



Zet die plaat op

Naar een begrip van de revival van vinyl
als audiodrager

Hélène Pauwels

R0465302

Masterproef aangeboden tot
het behalen van de graad

MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Promotor: Prof. Dr. Cédric Courtois
Verslaggever: Prof. Dr. Roel Vande Winkel

Academiejaar 2016-2017

Zet die plaat op

Naar een begrip van de revival van vinyl
als audiodrager

Hélène Pauwels

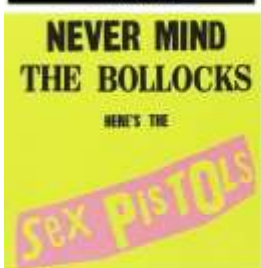
R0465302

Masterproef aangeboden tot
het behalen van de graad

MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Promotor: Prof. Dr. Cédric Courtois
Verslaggever: Prof. Dr. Roel Vande Winkel

Academiejaar 2016-2017



Inhoud

Inleiding	1
Literatuur	3
1. Geschiedenis.....	3
2. Domestication theory.....	4
2.1 Double articulation.....	5
2.1.1 Object.....	5
2.1.2 Tekst.....	8
2.2 Consumptie.....	10
2.2.1 Commodification.....	10
2.2.2 Appropriation.....	11
2.2.2.1 Objectification en incorporation.....	11
2.2.3 Conversion.....	13
3. Digitalisering.....	15
3.1 Demediatization.....	16
3.2 Gevolgen voor consumptie van vinyl.....	17
Methode: Kwalitatieve diepte-interviews	21
1. Datawerving en selectie.....	21
2. Dataverzameling: Interviews.....	23
3. Data-analyse.....	23
Resultaten	25
1. Objectification: Kennismaking en plaats.....	25
2. Incorporation: Symbolische plaats.....	27
2.1 Digitale omgeving.....	28

3. Eigenschappen van vinyl als object.....	29
3.1 Design.....	29
3.2 Geluid.....	30
3.3 Fysieke karakter.....	33
3.4 Digitale opslag: Combinaties.....	35
4. Eigenschappen van vinyl als tekst.....	38
4.1 Nostalgie.....	38
4.2 Zoektocht.....	40
4.3 Verslavend karakter.....	41
5. Conversion.....	43
5.1 Sociale karakter.....	43
5.2 Sociale media.....	45
Discussie	48
Conclusie	51
Referenties.....	53
Bijlagen.....	57
1. Sneeuwbalsteekproef.....	57
2. Topiclijst.....	58

Dankwoord

Allereerst zou ik graag mijn promotor, Prof. Dr. Cédric Courtois, willen bedanken voor zijn enthousiasme over dit onderwerp en voor zijn bereidwilligheid om te helpen bij het schrijven van deze masterproef. Daarnaast wil ik ook alle respondenten bedanken die elk met evenveel enthousiasme aan het onderzoek hebben deelgenomen. Als laatste wil ik ook mijn vriend, zus en ouders bedanken voor hun steun en aanmoediging. Mijn moeder als eeuwige spellingfanaat en mijn vader die als 'audiofreak' op sommige momenten meer moed had om de thesis te schrijven dan ikzelf. Niet enkel wordt hun hulp bij het maken van deze masterproef geapprecieerd, maar ook gedurende heel mijn studiercarrière stonden ze voor me klaar en was hun onvoorwaardelijke steun noodzakelijk.

Inleiding

Vinyl, een voorbijgestreefde (audio)drager die sinds enkele jaren een heropleving doormaakt. Hoe kan het, dat een medium dat een bijna volledige neergang kende ten gevolge van de cd, terug populair is geworden? De technologie is sterk verouderd maar toch doet hij terug zijn intrede in de moderne muziekindustrie. Cijfers bewijzen dat dit fenomeen zich wereldwijd voordoet. Waar de vinylverkoop in 2006 nog op 3.1 miljoen eenheden stond, is deze vorig jaar gestegen tot 31.5 miljoen eenheden wereldwijd (Statista, 2016). Voor vele verzamelaars is hun vinylcollectie niet weg te denken uit hun leven. Maar wat maakt deze ervaring nu juist zo bijzonder?

Om deze ervaring te begrijpen, belichten we twee perspectieven. Ten eerste nemen we de *domestication theory* (Silverstone & Haddon, 1998) als framework. Deze theorie focust op het proces van nieuwe technologieën die in een menselijke omgeving worden ondergebracht. Ze worden binnen een huishouden opgenomen en krijgen een betekenis door de interactie tussen de gebruiker en het artefact. Hoewel de *domestication theory* vooral heeft gefocust op de intrede van nieuwe technologieën, waarbij deze meestal verouderde technologieën vervangen, wordt hier die focus omgedraaid. Vinyl is hier namelijk de oude technologie die zijn intrede doet in een omgeving met talloze digitale luistermogelijkheden. We willen nagaan waarom mensen zo aangetrokken worden door dit analoge medium. Hiervoor worden verschillende beweegredenen aangehaald die ofwel betrekking hebben op de technologie als object of de technologie als tekst (met andere woorden de muziek zelf).

De tweede invalshoek die aan bod komt, is *digitalisering*. Een gedigitaliseerde omgeving brengt heel wat gevolgen met zich mee die een invloed kunnen uitoefenen op de gestegen populariteit van vinyl. In het algemeen zorgt het internet er onder andere voor dat muziek voor iedereen toegankelijker is. Ook kan er makkelijk informatie

worden gezocht over platen, er wordt over gepraat en het wordt gedeeld. Aan de andere kant krijgen we ook te kampen met het fenomeen van *demediatization* (Rauch, 2014). Dit kan ervoor zorgen dat mensen (voor een bepaalde periode of tijd) afstand doen van zulke technologieën. Dit zou (gedeeltelijk) kunnen verklaren waarom zoveel mensen vandaag teruggrijpen naar analoge technieken zoals muziek luisteren via vinyl.

Het consumeren van muziek blijft in eender welke periode immers relevant en daarbij neemt de distributie van muziek ook steeds nieuwe vormen aan. Concreet gaan we hier op zoek naar ‘het waarom’. *Waarom beleeft vinyl een revival en welke motieven hebben verzamelaars om te blijven vasthouden, of te beginnen, aan deze analoge wijze van muziek beluisteren?* Deze vragen worden beschouwd vanuit het domesticatieframework dat gekoppeld wordt aan het digitaliseringperspectief. De blik van domesticatie wordt omgedraaid; door de intrede van een analoge technologie te koppelen aan een digitale omgeving wordt hier zowel teruggegrepen naar het verleden, als dat er een blik op de toekomst wordt geworpen.

Literatuur

1. Geschiedenis

Sinds enkele jaren is vinyl bezig aan een stevige opmars. Na te moeten opboksen tegen de Compact Disk (cd) die in 1983 op de markt verscheen, is vinyl terug van weggeweest. Het was niet enkel de cd, maar ook cassettes, walkmans en radiospelers die de langspeelplaten (lp's) van hun troon stootten (Plasketes, 1992). Cassettes, walkmans en radiospelers waren in tegenstelling tot lp's mobiel, wat als een groot nadeel van deze laatste werd beschouwd (Sarpong, Dong & Appiah, 2015). De cd werd op de markt gebracht door Sony en Philips. Sony's toenmalige woordvoerder, Micheal Schulhof, hoopte dat tegen de jaren 2000 de muziekmarkt grotendeels van analoog naar digitaal zou geëvolueerd zijn aangezien de geluidskwaliteit van cd's veel beter zou zijn dan die van de lp's (zoals geciteerd in Yochim & Biddinger, 2008). De uitvinders van de cd voorspelden de ondergang van vinyl reeds voordat het artefact op de markt kwam. De nieuwe disc klonk immers veelbelovend. Tegenover de lp had het allerlei voordelen; het was aantrekkelijk en modieus, het was verfijnder, minder fragiel en bovenal transporteerbaar (Sarpong, Dong & Appiah, 2015) . Rond 1985 begonnen de prijzen van de cd's en cd-spelers dan ook fors te dalen. Nog nooit was er een technologie op de markt gekomen die zo snel werd verspreid, waar de prijzen zo snel van daalden en waarbij er zo snel verbeteringen werden doorgevoerd (Yochim & Biddinger, 2008). Tegen 1988 stak de cd voor de eerste keer vinyl dan ook voorbij in verkoop (Plasketes, 1992). De industrie mocht de cd dan wel grotendeels hebben opgenomen, de consument daarentegen was nog niet helemaal klaar om volledig over te schakelen naar dit digitale format. Een kleine groep gebruikers begon al snel kritiek uit te oefenen op het geluid van de Compact Disk (Yochim & Biddinger, 2008).

2. Domestication theory

Het mag dus duidelijk zijn dat de intrede van nieuwe technologieën of innovaties niet altijd even simpel verloopt. Een theorie die kan aangehaald worden in deze context is de *domestication theory* (Silverstone & Haddon, 1998). Deze theorie focust namelijk op het perspectief van de gebruiker, hoe deze omgaat met het binnenshuis brengen van technologieën en welke waarden eraan worden gehecht. De oorspronkelijke term ‘domesticatie’ duidt op het temmen van wilde dieren. Deze denkwijze is toegepast op de context van technologie. Informatie –en communicatietechnologieën (ICT’s) moeten immers *gemanaged* worden wanneer ze hun intrede doen in een thuisomgeving. Ze nemen niet alleen een fysieke maar ook een symbolische plaats in en worden opgenomen in gebruikelijke routines en tijdstructuren (Haddon, 2007). De waarde die vasthangt aan een bepaalde technologie wordt dus niet enkel op voorhand bepaald door de makers ervan of door de marketeers en verkopers. Het is vooral de gebruiker zelf die door omgang met het artefact een betekenis eraan zal geven. Dit is dan ook hetgeen waar binnen de *domestication theory* zoveel waarde aan wordt gehecht.

