



HOGESCHOOL GENT
DEPARTEMENT BEDRIJFSKUNDE BME

Schoonmeersstraat 52

9000 GENT

ACADEMIEJAAR 2005-2006

Smaakmakers

Door: Joren Six

Voor: Studium Generale

Woord vooraf

Aan het begin van dit academiejaar kreeg ik, een derdejaars student Toegepaste Informatica aan de Hogeschool Gent, Departement BBME, de mogelijkheid om Studium Generale te volgen. Om de balans tussen het technische, wetenschappelijke en het cultureel- algemeen maatschappelijke iets meer in evenwicht te brengen koos ik voor Studium Generale. Ook het thema sprak me erg aan:

“Tijdens deze jaargang willen we nadenken over de vraag, hoe het gesteld is met onze zo geroemde individuele vrijheid in het licht van de globale netwerken die deze vrijheden zeggen te leveren..”

In deze paper probeer ik een overzicht te geven van de invloeden die inwerken op een belangrijk aspect van de bovengenoemde individuele vrijheid met name de persoonlijke smaak. Dit verklaart meteen de titel van deze paper: *Smaakmakers*. Smaak ‘*an sich*’ is moeilijk te bespreken. Daarom wordt in deze paper vooral de smaak op gebied van muziek besproken. De parallellen met voorkeuren voor films, radio- of televisiezenders tot zelfs politieke overtuigingen en filosofieën zijn makkelijk te trekken. De muzikale smaak is dus niet meer dan een kapstok waaraan ik mijn verhaal ophang. Bij het bovengenoemde globale netwerk denk ik als informaticus meteen aan het internet. Het internet speelt ook een belangrijke rol in de vorming van smaken en komt uitvoerig aan bod.

Ik heb de volledige eerste lezingenreeks gevolgd, omdat ik tijdens het tweede semester in Zweden studeer. Daardoor heb ik jammer genoeg geen enkele lezing van de tweede reeks kunnen meepikken. Niet alle lezingen sluiten even goed aan bij het thema van deze paper. De Lezingen van Herman Balthazar, Mark Elchardus en Berinde de Bruyckere waren het meest bruikbaar. Aan de andere twee lezingen heb ik verschillende bruikbare ideeën en inzichten overgehouden maar waren minder geschikt om in mijn verhaal te verwerken. Hieronder motiveer ik kort waarom ze niet in mijn verhaal passen.

De lezing van Christine van Broeckhoven

De lezing van Christine van Broeckhoven vond ik persoonlijk ongestructureerd, al twijfel ik er niet aan dat ze veel heeft te vertellen. Misschien probeerde ze tijdens haar lezing te veel te vertellen. Ze vertelde meer over haar persoonlijk ontwikkelde *theorie-van-alles* dan over hetgeen ik verwacht had van die lezing, met name een betoog over autonomie in wetenschappelijk onderzoek. Ik ving iets op over het verschil tussen de rede, het verklaren, weten en het geloof, waarin alles gestoeld is op het niet weten, het aanvaarden, geloven. Ook had ze het over vrouwen in de wetenschap en in de maatschappij, de werking van het

geheugen en de rol van de financier in wetenschappelijk onderzoek. Verder raketde ze een wel zeer zwaar thema op, het recht op zelfdoding en of iemand daarbij *geholpen* kan of mag worden. Door de grote hoeveelheid aan volledig los van elkaar staande feiten, opinies en gegevens heb ik bitter weinig aan haar lezing overgehouden. Misschien was het wel een coherent geheel maar zag ik het verband niet tussen de verschillende thema's.

De lezing van Willem Debeuckelaere

De lezing van Willem Debeuckelaere was, naar mijn bescheiden mening, heel wat interessanter. Hij had het over een basisrecht dat veel te lang onbeschermd is gelaten: de privacy. Hij gaf een mooi overzicht hoe de bescherming op de persoonlijke levenssfeer en de wettelijke omkadering ervan tot stand is gekomen. Het *Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens en Fundamentele Vrijheden*, het EVRM werd besproken, de kracht van dat verdrag werd geïllustreerd met het arrest Marckx: voor het eerst slaagde een burger er in een wet te veranderen. De afstammingswet werd strijdig geacht met het EVRM en moest worden aangepast. Een wet is dus niet absoluut *juist* of onaantastbaar maar moet in samenspraak zijn met de mensenrechten.

