondent lacht]. Dus zonder *social media* had ik niet kunnen doen waar ik nu zoveel plezier uithaal, was ik misschien ook vrienden die verder weg wonen al eerder uit het oog verloren. En ja, had ik ook heel veel leuke vrienden niet kunnen leren kennen.
- IN Oké, en als het om muziek gaat, zoek je dan actief naar verbondenheid of interactie met andere gebruikers van sociale media wanneer je online *musicked*? Het kwam net al een keer naar voren dat jij heel veel sociale dingen in jouw leven verweeft met muziek...
- R5 Jazeker, ik zoek echt naar die naar die verbondenheid. Dat geeft voor mij echt zo'n enorme toevoeging aan het ervaren van muziek. Ook toen ik een jaar geleden een reis naar Vietnam heb gemaakt met mijn vriend, ja, ik denk dat je het gevoel daar wel een beetje mee kan vergelijken. Als ik alleen die reis had gemaakt, ja, was natuurlijk alsnog heel vet geweest, maar die reis is zo waardevol geweest omdat ik al die momenten met hem kon delen. Dat we dat samen hebben meegemaakt en er nu ook nog over kunnen praten. Naar mijn idee is dat ook een beetje hetzelfde met muziek: ik haal er zoveel meer plezier uit om samen met mijn vrienden het Songfestival te kijken, of samen met vrienden vooraan bij die *live acts* te staan op een festival, of zo. Dus ja, ik zoek dat zeker wel op ja. Juist omdat het voor mij zo'n meerwaarde heeft.
- IN Oké, dan zou ik je ook nog wat laatste vragen willen stellen over jouw *imagined audience*. Als je op sociale netwerksites zoals Facebook en Instagram *musicked*, wie stel je dan voor als je publiek, en hoe zou je dit ingebeelde publiek omschrijven?
- R5 Ja, ik denk dat ik op zich wel de luxe heb dat ik een heel goed beeld heb bij wie mijn publiek is, juist omdat het *engagement* van mijn volgers zo hoog ligt en dat ik ook wel echt iemand ben die heel veel tijd en aandacht investeert in communicatie met mijn volgers. Dus daardoor weet ik gewoon van de harde kern van mijn vijftigduizend volgers, weet ik gewoon de naam en hun verhaal. Ja, en als je gewoon je geld verdient op YouTube, dan kun je in de data en statistieken natuurlijk ook heel mooi terugvinden wie daadwerkelijk naar jouw video's kijken. Dus in dat opzicht denk ik wel dat ik een voordeel heb, dat ik heel goed een beeld heb van wie mijn publiek is.
- IN Oké, en dat zijn de mensen die natuurlijk actief geabonneerd zijn op jouw kanaal, maar wellicht is het online publiek veel breder dan dat; misschien oneindig. Houd je er ook rekening mee dat eigenlijk iedereen jouw video's kan zien?

- R5 Ja, ja daar hou ik wel rekening mee. En ook dat het... Ja, je hoeft maar te Googlen en je hebt uren aan beeldmateriaal en vlogs uit mijn dagelijks leven. Maar daarin hoop ik gewoon van... Als je me niet leuk vindt, kijk gewoon niet naar mijn vlogs. Dus daarin hoop ik wel gewoon de juiste mensen aan te trekken. Maar ja, het is zeker oneindig, maar ik haal zoveel plezier uit de mensen die me zoveel positieve feedback daarin geven, dat als er een keer iemand op mijn kanaal terecht komt en die vindt het niks, dat dat niet alles in één keer uit balans kan halen, dat ik er negatief over ga denken.
- IN En functioneert de mentale beeldvorming van het publiek als een gids voor het delen of posten van wat gepast of relevant is op sociale media?
- R5 Ja, dat denk ik wel. Ook nu, ja, ik weet nu ook wel gewoon beter wat voor video's mensen graag willen zien, wat voor video's het goed doen, dus nou ja, ik maak *in the end* nog steeds altijd wat ik zelf wil, wat ik zelf leuk vind, maar als ik gewoon weet dat mensen heel erg genieten van een bepaalde serie zoals Kringloop Kwartier, ja, dan neem ik dat wel gewoon mee. En ondanks dat het dan heel veel werk is, ben ik misschien wel eerder geneigd om er sneller en een nieuw seizoen van te maken. Dus ik denk dat het zeker wel als gids functioneert. Maar daarin ook... Ik heb nooit een 'gemaakte' versie van mezelf proberen te verkopen op *social media*, dus de mensen die ik aan heb getrokken – de volgers van mijn kanaal – die komen ook voor mij. En om vervolgens dus content te creëren die zij willen zien, is eigenlijk het aller makkelijkste. Wat ik hoeft te doen is gewoon mezelf zijn, dus dat zou ik ook iedere beginnende YouTube'er aanraden, van: ga geen betere versie van jezelf verkopen dan dat je daadwerkelijk bent, want dan wordt het ook echt een *struggle* om bij te gaan houden wat voor *content* jij in de toekomst moet gaan posten en of dat allemaal wel op één lijn ligt. Dus ja, dat is wel iets wat ik mee zou willen geven.
- IN Oké, dan wil ik je heel erg bedanken voor dit interview en voor de vragen die je uitgebreid hebt beantwoord. Heb je nog iets wat je eventueel nog zou toe willen voegen of iets wat we nog niet hebben besproken?
- R5 Nee hoor, het plaatje is denk ik helemaal compleet. Ik zou iedereen wel willen doorverwijzen naar mijn YouTube kanaal, maar dat zal ik maar niet doen hè [respondent lacht]!