Oorspronkelijk zet de *domestication theory* steeds een stap vooruit in de toekomst. De vraag hoe nieuwe technologieën geïncorporeerd worden in een huishouden en hoe ze worden aangepast aan de inhoudelijke dynamieken en reeds bestaande technologische artefacten staat steeds centraal. Hier wordt deze blik echter omgedraaid. Waar de focus op zal gelegd worden, is hoe een verouderde technologie zijn intrede (terug) doet in het bijzijn van nieuwere technologieën.

2.1 Double articulation

De *domestication theory* wijst twee belangrijke karaktereigenschappen toe aan mediatechnologieën; media als betekenisvolle objecten en media als betekenisvolle teksten klaar voor consumptie. Deze dualiteit wordt omschreven als de *double articulation of media technologies* (Silverstone & Hirsch, 1992) en bevestigt wederom het belang van de relatie tussen de gebruiker en de mediatechnologie. Als we deze tweedeling toepassen op de consumptie van vinyl kunnen we de eigenschappen vanuit verschillende perspectieven bekijken.

2.1.1 Object

Het object in deze context betreft de platenspeler en de platen zelf. Allereerst kan men zich hierbij onder andere vragen stellen over de *geluidskwaliteit*. Geluid is namelijk een veel aangehaalde reden door verzamelaars. Het zou levendig, warm, betrouwbaar en herkenbaar klinken en bovenal blijft het trouw aan de originele formatintenties (Yochim & Biddinger, 2008). Het analoge format zorgt er namelijk voor dat het originele opgenomen geluid ook effectief op deze manier terecht komt op de vinylplaat, zonder dat het digitaal moet omgezet worden (Greenwald, 2014). Het volume van vinyl is afhankelijk van de lengte van elke kant en van de diepte van de groeven. Dit wil zeggen dat een album dat specifiek *gemasterd* is voor dit format, meer ruimte zal hebben om te ‘ademen’ tegenover een digitaal format waarop het geluid samengeperst is. Dit heeft wel als gevolg dat hoe langer een album op een vinylplaat is, hoe ‘dunner’ de groeven worden en hoe stiller het geluid zal zijn. Op een cd of mp3-bestand, worden geluiden vaak gecomprimeerd zodat men op een kleinere opslagruimte meer audiobestanden kwijt kan. Dit heeft vaak als gevolg dat er informatie wordt weggegooid. Geluiden die te zacht zijn of te lage of hoge frequenties verdwijnen. Met andere woorden, er worden grenzen vastgesteld voor die geluiden die

zinnig en hoorbaar zijn, de rest wordt verwijderd (Zwiekhorst, 2010). Wel moet hierbij ook vermeld worden dat digitale bestanden tegenwoordig zo geëvolueerd zijn dat deze ook een zeer goede geluidskwaliteit hebben. Digitale downloads en zelfs online streamingdiensten verbeteren momenteel hun kwaliteit (Peoples, 2011)

Daarnaast kan men zich focussen op de gebruiksvriendelijkheid en de toegankelijkheid van platenspelers en welke mogelijkheden deze technologie biedt voor de gebruiker. De interactie met het object is zoals eerder gezegd een zeer belangrijk aspect. Hoe voelt het bijvoorbeeld om met een platenspeler te werken? Een belangrijk motief waar vaak over wordt gesproken bij het luisteren naar vinyl is vervolgens het '*menselijke*' aspect ervan (Yochim & Biddinger, 2008). Gebruikers geven aan dat het gebruik van een platenspeler veel natuurlijker aanvoelt dan het gebruik van een cd-speler of andere digitale middelen. Dit kan bijvoorbeeld te wijten zijn aan het feit dat men kan zien wat er gebeurt. Het zien ronddraaien van de plaat zorgt ervoor dat de gebruiker volledig opgaat in het proces van muziek beluisteren. Daarenboven vindt er ook een echte interactie plaats tussen de gebruiker en de technologie doordat de luisteraar rekening moet houden met wanneer de plaat moet omgedraaid worden enzovoort. Wat hier verder nog zeer belangrijk bij is, is de tastbaarheid van een lp op zich. Vele verzamelaars hebben het over het materiële, het tastbare, het grijpbare, ... als ze over hun liefde voor vinyl praten (Gibson, 2015).

Naast het menselijke aspect van een platenspeler, is ook het *design* ervan zeer belangrijk. Het design van een technologie is dan ook een belangrijk punt in de relatie tussen gebruiker en artefact (Silverstone & Haddon, 1998). Het design van een bepaald object of artefact geeft immers bepaalde *affordances* aan (Norman, 1988). Het is zoals eerder gezegd aan de gebruiker om te bepalen welke features van een technologie hij het belangrijkste vindt en waar hij de meeste waarde aan hecht. Het design van elk technologisch product is

onderhevig aan verandering. Eens bepaalde technologieën massaproducten worden bijvoorbeeld, moet er rekening gehouden worden met het design. Het technologisch object mag in de thuisomgeving niet als een ‘indringer’ overkomen en zou dus de look moeten krijgen van een ‘huishoudelijk object’ (Silverstone & Haddon, 1998). Ook het design van de platenspeler is dus onderhevig aan verandering, maar duidelijk mag in ieder geval zijn dat de (digitale) mogelijkheden vandaag de dag nog veel uitgebreider zijn dan toen de platenspeler net op de markt verscheen. Vandaag kan men bijvoorbeeld de platenspeler koppelen aan een laptop of computer om zo muziek over te zetten naar mp3. Spelen deze nieuwe *features* eventueel een rol in de heropleving van vinyl? Maakt dit het gebruik van een platenspeler nog toegankelijker of vinden luisteraars het een meerwaarde?

Verder kan men vanuit een contextueel perspectief zich dan weer afvragen of het object een speciale *plaats* krijgt in de thuisomgeving. Hoe wordt de platenspeler opgesteld tegenover andere media technologieën in het huis (bijvoorbeeld de televisie en de radiospeler)? Wordt er een aparte ruimte voor ingericht of staat de platenspeler eerder centraal op gelijk niveau met de televisie?

Daarbij is ook de *esthetische waarde* van de platenspeler en bijhorende apparatuur, de collectie en de platen op zich zeer belangrijk. De collectie neemt voor vele verzamelaars immers een bepaalde ruimte binnen hun huis in beslag, vinden ze dit dan ook een meerwaarde voor hun interieur? Vaak wordt ook nadruk gelegd op het artwork van de albumcovers van lp’s (Yochim & Biddinger, 2008). Vinyl wordt dus niet beschouwd als een massaproduct maar als een waar kunstobject. Het artwork bevat allereerst al meer details omdat het op een grotere ruimte kan gedrukt worden. Daarenboven komen veel lp’s met een extra boekje met *lyrics* of posters. Deze esthetische beleving kan zo een meerwaarde geven aan het luisteren naar muziek. Ook de fragiliteit van de platen geeft het gevoel dat ze er zeer voorzichtig mee moeten omspringen omdat ze snel beschadigd kunnen

geraken, dit draagt opnieuw bij aan het menselijke aspect van vinyl (Yochim & Biddinger, 2008). Ook het *design* van de platenspeler kan hieraan gelinkt worden. Zorgt het vintage design ervoor dat deze vorm van muziek consumeren terug zo populair wordt?

2.1.2 Tekst

Music plays an important role in many peoples' lives. It can wake you up in the morning and it can slow you down after work. It can get you in the mood for love and it can comfort your broken heart. It can connect you to your peers and separate you from conventions and older generations

(Wikström, 2009, p.147)

Naast media technologieën als object, kunnen deze technologieën ook beschouwd worden als betekenisvolle teksten die geconsumeerd kunnen worden. Hier gaat het dan over de muziek die beluisterd wordt en de persoonlijke interpretatie die eraan gegeven wordt door elke individuele gebruiker.

Om te beginnen is *nostalgie* hier een uiterst belangrijk gegeven (Plasketes, 1992; Yochim & Biddinger, 2008). Het luisteren naar muziek via vinyl is niet enkel een romantisering van het verleden, het creëert ook een link met mensen, plaatsen, tijden en gebeurtenissen uit het verleden (Yochim & Biddinger, 2008). Ook DeNora (1999) stelt in haar onderzoek over *'Music as technology of the self'* dat muziek zorgt voor een herinnering aan anderen of aan zichzelf. Muziek brengt de herinnering aan belangrijke personen in iemands leven terug (bijvoorbeeld overleden familieleden of naasten) of wordt vaak geassocieerd met romantische of intieme relaties. Hier geldt muziek als een soort stimulus of *prime* die zowel positieve als negatieve gevoelens kan opwekken. Muziek zorgt ervoor dat mensen als het ware gekatapulteerd worden naar een bepaald moment of een bepaalde periode in hun leven en naar 'wie' ze waren op dat moment. Plasketes (1992) zegt daarnaast dat vinyl een subcultuur is voor

diegenen die om allerlei redenen een nieuwe technologie weerstaan of afwijzen en vastberaden vasthouden aan het oude artefact omdat er een bepaalde betekenis of ervaring aan vasthangt. In Shukers studie (2004) wordt daarenboven vastgesteld dat verzamelen een poging is om het verleden en de herinnering eraan te bewaren. Vinyl beluisteren zou dus een praktijk zijn die gedreven wordt door nostalgie.