Ook had hij het over de ontstaansgeschiedenis van de huidige visie op privacy en de manier van wetgeven. De Franse revolutie die vrijheid van denken, communiceren, religie, vergaderen en meningsuiting predikte was zeer belangrijk bij de vorming van die visie en vormde de basis voor onze rechtstaat. Het verband tussen autonomie, privacy en wetgeving werd nog duidelijker toen hij enkele voorbeelden gaf die een bedreiging vormen voor individuele vrijheden: het fascisme, terreur en de reactie op terreur: *the patriot act*, onverschilligheid t.o.v. de vrijheden van anderen, *Guantanamo Bay*. Zijn betoog past helaas niet in mijn paper en komt dus verder niet aan bod.

Inleiding

Ik maak mezelf, net als iedereen waarschijnlijk, graag wijs dat ik een zelfstandig denkend en onafhankelijk handelend wezen ben. Dit studium heeft me aan die stelling laten twifelen. Ik ben misschien niet meer dan een product van mijn omgeving. Een omgeving die ik dan nog niet eens bewust heb gekozen. Is die autonomie, die zelfstandigheid en onafhankelijkheid dan niet meer dan een illusie? Hetzelfde geldt voor mijn smaak op gebied van muziek. Ik hield mezelf voor dat die smaak uniek was. Nu geloof ik meer dat die smaak een som is van externe invloeden en dus onmogelijk persoonlijk kan zijn. Dit inzicht kreeg ik na de eerste lezing van dit studium.

Autonomie in geschiedschrijving

Voor een historicus is het zeer moeilijk om een autonoom objectivisme te bereiken in zijn of haar wetenschap. Dit is, volgens mij althans, de kern van de lezing van em. prof. dr. Herman Balthazar. Hij had het over de geschiedenis van de geschiedschrijving en op een bepaalde manier dus ook over de geschiedenis van de geschiedenis, over meta-geschiedenis. Zijn lezing was de perfecte brug tussen het studium van vorig academiejaar en dat van dit jaar. Het ging minstens evenveel over de zoektocht naar een waarheid als over de problematiek van de (on)afhankelijkheid. Dit is een stukje uit de synopsis van de lezing:

“Altijd zijn er heteronome invloeden en stormvloed en geweest tegen de zelfstandige en onbevooroordeelde verklarende kracht van de historicus en het waarom, het wat en het effect van zijn verklaring..”

Uit dit citaat blijkt dat een historicus te lijden heeft onder bepaalde externe invloeden die zijn of haar werk niet zouden mogen beïnvloeden, maar dit wel doen. De historicus is onder meer afhankelijk van een beperkt aantal bronnen, een bepaalde ‘*Zeitgeist*’, een specifieke opdracht of opdrachtgever, een verwachting. Deze overvloed aan invloeden staat objectieve waarneming in de weg.

Een andere invloed is de honger van het publiek naar *infotainment*, naar gemakkelijke oppervlakkige gedeeltelijke waarheden. Door de toenemende populariteit, de bijna vulgarisering, van de geschiedschrijving krijgen, nog steeds volgens dhr. Balthazar, historici een nieuwe rol. Een rol die dichterbij aanleunt bij het versnijden en aangenaam verpakken van stukjes geschiedenis dan het scheppen van een objectief totaalbeeld van een periode uit het verleden. Het voorbeeld bij uitstek van die popularisering van de geschiedenis is het enorme succes van het verfilmde boek, *De Da Vinci Code* van Dan Brown. Daarna poneerde hij de

stelling dat die nieuwe rol misbruik van het vak in de hand werkt. De lijn tussen fictie, propaganda, story en history vervaagt.