[00:53:57]

Appendix D

Table D. Initial coding scheme including coding categories and corresponding codes and sub-codes

Coding category	Codes	Sub-codes
Music & Identity	Placement of music within an individual's identity construct	Central Neutral Not central Variable
	Identity formation (in general)	Identity as process Fixed identity Neutral
	<i>Musicking</i> & identity formation	<i>Musicking</i> aiding identity formation <i>Musicking</i> initiating identity formation <i>Musicking</i> mirroring identity, ideology or beliefs <i>Musicking</i> as a way of expressing and sharing the self through music Active - shaping our <i>self</i> in process Passive
Musicking	Subjective experience of <i>musicking</i> in general	Passive Active Private Public Social (in general) Connected (inter-personal) Collective (inter-group)

Musicking online	Subjective experience of <i>musicking</i> online	Passive Active Private Public Social (in general) Connected (inter-personal) Collective (inter-group)
	Uses of <i>musicking</i> online (motives)	Motive: self-presentation Motive: expressing identity Motive: interpersonal relationships Motive: expression of emotional states Motive: seeking connectedness (interpersonal ties) Motive: seeking commonality Motive: reframing music, shaping into own narrative Motive: communication between individuals Motive: reminiscence, ‘digital souvenir’
	Gratifications of <i>musicking</i> online	Gratification: ownership, appropriation, feeling ‘in control’ Gratification: attachment of subjective meaning Gratification: actively re-shaped music, reframing Gratification: general social interaction and reward Gratification: successful interaction (inter-personal) Gratification: experience of we-ness (connectedness) Gratification: successful expression of online identity Gratification: experience of emotions, reminiscence Gratification: mood control, self-regulation Gratification: successful performance of past, present or future self Gratification: motivation to participate Gratification: entertainment or relaxation

Social media usage	Access and availability	
	Integration in daily life	Routine Sporadically Purposeful moments Thoughtless moments
	Possibilities for expressing identity	Stimulating, eliciting ques Free expression, unlimited recourses Restrictive or limited
	Motive for using social media (in general)	Staying in touch with people Feeling involved Staying informed of occasions and events
	Motive for using Facebook	
	Motive for using Instagram	
Online Identity	Social media behavior	Social media behavior: Musicking on social media Social media behavior: Initiating interaction Social media behavior: Posting, sharing (active) Social media behavior: Liking, reacting, commenting (semi-active) Social media behavior: Consuming, watching (passive)
	Definition of online Identity	Performance of identity (curated) Fragment of identity (incomplete) Representation of identity (transparent) Extension of identity (expansion of self in online realm)

Online sociality	Collective online identity	Online groups We-ness Belonging to a group (me & them, individual identities) Being an integrated part of a group (we, collective identity)
	Social dynamics of social media	
	Connective and communicative possibilities of social media	
	Subjective experience of online sociality	Extension of social life (expansion of sociality in online realm) Enrichment of social life (deepening existing relations in online realm) Hollowing social life
Language of social media	Role of musicking in online sociality	Musicking affording online sociality Musicking enriching online sociality Musicking maintaining online sociality Musicking mediating online sociality
	Online communication	Multi-media language Hostile Lacking nuance
	Role of music in language of social media	Function of music: complementing element of online language Function of music: integrated part of online language Function of music: replacement for linguistic elements
	Imagined audiences	
	Conceptualization of imagined audience	Bounded, divided into sub-audiences Endless, unlimited Distinct, clear concept Unaware

Effect on identity performance

Guiding

Restrictive

Re-assuring

More aware of...