Wat vinylplaten naast nostalgie nog zo bijzonder maakt, is dat sommige *inhouden* uitzonderlijk verkrijgbaar zijn in dit format (Yochim & Biddinger, 2008). Zoals eerder al werd aangehaald bij geluidskwaliteit, is vinyl het originele format waarop de muziek werd uitgebracht. De intenties die schuilen achter een specifieke opname kunnen dus terug herbeleefd worden.

Ten slotte kan er betreffende media als tekst gefocust worden op het *sociale* aspect. Vinylverzamelaars vermelden namelijk dat het verzamelen een manier is om mensen te ontmoeten met dezelfde interesses en van daaruit eventueel verdere relaties op te bouwen (Shuker, 2004). Een andere vraag die gesteld kan worden binnen deze context is bijvoorbeeld of er samen naar muziek wordt geluisterd (met de partner, vrienden, medeverzamelaars,...) of dat het eerder een individuele bezigheid is. Muziek wordt immers vaak ook gebruikt om het eigen humeur of de eigen gemoedstoestand te reguleren (DeNora, 1999). Zo kan muziek gebruikt worden om te ontstressen of om komaf te maken met een slecht humeur. Daarnaast is het ook een soort van ‘virtuele realiteit’ waarin men zich kan afreageren, bijvoorbeeld door naar luide of agressieve muziek te luisteren maar zich in werkelijkheid niet zo te gedragen. Het luisteren naar muziek kan dus zowel een sociale als een individuele aangelegenheid zijn, maar het kan ook gebruikt worden als achtergrond, het kan gebruikt worden als medium om zich extra te focussen of om andere geluiden rondom zich te dempen (bijvoorbeeld geluiden van het verkeer).

Later werd deze double articulation nog verder uitgebreid naar de *triple articulation of media technologies* door er een derde karaktereigenschap van mediatechnologieën aan toe te voegen, namelijk de *context* (Berker, Hartmann, Punie & Ward, 2006; Courtois, Verdegem & Marez, 2012). Media als context kan gezien worden vanuit een zeer breed perspectief zoals historische en sociale achtergronden, maar ook vanuit een heel smal perspectief, namelijk de thuisomgeving en de directe connecties daarrond, met andere woorden de dagelijkse context. Voor de consumptie van vinyl beperken we ons hier tot media als object en als tekst.

2.2 Consumptie

Een term die al een aantal keer werd aangehaald is *consumptie*. Domesticatie is een continu proces waarbij de consumptie van (media)technologieën het kernpunt is. Deze consumptie is zowel sociaal als cultureel en zal bepalen welke betekenis en waarde er aan de technologie zal gegeven worden (Silverstone & Haddon, 1998). Media en ICT's hebben dus een symbolische waarde. Zoals ook Orlikowski zegt: "*Technology is socially constructed by actors through the different meanings they attach to it and the various features they emphasize and use.*" (Orlikowski, 1992, p.406). Het is door de betrokkenheid in het consumptieproces dat we kunnen tonen wie we zijn en waar we voor staan (Silverstone, 1998). Consumptie heeft verschillende aspecten; namelijk *commodification*, *appropriation* waaronder *objectification* en *incorporation* horen, en *conversion*.

2.2.1 Commodification

Commodification houdt in dat zowel materiele als symbolische artefacten door een industrieel en commercieel proces worden omgevormd tot koopwaar voor de markteconomie (Silverstone, 1998). Binnen het domesticatieproces duidt *commodification* op de betekenis die wordt toegeschreven aan een technologie ten eerste door

marketing communicatie, en ten tweede door de gebruiker zelf. Het is aan de gebruiker om te bepalen of hij deze eerste betekenis accepteert, of hij ze weerlegt of dat hij ze zal aanpassen. Hier kunnen we bijvoorbeeld terugkoppelen naar de intrede van de cd op de muziekmarkt, waarbij het duidelijk was dat niet elke gebruiker zomaar deze nieuwe drager accepteerde. De betekenis die door marketeers werd toegeschreven aan de cd werd dus door een kleine groep niet aanvaard of weerlegd. Wat in het geval van de heropleving van vinyl bijvoorbeeld ook mogelijk zou kunnen zijn, is dat de muziekindustrie zelf een grote rol speelt in de populariteit van vinyl. De muziekindustrie probeert immers steeds de distributie van muziek te controleren (O'Hara & Brown, 2006). Door praktijken als onder andere downloaden en *peer-to-peer sharing* zou de platenverkoop gedaald zijn, misschien is dit dus wel het moment waarop de industrie terug een invloed heeft gekregen op de verkoop van platen. Piraterij wordt er dan ook vaak van beschuldigd dat het de platenverkoop zou hinderen en dat platenmaatschappijen niet langer zouden kunnen investeren in nieuwe artiesten en niche-genres (Anderton, Dubber & James, 2013).

2.2.2 *Appropriation*

Appropriation is een term die duidt op het 'eigen maken' van bepaalde *tools* (O'Hara & Brown, 2006). Dit is de fase waarin de gebruiker aangeeft dat hij de publieke betekenis van het artefact heeft aangenomen zodat hij het voor de eigen omstandigheden relevant genoeg vindt om het aan te schaffen en het binnenshuis te brengen. Het gaat er vooral om dat de gebruiker de nieuwe technologie of het artefact leert kennen. Op welke manier wordt het gebruikt en hoe kan er actief mee geïnterageerd worden zodat de relatie met een artefact kan omgezet worden in een praktijk (Rogoff zoals geciteerd in O'Hara & Brown, 2006)?

2.2.2.1 Objectification en incorporation

Objectification duidt erop dat het artefact in een reeds bestaande cultuur geplaatst moet worden, het krijgt een fysieke plaats in de thuisomgeving (Silverstone, 1998). Het wordt met andere woorden verplaatst van een publieke context naar een private. Hierbij kunnen we ons afvragen op welke manier dit gebeurt bij de consumptie van vinyl. Hoe komt de platenspeler in de eerste instantie binnenshuis? Een scenario kan bijvoorbeeld zijn dat er een platenspeler en eventueel bijhorende collectie wordt geërfd van de ouders of grootouders en dat dit het verzamelen *triggert*. Een ander scenario kan zijn dat een platenspeler aanvankelijk wordt aangekocht omdat men belang hecht aan de esthetische waarde ervan en omdat men vindt dat het in het interieur past. De manier en het proces waarop een technologie, in dit geval een platenspeler, intrede doet in een huishouden kan dus erg uiteenlopend zijn.

Incorporation heeft daarnaast te maken met de functies van de technologie. ICT's moeten in een huishoudelijke patroon worden geïncorporeerd (Silverstone, 1998). Hierbij moet vermeld worden dat de functies die oorspronkelijk aan het artefact werden toegewezen (door de maker ervan maar ook door advertisers), niet de facto moeten worden toegepast door de gebruiker. Zo kan het zijn dat een bepaalde technologie voor een hele andere betekenis kan fungeren in een bepaald huishouden. Een televisietoestel bijvoorbeeld, kan namelijk niet enkel dienen voor informatie –of entertainment gerelateerd gebruik, het is ook een manier om de dag in te delen. Sommige huishoudens eten vlak voor of vlak na het journaal, soaps die 's avonds uitgezonden worden, kunnen symbool staan voor qualitytime in het gezin enzovoort. Betreffende de consumptie van vinyl kunnen we het hier hebben over de plaats die de platenspeler en de collectie krijgen toegewezen binnen een thuisomgeving. Eerder werd bij de eigenschappen van media technologieën als object al gewezen op het contextuele perspectief. Hier komt wederom het belang van de fysieke

plaats die een object krijgt naar voor. Is iedereen (partner, huisgenoten, gezinsleden) het eens over de plaats van de platencollectie? Is er samen beslist over deze plaats of is dit een individuele beslissing geweest? Heeft de plaats van de platencollectie misschien ook een symbolische betekenis? Is het zo dat het misschien niet enkel een fysieke plaats is, maar ook een plek die staat voor ontspanning bijvoorbeeld? Dit proces van het geven van betekenissen aan een technologisch object en het incorporeren ervan in de thuisomgeving moet natuurlijk ook enkele obstakels ondergaan. Een technologie wordt in een bepaalde omgeving opgenomen, maar het moet natuurlijk aansluiten bij de sociale dynamieken binnen een huishouden. Ieder gezinslid moet het eens zijn over de fysieke plaats die het thuis inneemt, maar ook wie het bedient en er controle over heeft (Silverstone, 1998). De intrede van een nieuwe technologie in een huishouden kan zorgen voor een verstoring van de *ontological security*, wat Giddens (zoals geciteerd in Berker et al., 2006) beschrijft als de stabiliteit die nodig is in het dagelijks leven, het praktische bewustzijn dat de chaos buitenhoudt. Bij de consumptie van vinyl is niet enkel van belang de fysieke plaats die de collectie krijgt toegewezen, er moet ook rekening gehouden worden met wat andere huisgenoten vinden van de muziek op zich. Kan er bijvoorbeeld in een centrale ruimte naar muziek worden geluisterd en wordt dit geapprecieerd door de partner, kinderen, enz. of zal de collectie een plaats krijgen in een aparte ruimte waar men ongestoord kan luisteren?

2.2.3 *Conversion*

Conversion duidt dan als laatste op de persoonlijke betekenissen die worden toegeschreven aan de technologie en op hoe erover gecommuniceerd wordt naar de buitenwereld (Silverstone, 1998). De technologie wordt hierbij met andere woorden teruggebracht van een private sfeer naar een publieke sfeer. Laten zien aan de buitenwereld waarmee men bezig is, speelt hierin een belangrijke rol.