De historicus is deels verantwoordelijk voor het collectieve geheugen. Het collectieve geheugen bestaat enerzijds uit objectieve geschiedenis en anderzijds uit subjectieve verhalen. Door die verantwoordelijkheid is het van groot belang dat de historicus zijn rol als cultuurscheppend producent van geschiedenis niet uit het oog verliest en probeert te streven naar onafhankelijkheid, onbeïnvloedbaarheid en objectiviteit.

Op het eerste zicht lijkt dit alles weinig te maken te hebben met niet-historici, maar de achterliggende idee van zijn lezing is voor iedereen bruikbaar en kan bijvoorbeeld toegepast worden op de zoektocht naar persoonlijke smaak. Iemand die een persoonlijke smaak wil opbouwen wordt ook sterk beïnvloed door zijn omgeving, niet in het minst door de massamedia.

Massamedia en smaak

De lezing van dhr. Mark Elchardus behandelde de geschiedenis van het individuele denken. Hij vertelde dat na de Tweede Wereldoorlog de welvaart toenam en dat tradities en ideologie aan belang inboetten. Dit leek te leiden naar een detraditionalisering en een grotere individuele autonomie, maar de bewijzen hiervoor ontbreken. Erger nog, hij vertelde dat de voorspelbaarheid van individueel gedrag sinds 1972 sterk is toegenomen door de invloed van de massamedia. De detraditionalisering is daarentegen wel een feit: de wijze van sociale controle is veranderd. Ook de wijze waarop individuen *gestuurd* worden is veranderd. Vroeger werden smaken gestuurd door onder andere de dreiging van armoede. Nu worden smaken *gekleurd* door instellingen van de massacultuur zoals de school, reclame, radio en televisie. Vreemd genoeg werd het internet niet één keer aangehaald in zijn lezing alhoewel het steeds meer aan belang wint bij de vorming van smaken, meningen en opvattingen.

Internet en smaak

Uit cijfermateriaal van de muziekindustrie [2] blijkt dat albums steeds meer gekocht worden na positieve *reviews* op websites zoals Pitchforkmedia, een digitaal muziektijdschrift. Ook blogs, digitale dagboeken, kunnen cd's lanceren. Een voorbeeld hiervan is het album *Clap Your Hands Say Yeah* van de gelijknamige groep. Het werd een hit nog voor de band een platencontract had



Fig. 1: Clap Your Hands Say Yeah

[6]. Dit album werd vernoemd op een blog waarna tal van andere blogs hetzelfde album positieve kritieken gaven. De muziekwebsites volgden daarop en pas daarna was het album op de radio te horen. *Clap Your Hands Say Yeah* kan nu zelfs sporadisch op Studio Brussel gehoord worden. Hierbij is het interessant op te merken dat blogs geschreven worden voor en door *gewone* mensen en niet door professionele critici of journalisten. In [4] wordt dit fenomeen zo omschreven:

“The impact of grassroots opinions has grown geometrically to change the way hits are made in movies, music and television. Their significance goes far beyond the realm of entertainment, fundamentally recasting the way opinions are shaped in a society whose sensibilities have been saturated by mass-media campaigns for generations..”

De mening van *peers*, gelijkgestemden, wordt steeds belangrijker. Rupert Murdoch, de Australische mediamagnaat die meer dan 40% van de Amerikaanse bevolking bereikt met zijn 35 televisiezenders en 175 kranten, en dominant is in het medialandschap van alle continenten behalve Afrika[8], beseft dit ook. Zijn *News Corporation* kocht MySpace, een website waarop sociale netwerken kunnen worden uitgebouwd. MySpace is één van de succesvolle websites die de droom van de uitvinders van het web, een sociaal netwerk dat het individu meer intellectuele slagkracht geeft en wereldwijde communicatie bevordert, proberen waar te maken. Deze droom werd eerst overschaduwd door massale commercialisering van het medium. Pas in de jaren na de dot-com *meltdown* werden de sociale aspecten van het internet verder ontwikkeld en geëxploiteerd door een nieuwe generatie *digerati*.