Appendix E

Table E. Final coding scheme including code groups, the corresponding codes and additional definitions

Code group	Codes	Definition
Demographics	Demographics Identity as Process	
<i>Musicking</i>	Experience <i>musicking</i> : active Experience <i>musicking</i> : collective (inter-group) Experience <i>musicking</i> : connected (inter-personal) Experience <i>musicking</i> : private Experience <i>musicking</i> : social (in general)	<i>Subjective experience of musicking in general</i>
<i>Musicking & identity formation</i>	Music & Identity: Central Music & Identity: Not central Music & Identity: Variable <i>Musicking</i> actively shaping our self in process <i>Musicking</i> aiding identity formation <i>Musicking</i> proving intimate, personal experiences <i>Musicking</i> mirroring identity, ideology or beliefs <i>Musicking</i> providing role model(s)	<i>Placement of 'music' within an individual's identity construct</i> <i>Role of the act of musicking in the process of identity formation</i>
Online identity	Online identity: extension of identity Online identity: fragment of identity Online identity: performance of identity Online identity: representation of identity	<i>Expansion of self in online realm</i> <i>Snippets, incomplete</i> <i>Curated</i> <i>Transparent</i>
Online <i>musicking</i>	Online <i>musicking</i> : collective (inter-group) Online <i>musicking</i> : connected (inter-personal)	<i>Subjective experience of musicking online</i>

Online *musicking*: passive
 Online *musicking*: private
 Online *musicking*: public
 Online *musicking*: social (in general)

Uses of <i>musicking</i> online (motives)	Motive: escapism Motive: expressing identity Motive: expression of emotional states Motive: inspiration Motive: interpersonal relationships Motive: mood-control, self-regulation 'tool' Motive: recommendation, admiration Motive: reframing music, shaping into own narrative Motive: reminiscence, 'digital souvenir' Motive: seeking commonality Motive: seeking connectedness (interpersonal ties) Motive: self-presentation (to others)
---	--

Gratifications of <i>musicking</i> online	Gratification: ambiance, setting the mood Gratification: attachment of subjective meaning Gratification: broadening of horizon Gratification: entertainment or relaxation Gratification: experience of emotions, reminiscence Gratification: experience of we-ness (connectedness) Gratification: general social interaction and reward Gratification: mood control, self-regulation Gratification: motivation to participate Gratification: ownership, feeling 'in control' Gratification: actively re-shaped music, reframing Gratification: social status, recognition
---	--

Social media (SM) - general	SM Access and availability	
	SM Behavior: consuming, watching	<i>Passive</i>
	SM Behavior: liking, reacting, commenting	<i>Semi-active</i>
	SM Behavior: posting, sharing	<i>Active</i>
	SM Behavior: impression management	<i>Portfolio of the ‘self’</i>
	SM Behavior: initiating interaction	
	Expressing identity on SM: free, unlimited recourses	
	Expressing identity on SM: restrictive or limited	
	Expressing identity on SM: stimulating, eliciting ques	
	SM Integration: routine	<i>Degree of integration of social media in an individual’s daily life</i>
	SM Integration: sporadically	
	SM Integration: thoughtless moments	
	SM Integration: time-consuming	

Uses of social media (SM) - Motives	SM Motive: addictive	
	SM Motive: business purposes	
	SM Motive: deepening, enriching existing relationships	
	SM Motive: Facebook	
	SM Motive: feeling involved	
	SM Motive: habituation, it has worn in	
	SM Motive: Instagram	
	SM Motive: self-protection	
	SM Motive: staying in touch with people	
	SM Motive: staying informed of occasions and events	

Social media (SM) – Language	Music: complementing element of SM language	<i>Role of music in the language of social media</i>
	Music: integrated part of online SM language	
	Music: replacement for linguistic elements	
	SM Language: direct, to-the-point	<i>Subjective experience of the language of social media</i>
	SM Language: easy, approachable	
	SM Language: hostile	

SM Language: lacking nuance, non-verbal communication
 SM Language: lacking sincerity, transparency
 SM Language: multi-language
 SM Language: multi-media language
 SM Language: prone to misinterpretation -communication