Voor de consumptie van vinyl kunnen deze fases duiden op de linken die gelegd worden met het object. De communicatie naar de buitenwereld kan samenhangen met relaties die gecreëerd zijn op basis van de gemeenschappelijke interesse rond vinyl bijvoorbeeld. Zoals al eerder werd aangehaald bij de tekstuele betekenis van vinyl, is een belangrijk motief voor het verzamelen van vinyl het sociale aspect (Shuker, 2004). Mensen ontmoeten waar je je interesses mee kan delen, is voor vele verzamelaars belangrijk. Een andere trend die we hierbij kunnen aanhalen zijn sociale media. Het delen van de eigen collectie en het bekijken van andermans collecties op sociale netwerksites is de laatste jaren namelijk erg populair geworden. Hier wordt meer over uitgeweid in het tweede deel van de literatuur, waar het perspectief van digitalisering onder de loep wordt genomen.

3. Digitalisering

Het oorspronkelijk perspectief van de *domestication theory* wordt in deze studie dus omgekeerd, wat wil zeggen dat er gekeken wordt naar de manier waarop een verouderde technologie in een dagelijkse omgeving wordt geherintroduceerd. In deze omgeving hebben nieuwe technologische artefacten reeds hun intrede gedaan en een plaats gekregen. Het proces van *commodification* tot en met *conversion* werd reeds overlopen en komt kort gezegd neer op de intrede van de platenspeler in een huishouden, tot en met de communicatie erover naar buiten toe. Hierbij moet in acht worden genomen dat wegens het verouderde aspect van de platenspeler, deze zal terecht komen in een waarschijnlijk digitale omgeving. Hoe zal dus heel het domesticatieproces verlopen in het bijzijn van nieuwe digitale media?

Onze maatschappij is de laatste decennia immers meer en meer afhankelijk geworden van de media (groot of klein) en hun logica (Deacon & Stanyer, 2014; Rauch, 2014). Dit begrip wordt omschreven als *mediatization* (Hepp, 2013; Deacon & Stanyer, 2014; Rauch, 2014) en is ook erg belangrijk in het domein van muziek. De muziekindustrie is namelijk een domein dat gedreven wordt door de ontwikkeling van digitale mediatechnologieën (Wikström, 2009). Begin jaren 2000 zat de muziekindustrie dan ook op zijn dieptepunt. Dankzij digitalisering kwamen er plotseling veel meer mogelijkheden voor de verspreiding van muziek en de platenmaatschappijen vertoonden een gebrek aan innovatie (Hesmondhalgh, 2013). Het creëren van geluid en dus muziek steunt op technologie en zijn vooruitgang. Zonder technologie zouden we dan ook niet de mogelijkheid hebben gehad om naar populaire muziek te kunnen luisteren (Jones, 1992).

Het leven in een gemediatiseerde wereld brengt allerlei gevolgen met zich mee. Over het algemeen heeft de introductie van het internet ervoor gezorgd dat muziek voor iedereen toegankelijker is geworden. Muziekbestanden op zich, maar ook alle informatie die erbij komt kijken, kan in één muisklik gevonden worden. Jammer genoeg kan een digitale omgeving ook al snel voor een *overload* aan informatie

zorgen. Dit leidt ertoe dat sommige mensen zich genoodzaakt voelen om in bepaalde mate afstand te nemen van bepaalde technologieën.

3.1 Demediatization

Mediatization heeft verschillende effecten op de persoonlijke levens van mensen. Mensen zouden minder sociaal empathisch zijn, zouden hun aandacht niet kunnen blijven behouden, zouden minder geëngageerd zijn, enz. (Rauch, 2014). Reeds in de jaren '60 stelden mediadeterministen zoals Marshall McLuhan (1964) dat een wereld die verbonden is door media zou zorgen voor pijn, stress en depressie; het zou helemaal niet zorgen voor samenhang, vrede of harmonie. Hij beschouwde elektronische media dan ook als puur vergif. Het is door dit soort effecten dat mensen een noodzaak voelen om in bepaalde mate afstand te doen van elektronische media. Dit proces wordt omschreven als *demediatization* (Rauch, 2014). Sommige auteurs beschrijven dit gegeven als het 'vasten van technologieën', permanent of voor een bepaalde periode. Door afstand te nemen van verschillende technologieën kan men de focus herleggen naar belangrijkere dingen in het leven (Reboot en Rushkoff zoals geciteerd in Rauch, 2014).

Ook Sherry Turkle (2012) heeft bekende uitspraken gedaan over het leven in een meer en meer gedigitaliseerde wereld. Zij heeft het in haar pleidooi voornamelijk over het effect van mobiele communicatietechnologieën op wat we doen en wie we zijn. Deze communicatietechnologieën (sms, e-mail, sociale netwerksites, enz.) zorgen ervoor dat we ons eenzaam voelen, ook al zijn we continu verbonden met honderden mensen. Mensen zouden de voorkeur geven aan conversaties via deze weg, omdat ze niet in *realtime* plaatsvinden en bewerkt (en eventueel verwijderd) kunnen worden naar eigen believen. Fysieke *cues* worden immers weggefilterd via deze weg (Walther, 1996). In dit opzicht wordt er ook wel eens gesproken over het *online disinhibition effect* (Suler, 2004). Verschillende factoren, zoals anonimiteit, onzichtbaarheid, asynchroniteit, enz. zorgen ervoor

dat mensen zich meer open gaan gedragen wanneer ze communiceren via een digitale weg. Turkle opteert niet onmiddellijk voor een volledige afwending van dit soort technologieën, maar stelt wel dat er een meer bewuste relatie met de technologieën moet opgebouwd worden.

3.2 Gevolgen voor consumptie van vinyl

Hoe kan deze digitalisering en al zijn gevolgen nu een invloed uitoefenen op de heropleving die vinyl vandaag de dag doormaakt?

Het fenomeen van *demediatization* (Rauch, 2014) en het feit dat mensen de neiging voelen om zich op bepaalde momenten in hun leven te ontdoen van technologieën kan een oorzaak zijn voor de heropleving van vinyl. Een reden voor het ‘vasten van technologieën’ kan bijvoorbeeld zijn dat men tijd zou willen maken voor analoge media. Dit zou erop kunnen wijzen dat verzamelaars de nieuwe digitale vormen van muziek beluisteren afwijzen, omdat ze de analoge vorm verkiezen. Dit duidt natuurlijk niet noodzakelijk op een totale afwijzing van moderne consumptie van muziek. Een combinatie van analoge en digitale vormen is bijvoorbeeld mogelijk. Zo zou het kunnen dat verzamelaars een hele vinylcollectie bezitten maar dat ze hun muziek ook digitaal of online opslaan of hun collectie aanvullen met cd's of downloads. Wereldwijd zijn het aantal nummers die, legaal of illegaal, op bijvoorbeeld *peer-to-peer* netwerken worden aangeschaft, namelijk sterk gestegen (Wikström, 2009).

Loving resistance fighters, een term die door Postman (1993) werd bedacht, is ook in deze context relevant. Men wil de potentiële kracht van de mens tegenover technologie hier benadrukken. Mensen weigeren om zich over te geven aan technologie (al is het maar voor een bepaalde tijd). Zoals reeds eerder werd aangehaald stelde Plasketes (1992) al dat vinyl een subcultuur is doordat er een bepaalde groep is die blijft vasthouden aan het oude artefact omdat ze weigeren om de nieuwe technologie toe te laten. In deze context is het ook relevant om het verschil tussen generaties te bekijken. De ‘loving

resistance fighters' waar Postman het over heeft, zijn hoogstwaarschijnlijk ook de personen die zijn opgegroeid met vinyl en de overgang naar de cd en andere digitale mogelijkheden hebben doorgemaakt en daarbij om de een of andere reden vasthouden aan of terugrijpen naar vinyl. Mensen uit deze generatie worden ook wel eens beschreven als de *digital immigrants* (Prensky, 2011). Jongere personen die zijn opgegroeid met digitale mogelijkheden zoals mp3's, downloads enzovoort, of door Prensky beschreven als de *digital natives*, hebben de opkomst en de neerval van vinyl niet meegemaakt. In deze situatie zou een scenario kunnen zijn dat jongeren weinig of geen voldoening krijgen van de ontastbare downloads of streamingdiensten en daarom vinyl gaan opzoeken. Zo stelt ook Simon Cole, CEO van 7digital (een digitaal platform voor digitale muziek en radiodiensten), dat er misschien een nieuwe generatie is die nu pas het fysieke aspect van muziek beluisteren ontdekt, waarmee hij duidt op de tastbaarheid van vinyl (Simon Cole zoals geciteerd in Gibson, 2015).