MySpace is de laatste jaren exponentieel gegroeid: het is net de top tien van grootste websites binnengevallen. Er zijn meer dan 500.000 muziekgroepen en artiesten vertegenwoordigd op MySpace. Ze bieden er onder andere muziek en interviews met muzikanten aan en staan er in direct contact met fans. Een vertegenwoordiging op MySpace is voor een artiest bijna even belangrijk geworden als een single op de radio. Door een systeem waarbij gebruikers artiesten kunnen markeren als '*friend*' en doordat ze kunnen aanduiden naar welke muziek ze luisteren, en waar ze absoluut niet van houden, kan een artiest snel een grote massa fans bereiken zonder de hulp van grote reclamecampagnes of dure muziekvideo's en zonder invloed van grote bedrijven. Of misschien lijkt dat alleen maar zo: *News Corporation* staat er om bekend zijn invloed overal te laten gelden. Rupert Murdoch gebruikt zijn media voor het 'uitdrukken van zijn denken, zijn karakter en zijn waarden'.

Het toenemende belang van het internet is zelfs in de hitlijsten zichtbaar. Zo worden al enkele jaren de singels die aangekocht worden via digitale muziekwinkels, zoals iTunes, meegerekend [3][4]. Sinds de invoer van die data werd onmiddellijk een grote verandering vastgesteld. Plots verschenen er veel meer verschillende genres in de bovenste helft van de lijst. Begin april werd in Groot-Brittannië de officiële hitlijst voor het eerst aangevoerd door een single die énkél via het internet beschikbaar was [5].

De invloed van het internet kan niet meer ontkend of genegeerd worden. Een artiest staat dichterbij het publiek dan ooit tevoren, door de directere communicatie kan hij sneller een fanbase uitbouwen. Ook is de communicatie goedkoper dan via klassieke kanalen: radio, grote platenlabels, reclame in gespecialiseerde bladen, ... Het grote verschil met die klassieke kanalen is dat er in plaats van enkele '*content*' aanbieders met veel afnemers, m.a.w. een soort van oligopolie, enorm veel aanbieders en afnemers zijn: een polygopolie. Volgens Technocrati, '*the authority on what's going on in the world of weblogs*', zijn er momenteel meer dan 30 miljoen blogs en verdubbelt het aantal blogs om de vijf maanden. Door die enorme hoeveelheid aan informatie ontstaan er veel kleine *nichemarkten* die samen de grote massa uitmaken.

Platenlabels en smaak

Die versnippering is een goede zaak voor de kleine onafhankelijke platenlabels. Terwijl de totale muziekmarkt in 2005 gekrompen is met minstens vijf procent, afhankelijk van de gebruikte rekenmethode, boeren de kleine onafhankelijke platenlabels erg goed [2]. Gedurende het afgelopen jaar was minstens een op vijf van de verkochte albums een van een *indie*. De onafhankelijke platenlabels zijn, sinds kort, samen groter dan twee van de *Big Four*, namelijk Warner Music en EMI. Het ziet er naar uit dat deze trend zich in de toekomst zal verderzetten.

De vorming van een persoonlijke, of toch persoonlijkere, smaak is er sinds de komst van het internet bevredigender op geworden. Het lukt de grote platenlabels steeds minder en minder om een smaak op te leggen via de radio, televisie en andere kanalen. Het aantal bijna pavloviaanse impuls aan- en miskopen vermindert, een album wordt meer en meer volledig beluisterd, al dan niet via minder legale kanalen, voordat het wordt aangekocht [3]. Minder legaal want de wetgeving rond downloaden staat nog helemaal niet op poten. Misschien wordt er na het beluisteren besloten om enkel een single te kopen of helemaal niets.

Subculturen en technologie

Het passief ondergaan van invloeden wordt meer en meer vervangen door het actief op zoek gaan naar je 'eigen' ding op het internet.