Online sociality	EXP Online sociality: enrichment of social life EXP Online sociality: extension of social life EXP Online sociality: hollowing social life, not adding <i>Musicking</i> affording online sociality <i>Musicking</i> enriching online sociality <i>Musicking</i> mediating online sociality Online sociality: connective possibilities of SM Online sociality: social dynamics of SM	<i>Subjective experience of online sociality</i>
Collective online identity	Collective online identity: feeling of belonging to a group Collective online identity: online groups Collective online identity: we-ness	
Imagined audience (IA)	Imagined audience: bounded, divided into sub-audiences Imagined audience: distinct, clear concept Imagined audience: endless, unlimited IA effect on identity: guiding IA effect on identity: re-assuring IA effect on identity: restrictive IA effect on identity: self-conscious, over-aware	<i>The effect of the imagined audience on an individual's expression of his/ her online identity</i>

Appendix F

Table F1. Frequency table of individual codes (alphabetically ordered)

Codes (in alphabetical order)	Respondent 1 (R1)	Respondent 2 (R2)	Respondent 3 (R3)	Respondent 4 (R4)	Respondent 5 (R5)	Totals
Collective online ID: feeling of belonging to a group	0	1	1	0	1	3
Collective online ID: online groups	0	1	1	1	0	3
Collective online ID: we-ness	2	1	1	1	6	11
Demographics	1	1	1	1	2	6
Experience of online sociality: enrichment of social life	1	1	1	2	2	7
Experience of online sociality: extension of social life	4	1	2	0	3	10
Experience of online sociality: hollowing social life, not adding	0	0	0	1	0	1
Experience <i>musicking</i> : active	0	2	4	0	1	7
Experience <i>musicking</i> : collective (inter-group)	3	1	1	2	3	10
Experience <i>musicking</i> : connected (inter-personal)	1	4	8	2	0	15
Experience <i>musicking</i> : private	1	0	2	2	0	5
Experience <i>musicking</i> : social (in general)	1	2	4	4	3	14

Gratification: ambiance, setting the mood	4	1	5	5	5	20
Gratification: attachment of subjective meaning	5	8	9	2	1	25
Gratification: broadening of horizon	0	2	2	1	2	7
Gratification: entertainment or relaxation	1	6	2	1	3	13
Gratification: experience of emotions, reminiscence	4	4	7	3	0	18
Gratification: experience of we-ness (connectedness)	2	2	0	5	4	13
Gratification: general social interaction and reward	1	4	2	1	2	10
Gratification: mood control, self-regulation	4	5	2	3	0	14
Gratification: motivation to participate	0	1	0	0	4	5
Gratification: ownership, feeling 'in control'	0	4	0	0	2	6
Gratification: social status, recognition	0	3	5	0	0	8
Imagined audience effect on ID: guiding	1	0	1	0	3	5
Imagined audience effect on ID: re-assuring	0	0	0	0	0	0
Imagined audience effect on ID: restrictive	1	2	0	0	0	3
Imagined audience effect on ID: self-conscious, over-aware	1	0	0	0	2	3

Imagined audience: bounded, divided into sub-audiences	2	0	0	0	0	2
Imagined audience: distinct, clear concept	0	3	1	1	1	6
Imagined audience: endless, unlimited	1	1	0	0	0	2
Identity as process	1	1	0	1	2	5
Motive: escapism	0	2	0	0	0	2
Motive: expressing identity	4	4	1	1	3	13
Motive: expression of emotional states	3	2	9	2	1	17
Motive: inspiration	0	9	0	4	1	14
Motive: interpersonal relationships	1	5	7	3	3	19
Motive: mood-control, self-regulation "tool"	0	0	8	3	1	12
Motive: recommendation, admiration	3	8	10	3	1	25
Motive: reframing music, shaping into own narrative	2	2	0	3	3	10
Motive: reminiscence, 'digital souvenir'	6	3	3	5	0	17
Motive: seeking commonality	2	4	6	1	3	16
Motive: seeking connectedness (interpersonal ties)	5	4	5	1	5	20