In de *domestication theory* beschouwen we het verzamelen van vinyl reeds vanuit een contextueel perspectief. De plaats die de collectie en de platenspeler binnen een thuisomgeving inneemt, is namelijk van groot belang. Ook bij het fenomeen van demediatisering is een contextueel inzicht belangrijk. Powers (zoals geciteerd in Rauch, 2014) heeft het bijvoorbeeld over de creatie van schermvrije zones in de thuisomgeving als manier om technologie in het leven te beperken. Vanuit dit perspectief zou het kunnen dat verzamelaars een symbolische waarde hechten aan vinyl als object. Eventueel vinden ze het belangrijk dat vinyl, in plaats van andere mediatechnologieën, een centrale plaats krijgt in de thuisomgeving. Meer nog, misschien is deze analoge vorm van muziekconsumptie wel een vervanging voor andere technologieën in huis zoals bijvoorbeeld de radio. Anderzijds kan een afwending van digitale technologieën er ook voor zorgen dat de vinylcollectie een fysieke 'persoonlijke' plaats krijgt toegewezen. Sherry Turkle (2012) stelt zoals eerder gezegd voorop dat we een meer

bewuste relatie moeten creëren met de technologieën rondom ons. Ze pleit voor ‘heilige ruimtes’ binnen een huishouden waar gesprekken terug op gang kunnen komen en gestimuleerd worden. Vinyl kan op het eerste zicht misschien niet voor gesprekken zorgen, maar het kan wel een band creëren met zichzelf of met andere individuen. De plaats die de vinylcollectie kreeg toegewezen kan op deze manier doorgaan als een symbolische plek waar men kan bezinnen zonder inmenging van andere digitale technologieën.

Naast het fenomeen van *demediatization* kan de heropleving van vinyl ook voortvloeien uit positieve gevolgen van een gedigitaliseerde wereld. Digitale media maken het bijvoorbeeld mogelijk om met mensen in contact te blijven. Het onderhouden en opbouwen van relaties wordt dan ook als één van de belangrijkste drijfveren gezien voor het hebben van een profiel op een sociale netwerksite als Facebook (Ryan, Chester, Reece, Xenos, 2014). Het aantal gebruikers van sociale netwerksites blijft stijgen, en dit geldt niet enkel voor de jongeren. Ook de zogenaamde *silver surfers* of oudere internetgebruikers blijven groeien (Hockly, 2011). Het internet in het algemeen zorgt ervoor dat eender welk soort informatie ‘one click away’ is. Vinyl leeft bijvoorbeeld op *sociale media* (Vlasic, 2013). Sociale media zouden er onder andere aan hebben bijgedragen dat de *generation Y* (de millenials die nu tussen de 20 en 30 jaar oud zijn) geïnteresseerd geraakte in het specifieke geluid van vinyl en alles eromheen. Sociale netwerksites bijvoorbeeld, maken het mogelijk om in contact te komen met andere verzamelaars of muziekliefhebbers over heel de wereld. Het delen van de eigen collecties en het ontdekken van andere collecties is vandaag de dag heel normaal geworden. Via het gebruik van hashtags zoals #vinyl, #vinylcollector, #recordcollector, #vinyloftheday, #vinylcommunity, enz. kunnen foto’s en statussen worden opgezocht op Instagram, Twitter en Facebook. Wanneer men de aard van sociale media-gesprekken nagaat die gevoerd worden over vinyl, blijken deze in 59% van de gevallen positief te zijn (Johnstonbaugh, 2014). In de meeste van deze gevallen gaan de gesprekken over het willen aankopen van vinyl. Wanneer de

gesprekken op sociale media een negatieve bijklank hebben, gaat dit meestal over de ‘hipster hype’ of over de hoge prijzen van vinyl. Het ontdekken van andermans collectie of het puur kunnen delen van de eigen collectie met de buitenwereld kan op zich misschien al stimuleren om verder te gaan in het vinyl verzamelen. Zo stelt Nik Pollinger (zoals geciteerd in Gibson, 2015) dat hetgeen we publiekelijk uiten, sociale signalen zijn van onze identiteit. Het laten zien van een muziek/vinylcollectie speelt hierin een grote rol. Daarnaast vergemakkelijkt de digitalisering ook het aanschaffen van vinyl. Het aankopen van platen kan via één muisklik op het internet dankzij sites als bol.com en discogs.be, maar ook de (online) winkels van Fnac en Mediamarkt hebben vandaag weer een uitgebreid gamma aan vinyl in de winkelrekken liggen. Niet enkel het aanschaffen van vinyl verloopt sneller en makkelijker, ook het nagaan van de waarde van een plaat kan nu via het internet gebeuren.

Methode: Kwalitatieve diepte-interviews

Voor dit onderzoek werd gekozen voor een kwalitatieve aanpak. De keuze was logisch aangezien het een onderwerp is dat in de breedte en de diepte onderzocht diende te worden. De bedoeling is niet om één specifiek antwoord naar voor te schuiven. Het doel is eerder om een andere blik te werpen op de *domestication theory* en om dieper in te gaan op de vinylhype.

Vijftien individuele diepte-interviews werden ingepland met verzamelaars. Respondenten werden gekozen op basis van *non-probability*, met als enige eigenschap: verzamelaar van vinyl. Aan de hand van een sneeuwbalsteekproef werden respondenten met het juiste profiel gezocht (zie bijlage 1).

1. Datawerving en selectie

Het sample werd bewust zo heterogeen mogelijk gehouden. Dit wil zeggen dat er op zoek werd gegaan naar respondenten die ten eerste verschillen in *leeftijd*. Dit om eventueel te duiden op verschillen tussen verzamelaars van het eerste uur en meer recente verzamelaars. De periode waarin iemand is opgegroeid, kan in deze context namelijk belangrijk zijn. Sommige verzamelaars hebben de opkomst en de neergang van vinyl meegemaakt en herbeleven nu de populariteit ervan. Hun motieven om te verzamelen kunnen dus verschillen van verzamelaars die pas recent begonnen zijn. In het uiteindelijke sample varieerden de leeftijden van 21 tot 52 jaar.

Naast leeftijd werd er ten tweede ook rekening gehouden met de *grootte* van de collecties. De grootte van een collectie is natuurlijk ook afhankelijk van hoe lang een persoon al aan het verzamelen is. Er kan bijvoorbeeld bewust voor gekozen worden om de collectie klein te houden in plaats van heel uitgebreid. Vanaf een bepaalde grootte gaat het bij sommige personen misschien ook niet meer over de liefde voor muziek of vinyl maar heeft het eerder te maken met verzamelwoede of verslaving. In het finale sample zaten respondenten met collecties gaande van 30 platen tot 7000 platen.

Een laatste factor die in vrijwel elk onderzoek in acht wordt genomen is *geslacht*. De wereld van vinyl lijkt echter een vrij *gender biased* domein te zijn (o.a. Roy Shuker, 2010). Wanneer respondenten doorverwezen naar andere verzamelaars waren dit bijna steeds mannen. Het sample dat uiteindelijk werd gebruikt bestaat daarmee uit twee vrouwen en twaalf mannen.

	Geslacht	Leeftijd	Genre	Grootte collectie	Datum interview
R 1	v	21	Hip Hop Rock	100	12/feb
R 2	v	22	70s/80s Rock	120	15/feb
R 3	m	23	House	120	15/feb
R 4	m	25	Hardrock Heavy Metal	200	3/feb
R 5	m	25	Hardrock Heavy Metal Golden oldies	30	11/feb
R 6	m	28	Metal (doom/black/ heavy)	3000	6/feb
R 7	m	30	House Retro HipHop	500	11/feb
R 8	m	35	Punk	2000/2500	4/feb
R 9	m	35	Heavy Metal	5000	19/feb
R 10	m	38	Hardcore Garagerock/...	2500	6/feb
R 11	m	38	Hardcore	600/700	7/feb
R 12	m	50	Hardrock Heavy Metal	7000	18/feb
R 13	m	51	Alternative Golden oldies Jazz	600	9/feb
R 14	m	52	New wave Punk/Rock Golden oldies	2000/2500	13/feb

2. Dataverzameling: Diepte-interviews

Uiteindelijk werden er veertien persoonlijke diepte-interviews afgelegd over een periode van drie weken. Één respondent annuleerde de afspraak op het laatste moment, dus deze werd niet opgenomen in het sample. Evenmin werd er een vervanger voor gezocht aangezien de data op dat moment rijk genoeg was. De interviews waren semi-structureerd. Ze werden afgelegd op basis van een topiclijst die gestructureerd was naar het voorbeeld van de literatuur (zie bijlage 2). Het eerste deel van het interview behandelde zo het domesticatieperspectief, het tweede deel het perspectief van digitalisering. De interviews werden afgelegd bij de respondenten thuis, dit in de hoop dat in het bijzijn van hun collecties het gesprek gestimuleerd zou worden. Er werd onder andere gebruik gemaakt van projectieve technieken zoals *music elicitation*. Zo werd er gevraagd naar platen waar speciale herinneringen aan vasthingen. Respondenten konden deze dan niet enkel laten zien maar ook laten horen. De interviews duurden gemiddeld 50 minuten, met enkele uitlopers van bijna twee uur. Nadien werden alle interviews letterlijk getranscribeerd.

3. Data-analyse

Via het programma Nvivo van *QSR International* kunnen er kwalitatieve analyses uitgevoerd worden op tekstuele informatie. In dit programma kunnen er stukken tekst aangeduid worden met een bepaalde code, meer bepaald een *node*. Nvivo leent zich er dan ook uitstekend toe om kwalitatieve diepte-interviews te analyseren.

De nodes die werden aangebracht op de uitgeschreven interviews werden in eerste instantie gebaseerd op de literatuur. Uit de literatuur werden namelijk verschillende beweegredenen om te verzamelen opgesteld. Deze motieven behoorden enerzijds tot het domesticatieperspectief, anderzijds tot het digitaliseringperspectief. Onder het domesticatieperspectief konden twee grote onderdelen onderscheiden worden, namelijk de technologie als object of de

technologie als betekenisvolle tekst. Onder object werden de motieven *geluid, het menselijke, design, plaats* en *esthetische waarde* geplaatst. Onder tekst; *nostalgie, inhoud* en *het sociale*. Vanuit het perspectief van digitalisering werd in de literatuur enerzijds gefocust op het fenomeen van *demediatization* en anderzijds op de eerder positieve gevolgen van het internet. Deze structuur werd tijdens het coderen deels gevolgd.