“Geen enkel tijdverdrijf, religie, seksuele interesse, kunstuiting of muziekgenre is obscuur genoeg om er geen digitaal praatcafé over open te houden. Al zijn er over de hele wereld maar twintig liefhebbers van elektronische muziek gebaseerd op de patronen van het klassieke jodelen, ze weten elkaar via het internet perfect te vinden..”

Zo stelt Lieven Bertels het in zijn bijdrage aan Klara's cultureel jaarboek [1]. Daarin geeft hij een overzicht van de evolutie van experimentele elektronische muziek en welke invloed verschillende media hierin hadden. Hij vertelt hoe de platenlabels aan het eind van de jaren zestig avant-gardeplaten, waar elektronische muziek een onderdeel van was, met mondjesmaat uitbrachten. Het opnemen en uitbrengen van een plaat was een dure aangelegenheid. Enkel de muziek die een voldoende groot publiek kon bereiken werd opgenomen en uitgebracht. De enkele platen met elektronische muziek die wel werden uitgebracht waren het resultaat van het blinde geloof in *'de muziek van de toekomst'*.

De grote doorbraak van elektronische muziek kwam er pas met de komst van de audiocassette. Doordat het plots mogelijk werd om muziek eenvoudig te verspreiden, zelf op te nemen en, dit is waarschijnlijk het belangrijkste, eenvoudig te kopiëren ontstond er een *'levendige markt van cassettedistributie'*. Bertels ziet dit als de voorloper van de onafhankelijke cd-labeltjes.

Daarna kwam de compact disc en die zorgde ervoor dat kleinere genres, zoals elektronica, een serieuze knauw kregen. Doordat het digitaal opnemen van nieuw materiaal erg duur was werden in de eerste plaats *marktzekere* producten opgenomen. Experimentele genres en andere marginale kunstuitingen waren bij deze nuchtere marktanalyse helemaal niet aan de orde. In het begin van de jaren negentig begon het internet te bloeien en daarmee werd allerlei subculturen nieuw leven ingeblazen. Ook de muziektechnologie zelf was zodanig gedemocratiseerd dat praktisch iedereen aan de slag kon met synthesizer en effectapparatuur. Met de komst van de cd-brander kon het eindresultaat technisch even goed in elkaar zitten als het product van een professionele studio. Het gevolg van deze evolutie is, nog steeds volgens Bertels, een vrij plotse explosie



van labels en labeltjes die samen een nog nooit eerder vertoonde lappendeken aan stijlen en smaken bijeen naaien.

Deze analyse laat duidelijk zien hoe technologische vooruitgang van communicatiemiddelen én de democratisering van die technologieën smaken kan bepalen en zelfs een heel scala aan nieuw materiaal, nieuwe stijlen en nieuwe kunstuitingen kan doen ontstaan. Op een gelijkaardige wijze kan diversifiëring en versnippering van informatie leiden tot een verandering in de manier waarop meningen en opinies gevormd worden.

Opinievorming en het internet

Door een groter aanbod aan informatie, en helaas ook desinformatie, zal iedereen die de moeite doet om die vergaarbak aan kennis, het internet, te consulteren, zelfstandiger besluiten kunnen nemen. Het aantal informatiebronnen is het laatste decennium dan wel spectaculair gegroeid en die bronnen zijn veel toegankelijker geworden, maar de afhankelijkheid van bronnen bij de vorming van een mening blijft niettemin bestaan. Een individu heeft nu wel een grotere keuze aan welke invloeden hij zichzelf blootstelt en is daardoor zelfstandiger. Er zijn, volgens Jef Lambrecht [8], drie grote problemen die die zelfstandigheid in de weg staan. Zijn bijdrage aan het studium van vorig jaar gaat ondermeer over de invloed van de media op opinies:

1. *Informatiemoeheid*: door de informatie-explosie is over elk onderwerp enorm veel onvolledige informatie te vinden. Uit een Australisch onderzoek in opdracht van Reuters blijkt dat het een maatschappelijk probleem aan het worden is. Stress, slapeloosheid en besluiteloosheid zijn het gevolg van verwarring. Die verwarring is op haar beurt het gevolg van de informatielawine, van de '*schijfjes waarheid zonder context*'.
2. De oppervlakkigheid van de aangeboden informatie. Zelfs de zogeheten kwaliteitsmedia bezondigen zich aan de '*sirenenzang van de sensatie en het kerktorennieuws*'. Dit zorgt voor een uiteendrijven van '*de elite en de massamediaconsument*'.
3. Een gebrek aan interesse. Wie maakt er gebruik van het internet voor opinievorming? Wie is ertoe gemotiveerd en waarom? Wie heeft er de tijd en gelegenheid voor?