Motive: self-presentation (to others)	1	0	2	0	4	7
Music & identity: central	0	3	3	2	0	8
Music & identity: not central	1	0	0	0	3	4
Music & identity: variable	4	4	2	3	2	15
Musicking affording online sociality	0	2	2	0	2	6
Musicking enriching online sociality	0	1	1	0	2	4
Musicking mediating online sociality	0	1	1	0	0	2
Musicking: actively shaping our self	0	5	0	2	0	7
Musicking: aiding identity formation	1	4	2	4	3	14
Musicking: intimate, personal	0	0	2	4	0	6
Musicking: mirroring identity, ideology or beliefs	1	7	5	2	1	16
Musicking: providing rolemodel(s)	0	0	0	0	2	2
Online identity: extension of identity	1	0	2	1	2	6
Online identity: fragment of identity (snippet, incomplete)	4	6	1	0	0	11
Online identity: performance of identity (curated)	3	5	6	0	4	18

Online identity: representation of identity (transparent)	1	0	1	8	4	14
Online musicking: collective (inter-group)	0	0	0	0	2	2
Online musicking: connected (inter-personal)	1	3	6	2	1	13
Online musicking: passive	0	0	0	4	0	4
Online musicking: private	0	4	0	0	0	4
Online musicking: public	1	3	3	1	4	12
Online musicking: social (in general)	1	0	1	1	6	9
Online sociality: connective possibilities of SM	2	4	1	1	5	13
Online sociality: social dynamics	0	2	1	2	3	8
SM Access and availability	3	3	5	1	4	16
SM Behavior: consuming, watching (passive)	3	6	2	3	0	14
SM Behavior: impression management, portfolio of the self	0	5	7	4	6	22
SM Behavior: initiating interaction	1	1	4	0	6	12
SM Behavior: liking, reacting, commenting (semi-active)	1	1	1	1	2	6
SM Behavior: posting, sharing (active)	1	2	1	2	3	9

SM Expressing identity: free expression, unlimited recourses	1	1	1	0	3	6
SM Expressing identity: restrictive or limited	1	2	1	2	0	6
SM Expressing identity: stimulating, eliciting ques	3	0	0	1	3	7
SM Integration: routine	4	2	2	1	1	10
SM Integration: sporadically	0	0	0	1	0	1
SM Integration: thoughtless moments	1	3	3	4	0	11
SM Integration: time-consuming	0	0	0	0	2	2
SM Language - music: complementing element of online language	1	0	1	0	0	2
SM Language - music: integrated part of online language	3	2	0	0	4	9
SM Language - music: replacement for linguistic elements	0	1	2	0	0	3
SM Language: direct, to-the-point	1	0	1	0	0	2
SM Language: easy, approachable	1	2	5	0	2	10
SM Language: hostile	1	2	0	1	2	6
SM Language: lacking nuance, non-verbal communication	4	1	2	4	0	11
SM Language: lacking sincerity, transparency	1	2	1	1	0	5

SM Language: multi-language	0	0	2	0	0	2
SM Language: multi-media language	2	4	4	1	2	13
SM Language: prone to misinterpretation/ miscommunication	2	0	2	2	2	8
SM Motive: addictive	0	0	0	4	0	4
SM Motive: business purposes	0	0	0	0	11	11
SM Motive: deepening, enriching existing relationships	0	2	0	1	2	5
SM Motive: Facebook	1	5	1	1	0	8
SM Motive: feeling involved	3	2	0	1	3	9
SM Motive: habituation, it has worn in	1	2	1	3	0	7
SM Motive: Instagram	2	4	3	3	2	14
SM Motive: self-protection	0	0	2	0	3	5
SM Motive: staying in touch with people	4	1	1	0	0	6
SM Motive: staying informed of occasions and events	3	2	0	1	0	6
Totals	139	217	208	145	186	895

Table F2. Frequency table of code groups (alphabetically ordered)

Code groups (in alphabetical ordered)	Respondent 1 (R1)	Respondent 2 (R2)	Respondent 3 (R3)	Respondent 4 (R4)	Respondent 5 (R5)	Totals
Collective online identity	2	2	3	2	6	15
Demographics	2	2	1	2	4	11
Gratifications of musicking online	16	30	28	17	20	111
Imagined audience	4	4	2	1	4	15
Musicking & Identity formation	6	16	10	13	9	54
Musicking (subjective experience)	5	9	16	8	6	44
Online identity	8	10	10	9	9	46
Online musicking	3	9	10	7	10	39
Online sociality	5	11	9	5	12	42
Social media (general)	16	22	21	17	18	94
Social media (language)	10	9	15	6	10	50
Social media (motives)	11	17	8	12	21	69
Uses of musicking online (motives)	23	36	42	19	20	140
Totals	111	177	175	118	149	730