In een eerste verkennende fase werden 40 nodes doorheen alle interviews aangebracht. Dit wil zeggen dat er over 40 verschillende thema's werd gesproken. In de volgende fase, een meer bepaalde specificatiefase, werden deze thema's aan mekaar gelinkt en ondergebracht onder verschillende 'hoofdcodes'. De meeste van deze hoofdcodes kwamen overeen met de drijfveren uit de literatuur. Daarnaast zijn er uit de interviews ook nog enkele nieuwe hoofdcodes met verscheidene onderverdelingen naar boven gekomen.

Alle thema's werden uiteindelijk gerangschikt naargelang het domesticatieproces. Dit proces bestaat uit drie grote fases, namelijk *objectification, incorporation* en *conversion*. Daartussen wordt er ook de focus gelegd op de *dual articulation* van de technologie, bestaande uit de betekenis als *object* en de betekenis als *tekst*. 'Objectification' vat de thema's *kennismaking* en *plaats* samen, 'incorporation' de thema's *moral economy of the household* en de symbolische plaats en 'conversion' beschrijft de thema's *sociale karakter* en *sociale media*. Het onderdeel 'eigenschappen van vinyl als object' bekleedt de thema's *design, geluid, fysieke karakter* en *digitale opslag*. En het onderdeel 'eigenschappen van vinyl als tekst' vat de thema's *nostalgie, zoektocht* en het *verslavende karakter* van vinyl samen.

Resultaten

1. Objectification: Kennismaking en plaats

Objectification is het moment waarop een technologie vanuit een publieke sfeer in een private sfeer wordt geplaatst (Silverstone, 1998). In deze context was dit dus voor de verzamelaars het moment waarop ze een platenspeler hebben aangeschaft en ze hem ergens binnen hun thuisomgeving hebben geplaatst. Voor veel respondenten gaat deze gebeurtenis verder dan enkel het aanschaffen van hun platenspeler en wordt er ook nostalgisch teruggedacht aan hun eerste kennismaking met muziek.

Enerzijds zijn er veel verzamelaars die in contact komen met vinyl omdat ze het thuis te zien hebben gekregen. Dit wil niet meteen zeggen dat ook hun ouders vinyl verzamelden, maar in de hoogdagen van de vinyl was het wel normaal dat veel gezinnen thuis een platenspeler hadden. Als men in die tijd muziek wou luisteren waren er immers niet veel andere mogelijkheden. Oudere verzamelaars, die zijn opgegroeid in de jaren '70, '80, hebben het vinyl luisteren dus vaak van thuis uit meegekregen. In deze tijd was er geen sprake van eens snel een nummer op te zoeken op het internet. Wou men muziek luisteren, moest men al een cassette of een lp kunnen bemachtigen.

Ik denk dat ik men eerste plaat gekocht heb toen ik 14 jaar was. Eerst een singletje en dan een lp... Hoe zijt ge ermee begonnen? Ik herinner me dat ik altijd interesse had in platen. Thuis hadden ze vroeger de gewoonte om vrijdags inkopen te gaan doen, en als kind gingen wij dan altijd mee. Dan gingen wij strips lezen in de supermarkt, dan ging ik daar altijd rondhangen en naar de platen zien. [...] Ja bij ons thuis hadden ze ook wel wat platen en het was de gewoonte dat met een feest als cadeau zo een lp werd gegeven.

Respondent 13, man, 51

Vaak begint het verzamelen ook met platen die de verzamelaars hebben meegekregen of geërfd hebben van hun ouders of andere familieleden. Dikwijls zijn deze selecte platen het begin van hun eigen collectie.

Toen ik een jaar of negen was, heb ik vrienden leren kennen en een beetje daarachter sterft Freddy (Mercury), in '91 ofzoiets... en ik had toen al zo wat cassetjes overgepakt, links en rechts. En toen zei mijn nonkel 'ja kijk, hier zijn mijn Queen lp's, ik hoef ze niet meer, moet je ze ni hebben?' en ik vond dat fantastisch. Dus ik heb die allemaal geaccepteerd. Ik vond da zodanig geweldig dat ik zei 'ik moet alles hebben ervan, van Queen op vinyl'.

Respondent 9, man, 35 jaar

Een van de belangrijkste aspecten waar in de *domestication theory* veel nadruk op wordt gelegd is de *plaats* die een technologie inneemt binnen een huishouden (Silverstone & Haddon, 1998). Bij de consumptie van vinyl is het niet enkel de platenspeler en de bijhorende apparatuur die een plaats moeten krijgen, maar ook de platencollectie op zich. Op welke manier deze binnen een huishouden een plaats krijgen, hangt van verschillende factoren af.

Allereerst, en vrij voor de hand liggend, hangt de plaats van heel het vinylgebeuren af van de *grootte* van de collectie. De collecties van respondenten varieerden van een grootte tussen de 30 en de 7000 platen. Vaak wordt de collectie eerst neergezet in een bepaalde kamer, maar naarmate ze uitbreidt, moet er een nieuwe plaats voorzien worden. Deze nieuwe plaats zou voor vele respondenten een aparte kamer zijn die volledig aan vinyl zou worden gewijd. Voor sommige respondenten is dit echter 'een droom' waar nog even op moet gewacht worden en waardoor de platen in tussentijd elders gestockeerd staan. Naast de grootte van de collectie moet er ook rekening gehouden worden met huisgenoten zoals de partner, de kinderen of de ouders. De platenspeler krijgt dus niet enkel een fysieke plaats, er moet ook rekening gehouden worden met de symboliek binnen de omgeving.

2. Incorporation: Symbolische plaats

Het *incorporation* element in het domesticatieproces duidt vooral op de symbolische plaats die een technologie krijgt en hoe deze wordt geïncorporeerd in de huishoudelijke routine. In deze fase moet er dus rekening gehouden worden met de dynamieken van de omgeving en de mensen waarmee men samenwoont. Een gegeven dat door Silverstone en Hirsch (1992) omschreven wordt als *'the moral economy of the household'*. Hierbij is het verschil in leeftijd tussen de verzamelaars natuurlijk belangrijk. Voor sommige jonge verzamelaars die nog in het ouderlijk huis wonen bijvoorbeeld, is het niet vanzelfsprekend dat er een aparte ruimte wordt ingericht voor de collectie. Vaak wordt de collectie dan ook neergezet op de eigen slaapkamer. Vele van deze jongere verzamelaars geven dan ook aan dat wanneer ze later alleen wonen, ze een specifieke plaats aan hun collectie willen geven, hetzij in een aparte kamer, hetzij centraal in bijvoorbeeld de woonkamer. Ook wanneer men niet meer in het ouderlijk huis woont, moeten verzamelaars natuurlijk rekening houden met andere mensen. Verzamelaars die een partner en/of kinderen hebben, nemen diens ideeën over de collectie dan ook in acht. De collectie neemt ten eerste een plaats in binnen het interieur, iets waar meestal samen over beslist moet worden. Daarnaast wordt er ook gedacht aan hoe de huisgenoten over de muziek zelf denken. Heel af en toe wordt de technologie gedeeld door de verzamelaar en zijn/haar partner, maar meestal willen de respondenten hun partner of kinderen niet storen met hun muziek. Zoals later nog zal besproken worden bij het sociale aspect van vinyl, blijkt de consumptie ervan in de meeste gevallen namelijk een individuele aangelegenheid te zijn. Dit is dan ook vaak een reden waarom verzamelaars een aparte kamer willen om naar hun vinyl te luisteren.

Euhm vroeger had ik een aparte kamer voor muziek. Maar opeens was de vriendin een tweede keer zwanger... Dus momenteel uit noodzaak staat ze gestockeerd in een klein kamertje en die staat dus ja helemaal vol. [...] Ja ik heb het voordeel dat men vriendin altijd vroeg gaat slapen dus. Die zit om 9u meestal in haar bed en dan kan ik nog muziek luisteren. Weliswaar op een laag volume.

Respondent 10, man, 38 jaar

2.1 Digitale omgeving

Veel verzamelaars willen zich tijdens het muziek luisteren dus afzonderen om zich volledig te kunnen concentreren en dat weerspiegelt zich in de plaats die de platenspeler krijgt. Maar hoe zit het met al die digitale media rondom hen? Eigenaardig genoeg vinden de meeste verzamelaars het niet storend om digitale media rondom zich te hebben tijdens het luisteren naar vinyl. Slechts enkelen onder hen opteren voor een ruimte waarin geen digitale media thuishoren, maar de meeste verzamelaars kunnen het luisteren combineren met dit soort media. De gsm staat meestal op stil maar wordt niet noodzakelijk weggelegd. Dit geldt ook voor een laptop. Deze wordt vaak zelfs gebruikt terwijl men naar muziek luistert.

Omtrent de plaats van de platencollecties werd meestal gezegd dat deze in een aparte ruimte worden geplaatst. In geen enkel geval was het dus zo dat de platenspeler een ander technologisch of digitaal artefact had vervangen. Bij elke respondent was het nog steeds bijvoorbeeld de televisie die centraal stond in de huiskamer. Waar wel over gediscussieerd werd, was de inhoud van dit soort media. Al heeft de platenspeler nog niet direct de fysieke plaats ingenomen van bijvoorbeeld de televisie of radio, op sommige momenten kan het wel de inhoud ervan vervangen.