Ikzelf zie het zo somber niet. Ik ben nog relatief jong en zie het als mijn plicht naïef te zijn. Er moet inderdaad enorm veel ruis weggefilterd worden bij het zoeken naar informatie.

De oppervlakkigheid van de informatie is een probleem, maar ook in dit geval kom je met gerichte zoekacties wel op verfijnde, genuanceerde en betrouwbare informatie. Doordat de poel met informatie zo groot is, is het zeker dat er ergens diamanten in te vinden zijn. Het gebrek aan interesse is misschien nog het grootste probleem. Hoewel de veranderingen in de muziekwereld aantonen dat er toch een grote groep is die niet zomaar slikt wat de grote platenmaatschappijen voorschotelen en actief iets anders zoeken, blijft het de vraag of hetzelfde kan met actualiteit en andere informatie.

Autonomie en locatie

Doordat informatie meer en meer aangeboden wordt door mensen met verschillende achtergronden, van verschillende culturen, hangt de vorming van een mening steeds minder samen met een geografische locatie. Of dit gegeven een goede zaak is blijft een open vraag. De toenemende communicatie kan een bedreiging vormen voor de verschillen tussen culturen. Dit is bijvoorbeeld te vergelijken met de teloorgang van de Vlaamse dialecten [7] en de groei van het verkavelingvlaams. Door een toename aan onderlinge communicatie ontstaat er één begrijpbare tussentaal. Dat is op zich een positieve evolutie, maar aan de andere kant gaat een deel van de eigenheid van een cultuur, het dialect verloren.

De trend dat een bepaalde opinie steeds minder samengaat met een bepaalde locatie is versneld met de komst van het internet. Deze trend is al eeuwen aan de gang, denk hierbij aan de uitvinding van de boekdrukkunst, de radio of het vliegtuig. Een opinie kan nu dus gevormd worden onafhankelijk van een locatie. Of die afhankelijkheid is toch sterk afgenomen. Ook smaak is steeds minder afhankelijk van een bepaalde plaats, door de technologische evolutie kan een consument kiezen uit een groter aanbod aan kunst en cultuur. Dit is niet enkel een voordeel voor de consument maar ook voor de producent: de artiest, kunstenaar die een groter publiek kan bereiken.

Autonomie en kunst

In dit studium was er een lezing van Berlinda De Bruyckere, een gerenommeerd beeldend kunstenaar. Ze had het over hoe moeilijk het wel is om jezelf te blijven, je eigen ding te produceren, zonder toe te geven aan commerciële belangen. Omdat om het even welke kunstuiting voor een publiek of zelfs voor een opdrachtgever is bestemd is het moeilijk om die kostbare eigenheid te bewaren. *'It's better to write for yourself and have no public, than to write for the public and have no self'*. Zo verwoordde de Britse schrijfster Cyril Connolly het belang van autonomie in kunst.

Alhoewel ze zelf aanhaalde dat ze moeilijkheden had om zichzelf te blijven blijkt uit haar werk eerder het tegenovergestelde. De beelden en tekeningen die ze maakt zijn eigenzinnig en soms zelfs shockerend: vervormde lichamen, opgehangen paarden, schrijnend eenzame figuren, etc. Kortom allemaal krachtige symbolen die getuigen van een sterke, autonome persoonlijkheid van de kunstenaar of, in dit geval, kunstenaars.

De balans

Hoe is het nu gesteld met onze individuele vrijheid? Naar welke kant slaat de balans door, de kant van autonomie of die van afhankelijkheid? Dit zijn vragen waar ook ik helaas geen sluitend antwoord op kan geven. Ik kan wel enkele bedenkingen bij deze vragen plaatsen: ik denk dat de intellectuele afhankelijkheid is afgenomen met de komst van het internet, maar dat moet dan weer afgewogen worden tegen de toenemende afhankelijkheid van technologie. Er is eerder een verschuiving en versnippering van afhankelijkheden opgetreden, dus geen vermindering. Doordat de afhankelijkheden zo versnipperd zijn, is het moeilijker om ze te identificeren en is het dus moeilijk om te beseffen waarvan je afhankelijk geworden bent.

Conclusie

Dit studium heeft mij aangezet tot denken, de lezingen hebben mij op een bepaalde manier beïnvloed en die ervaring is nu deel van mijn zelfstandig handelende en autonoom denkende ik. En daardoor dus ook deel van van mijn afhankelijke en heteronoom denkende ik. Ik kan alleen maar hopen dat deze paper ook een bepaalde invloed, hoe gering ook, heeft op u, waarde lezer. Ik koester de misschien naïeve hoop dat dit schrijfsel misschien ooit iemand al dan niet bewust zal beïnvloeden en zo blijft bestaan tot andere invloeden en ideeën de overhand krijgen.

Ik heb in ieder geval iets gehad aan dit studium. Ik denk dat deze paper duidelijk aantoont hoe mijn vakgebied, informatica, invloed kan hebben op meningsvorming en dat het gebruik van informatica enkel nog aan belang zal winnen. Ik hoop, als ontwikkelaar van websites, om de verspreiding van informatie nog eenvoudiger te maken en zo een zeer bescheiden, ondersteunende rol te spelen in de groei van het internet en op die manier ook in het verspreiden en toegankelijker maken van informatie, ideeën en meningen.

Bronvermelding

[1] BERTELS, LIEVEN, "Experimentele electronica. Real audio for real people.", *Cultureel Jaarboek Klara 2001-2002*, p.117-122.

[2] LEEDS, JEFF, "The Net is a boon for indie labels", *The New York Times*, 27 december 2005, http://news.com.com/2100-1027_3-6009800.html

[3] DAHLEN, CHRIS, "The Chumbawamba Factor", *Pitchforkmedia*, 22 augustus 2005, <http://pitchforkmedia.com/features/weekly/05-08-22-the-chumbawamba-factor.shtml>

[4] BORLAND, JOHN, "Grassroots 'taste makers' define opinions", 14 november 2005, http://news.com.com/Grassroots+taste+makers+define+opinions/2009-1025_3-5942440.html

[5] YOUNGS, IAN, "Digital hit seals chart revolution", 3 april 2006, *BBC News*, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/4872228.stm>

[6] GANZ, JACOB, "To Generate Buzz, Clap Your Hands on the 'Net" , *National Public Radio (US)*, 29 november 2005, <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=5023133>

[7] VLAEMYNCK, STEFANIE, "Antwerpenaren en Bruggelingen houden van hun dialect", *De Standaard Online*, 29 maart 2006; <http://www.standaard.be/Artikel/Detail.aspx?artikelId=GG2Q6GDG>

[8] LAMBRECHT JEF, "Verslaggeving en Waarheid: a Sorry State of Affairs", *Studium Generale 2004-2005*, p. 37 - 65

Inhoudsopgave

Smaakmakers.....	1
 Woord vooraf.....	2
 De lezing van Christine van Broeckhoven.....	2
 De lezing van Willem Debeuckelaere.....	3
Inleiding.....	4
Autonomie in geschiedschrijving.....	4
Massamedia en smaak.....	5
 Internet en smaak.....	5
 Platenlabels en smaak.....	7
 Subculturen en technologie.....	8
Opinievorming en het internet.....	9
 Autonomie en locatie.....	10
Autonomie en kunst.....	10
De balans.....	11
Conclusie.....	12
Bronvermelding.....	13
Inhoudsopgave.....	14