Eens een plaat op zetten of ja ik probeer ook vaak om in de plaats van 's avonds weer eens de zoveelste serie te gaan kijken om gewoon een goede plaat op te zetten en een boek te lezen ja. Soort van ja... meer cultuur binnenkrijgen dan al die reclame.

Respondent 8, man, 35 jaar

Ge moet me natuurlijk niet mis verstaan, de media zelf interesseert me niet, hetgeen wat er allemaal gebeurt interesseert me wel. Maar euhm, ik ben sowieso heel benauwd door alle media die we gevoederd krijgen.

Respondent 9, man, 35 jaar

Dit neemt niet weg dat de ruimte waar de platenspeler wordt geplaatst geen symbolische betekenis kan hebben of zoals Sherry Turkle (2012) het noemt een ‘heilige ruimte’ kan zijn. Deze ruimte zou een plaats moeten zijn waar gesprekken tot stand kunnen komen. In het geval van de consumptie van vinyl gaat het hier niet zozeer over gesprekken, maar wel over relaties of banden die tot stand komen of versterkt worden dankzij het delen van een passie voor muziek.

3. Eigenschappen van vinyl als object

3.1 Design

Het design van een technologisch object biedt verschillende *affordances* voor de gebruiker en is dus een belangrijk aspect in de relatie tussen de gebruiker en het medium (Silverstone & Haddon, 1998). Dit aspect zou dan ook een rol kunnen spelen in de heropleving van vinyl, want dezer dagen zijn er vele nieuwe technologische features die de platenspeler te bieden heeft. Elk technologisch object gaat immers mee met de tijd en zeker in het huidige digitale tijdperk zijn er heel wat mogelijkheden bijgekomen t.o.v. het moment dat de platenspeler net op de markt kwam. Vandaag kan men bijvoorbeeld via een platenspeler heel makkelijk een album overzetten naar een mp3-bestand zodat het digitaal kan opgeslagen worden of zodat het vervolgens eventueel kan gebrand worden op een cd. De meningen over deze nieuwe features zijn echter vrij verdeeld en hangen sterk af van de achtergrond van de verzamelaars en van het genre waarin ze geïnteresseerd zijn. Zo is het opvallend dat enkel dj’s de digitale mogelijkheden wel erg appreciëren. Wel hadden zij het dan eerder

over het omzetten van digitaal naar analoog, en niet van analoog naar digitaal. Zo bestaan er systemen waarbij men mp3-bestanden kan converteren naar analoge bestanden die men dan kan afspelen via vinyl. Dit soort systemen worden vaak gebruikt door dj's maar zijn erg duur.

Andere verzamelaars vinden daarentegen dat digitale mogelijkheden bij een platenspeler niet per se een meerwaarde zijn. De reden hiervoor heeft veel te maken met heel het ritueel dat komt kijken bij het vinyl luisteren. Deze charme gaat al snel verloren als de muziek digitaal wordt geluisterd.

Ik heb onlangs een lp overgezet op de computer, voor mijn moeder dan, en ge hebt inderdaad zo die krak die daarin zit, dat klinkt schoon maar dat heeft totaal niet hetzelfde effect op die cd. Die mix is ook niet gemaakt voor ne cd enzo... en dan hebt ge bijvoorbeeld dat hoog of laag, dat dat heel extreem is, allé laag meestal niet zo maar hoog zeker, dat dat overstuurt en dat ge een gebrek hebt... Ge kunt dat ook zelf niet afstellen, dat moet rechtstreeks van die lp... wordt dat opgenomen. Ja, dat heeft mogelijkheden, maar als ik zou zeggen 'ik wil het op cd en op lp', dan zou ik het gewoon apart kopen of een lp kopen en dan zien dat daar zo een downloadcode bijzit. [...] Als ge dat nu op cd zou zetten of op een laptop... ge hebt ni heel het ritueel dat daaraan vooraf gaat he. Van die lp pakken, dat allemaal gereed zetten. En ook, ik denk dat ge u op een bepaalde manier dan wel gaat storen omdat dat niet echt authentiek is. Dat dat een kopie is.

Respondent 5, man, 25 jaar

3.2 Geluid

Één gegeven typeert alle verzamelaars; het *geluid* van vinyl wordt verkozen boven dat van digitale luistermogelijkheden. De reden hiervoor, wordt vaak met veel gevoelswaarde uitgelegd en bevestigd ook hoe Yochim en Biddinger (2008) het in hun artikel omschrijven. Het zou warmer klinken, zachter, dieper, ruimer, zwoeler, etc. Wel wordt er bevestigd dat het geluid van vinyl kwalitatief gezien niet per se beter is dan sommige digitale luistermogelijkheden. Afhankelijk

van de kwaliteit van het geluidsbestand (mp3, wav, Flac,...), kunnen digitale luistermogelijkheden er immers vaak voor zorgen dat de muziek zuiverder klinkt. Zuiverheid of kwalitatief sterk geluid is echter niet hetgeen waar vinylverzamelaars naar op zoek zijn. Wat voor deze mensen wel van belang is, is de charme die het vinylgeluid met zich meebrengt. Zo vertelt vrijwel elke vinylverzamelaar over dat ene ‘kraakje’ als de plaat begint te spelen of over de ruis van de naald die over de plaat gaat.

Ja... wat ge natuurlijk wel hebt, als ge digitaal gaat luisteren... Tis allemaal veel ‘afgelekker’ he. Hoe zal ik het zeggen... een lp klinkt precies veel ruimer. Ge hebt zo, ja ik zeg het, ge hebt zo die krak dat erin zit, die ruis van die naald die zo mee gaat. Ik vind dat heel tof, dat is rustgevend. Nu moogt ge heel zware muziek aan het luisteren zijn... dat geeft iets rustgevend. Digitaal is zo... te ‘afgelekt’. Ik vind ook dat ge veel makkelijker dingen uit een lp kunt halen, bijvoorbeeld een achterliggende laag van een gitaar of keyboard ofzo. Terwijl ja met een cd... dat (vinyl) heeft meer ruimte precies dan digitaal.

Respondent 6, man, 25 jaar

Net zoals Greenwald (2014), halen ook de respondenten aan dat er op een plaat meer ruimte is voor het geluid, wat je op een cd niet hebt. Op een cd zou alles bij mekaar geperst worden, wat de kwaliteit teniet doet (Zwiekhorst, 2010). Wat hierbij ook belangrijk is, zijn de *formatintenties* (Yochim & Biddinger, 2008). Voor sommige albums was vinyl namelijk het originele format waarop het album werd opgenomen. Zoals eerder gezegd komt de muziek dus rechtstreeks op de plaat terecht, zonder digitale tussenkomst. De formatintentie is voor vele respondenten een reden waarom zij specifiek zijn aangetrokken tot tweedehandsplaten, originele uitgaves of muziek uit de jaren ‘70/’80.

Het format is gewoon het idee van hoe een plaat is gemaakt en ook de volgorde van de nummers daar is waarschijnlijk over nagedacht. En dat is eigenlijk hoe die hoort te klinken. Daarom vind ik het leuker dan een cd. [...] Op Spotify bijvoorbeeld kan het allemaal door elkaar en de nummers die je wil horen maar op een lp ja... komen de nummers gewoon en klinkt die hoe die moet klinken.

Respondent 9, man, 35 jaar

Een belangrijk onderscheid dat hier moet gemaakt worden is de periode waarin een plaat werd uitgebracht. Opvallend is dat oudere respondenten hier veel aandacht aan schenken. Sommigen van hen hebben immers nog het hoogtepunt van vinyl meegemaakt, een periode waarin er nog maar weinig cd's werden uitgebracht en waarin vinyl vrijwel de enige drager was waarop muziek uitkwam.

't Is (het verzamelen) bijna efkes gestopt. Midden in de jaren '90 had ik zoiets van 'ja, goed, ik verzamel alle oude muziek uit de jaren '70 en '80 die origineel opgenomen is en gemaakt is om te persen op vinyl, maar de nieuwe dingen zijn toch niet meer *gemastered* voor vinyl dus dat koop ik ook op cd. En ondertussen in 2005 of whatever, is dat weer veranderd dat ze terug alles oppakken voor echt vinyl en ja nu verzamel ik terug weer alles op vinyl.

Respondent 10, man, 35 jaar

Zij halen hier ook het feit aan dat de laatste jaren muziek terug wordt opgenomen om specifiek te persen op vinyl. Tegenstrijdig hiermee vertellen veel jongere respondenten dat ze niet veel verschil meer horen bij de nieuwere uitgaves. Het is namelijk zo dat veel bands hun album in één keer digitaal opnemen, zowel voor cd als voor vinyl. Dit zorgt ervoor dat er inderdaad nog weinig verschil te horen is tussen hetzelfde album dat op een cd wordt uitgebracht of op een lp. De heropleving die vinyl doormaakt kan zowel een oorzaak als gevolg zijn van dit gegeven. De 'hype' kan er bijvoorbeeld voor zorgen dat (vooral recente) bands die voordien hun muziek niet uitbrachten op vinyl dat nu wel zullen doen, hetzij met dezelfde *mastering* als voor hun cd. Andere bands zullen er daarnaast voor zorgen dat ze wel een specifieke *mastering* hebben voor hun plaat.

3.3 Fysieke karakter

Over het verschil tussen enerzijds het opleggen van een plaat en anderzijds het insteken van een cd of het online luisteren naar of het streamen van een nummer, kan niet getwist worden. Maar wat maakt de handeling van een lp op te leggen nu zo speciaal?

Allereerst creëert het luisteren naar vinyl een *interactie*, iets wat respondenten beweren niet te hebben bij het insteken van een cd of het luisteren naar een nummer via digitale mogelijkheden. De interactie is zowel fysiek als emotioneel. Emotioneel gezien creëert het luisteren naar vinyl het gevoel aanwezig te zijn bij de muziek, geabsorbeerd te worden, volledig opgenomen te worden in de muziek. Daarnaast is het fysieke ook een aspect dat verzamelaars erg aantrekt.

Ge zet een cd op en ge duwt die in uw cd-speler of ge luistert via uw mp3-speler of via uw computer en dat is gewoon heel simpel. Maar als ge effectief uw plaat uit uw hoes haalt en ge kijkt naar uw hoes, dan bent ge ook echt zeker van 'die plaat wil ik opzetten'. 't Is niet dat ge via Youtube maar iets opzet. Ge wilt het echt horen, ge moet er moeite voor doen, ge moet uw versterker opzetten, ge moet uw naald erop leggen en dan is uw aandacht al wat meer gevestigd op de plaat. Dus dan gaat ge sowieso veel aandachtiger luisteren.

Respondent 4, man, 25 jaar

Het ritueel van de plaat op te leggen, van ze uit de hoes te halen, de naald te laten zakken, de plaat om te draaien en ze er terug af te halen, maakt het luisteren naar vinyl des te aantrekkelijker voor nagenoeg alle respondenten. Het uitkiezen van een plaat gebeurt volgens hen dus veel bewuster dan het kiezen van een nummer ergens op Spotify of Youtube. Het luisteren naar vinyl vergt dus moeite en bewustzijn.

Ten tweede is een gegeven dat hier nauw bij aansluit de *tastbaarheid* (Gibson, 2015). Veel, voornamelijk jongere verzamelaars, hechten er belang aan om een plaat te kunnen vasthouden of ze uit de hoes te kunnen halen. Dit kan te wijten zijn aan het feit dat jongere verzamelaars zijn opgegroeid in een tijd waarin downloaden en later streamen heel vanzelfsprekend werd. Hier en daar

een los nummer downloaden of beluisteren zonder dat men weet van welk album het kwam, was dus geen uitzondering. Dit blijkt het verlangen naar iets tastbaars des te meer te stimuleren. Wat Simon Cole zegt over de nieuwe generatie die nu pas het fysieke aspect van muziek ontdekt, blijkt dus effectief te kloppen (Simon Cole zoals geciteerd in Gibson, 2015). Dit neemt natuurlijk niet weg dat ook voor de oudere verzamelaars tastbaarheid een belangrijk motief is.

Ik denk, zeker zo in tijden van digitalisering, ziet ge dat steeds meer mensen gaan teruggrijpen naar oude en meer tastbare dingen omdat ja digitalisering... da's toch altijd een beetje het vluchtige en ik denk dat dat eigenlijk een soort tegenreactie is om zo meer terug wat authentieke dingen te gaan verzamelen.

Respondent 2, vrouw, 22 jaar

Daarbij komt ook de *fragiliteit* van een lp kijken. De kwetsbaarheid van een plaat zorgt ervoor dat er zeer voorzichtig mee moet omgesprongen worden (Yochim & Biddinger, 2008). Platen zijn namelijk zeer gevoelig voor krasjes maar ook voor bijvoorbeeld hitte. Enerzijds is dit een nadeel, maar anderzijds zorgt het ervoor dat de plaat eens te meer een speciale waarde krijgt. Cd's daarentegen zijn voor de meeste verzamelaars een andere materie, deze worden niet per se als kwetsbaar of fragiel beschouwd.

Gewoon dat ge dat in handen hebt. Dat dat iets is... gelijk tegenwoordig als ge mp3's download, da's niet meer... ge ziet dat niet staan, ge kunt dat is niet vastpakken, niet eruit halen. En dan voor te draaien vind ik het veel fijner als een cd-spelerke ofzo.

Respondent 7, man, 30 jaar

Ten derde speelt bij heel het ritueel ook het *visuele* een zeer grote rol. Dit heeft betrekking op zowel de plaat op zich en het zien rondraaien ervan, als op de hoes waar ze inzit en de attributen die erbij komen. Het visuele maakt het muziek luisteren des te intenser en boeiender. Het grotere formaat zorgt ervoor dat er meer details kruipen in de albumcover en dit is voor veel verzamelaars een meerwaarde.

Daarnaast zit er ook vaak een *insert* bij met lyrics of een poster die bekeken kan worden tijdens het luisteren. Het esthetische aspect van platen is voor vele verzamelaars dus een echte meerwaarde. In vergelijking met cd's wordt er vaak meer aandacht besteed aan de layout omdat er simpelweg meer ruimte voor is.

Wat daarnaast een eeuwige discussie blijkt te zijn onder verzamelaars is de kleurenvynlkwestie. De meeste respondenten kunnen kleurenvynyl appreciëren en vinden dit zelfs een meerwaarde. Het zou bijdragen aan het visuele aspect om eens een andere kleur dan het traditionele zwart te zien ronddraaien. Een paar enkelingen waren echter van het principe '*only black vinyl is real*'. Hier kan een onderscheid gemaakt worden tussen de 'authentieke verzamelaar' en de 'moderne verzamelaar'. Dit duidt niet op een verschil tussen jong en oud, maar eerder op de voorkeur voor authenticiteit.

Op een cd'ke hebt ge ook een cover, maar da 's veel kleiner, dan komt de tekening niet zo over en de tekening is heel belangrijk. De kleuren die op een album worden gebruikt of de tekening die er op de cover staat, dat brengt toch een soort sfeer mee, en dat gaat ook... als ge dan naar die muziek luistert, dan krijgt ge de sfeer van die hoers. Dan begint ge dat soort van in de muziek te horen, of dan gaat ge dat zelf projecteren. [...] En vooral als het kleurenvynyl is. Ik vind witte vinyl, groene vinyl, doorzichtige vinyl... als ge die dan op uw platenspeler legt en die begint rond te draaien... of als er dan op de vinyl een tekening geperst is, en dat begint rond te draaien... dat is fantastisch, ongelofelijk, ongezien!

Respondent 4, man, 25 jaar

3.4 Digitale opslag: Combinaties

Het fysieke aspect, met onder andere tastbaarheid en fragiliteit, van vinyl is dus een belangrijk motief voor verzamelaars. Dit duidt echter niet op een volledige afwijzing van andere mogelijkheden om muziek te consumeren. Zowel verzamelaars van het eerste uur als meer recente verzamelaars combineren hun vinylcollectie dikwijls met andere digitale mogelijkheden.

Een vinylcollectie gaat meestal ook gepaard met een *cd-collectie*. De redenen om cd's wel of niet te blijven kopen zijn zeer uiteenlopend. Verzamelaars die zijn opgegroeid in de tijd van vinyl hebben naast een uitgebreide vinylcollectie meestal ook een vrij uitgebreide cd-collectie. Tijdens de neergang van vinyl in de jaren '80 en '90 was het namelijk vanzelfsprekend dat bijna iedereen op cd's overschakelde. Veel verzamelaars zijn hier dan ook in meegegaan en kopen nog steeds (even fanatiek) cd's aan.

Dan is ook de cd opgekomen dus dan ben ik ook wel stillekes aan overgeschakeld omdat ik dacht dat dat moest, dat dat niet anders ging gaan. Ja de cd's, dat was natuurlijk nieuw, de kwaliteit was goed, maar het was ook niet hetzelfde als de lp natuurlijk. Maar ik ben wel altijd lp's blijven kopen. [...] Ik koop altijd wel cd's eigenlijk. Er zitten wat piekmomenten in zal ik eerder zeggen.

Respondent 13, man, 51 jaar

Onder de jongere, meer recente verzamelaars kan moeilijk één duidelijke lijn worden getrokken over waarom zij juist wel of net geen cd's kopen. Sommigen onder hen zeggen letterlijk dat ze alles wat ze op vinyl hebben ook liefst op cd zouden willen hebben. Dit is dan meestal om praktische redenen, zoals bijvoorbeeld het kunnen meenemen van een cd in de auto. Anderen in deze groep zijn niet zozeer geïnteresseerd in cd's. Redenen hiervoor zijn verschillend. Zo is het motief om vinyl te verzamelen bij enkele respondenten simpelweg hun voorliefde voor analoge technologieën. Anderen zijn daarentegen ooit wel begonnen met het kopen van cd's, maar naarmate hun vinylcollectie uitbreidde er weer mee gestopt.

Naast een cd-collectie wordt de vinylcollectie ook vaak gecombineerd met digitale opslagmogelijkheden. Muziek wordt digitaal opgeslagen door nummers online aan te kopen of te downloaden. De meningen over *downloaden* wijken opmerkelijk sterk van mekaar af. In eerste instantie zou er hier gedacht worden aan een digitale barrière tussen oudere en jongere verzamelaars aangezien de jongere verzamelaars tot de *digital natives* van ons tijdperk horen

(Prensky, 2001). Niets is echter minder waar. Het zijn voornamelijk de verzamelaars van het eerste uur, die niet zijn opgegroeid met digitale media, die hun collectie aanvullen met downloads. Ook jongeren downloaden veel, maar voelen zich hier toch soms dubbel bij. Diensten die worden aangehaald zijn bijvoorbeeld *Soulseek*, *BitTorrent* of *PirateBay*.

Da's misschien ook gewoon zo van thuis uit meegekomen want euhm ik heb... van jongs af aan heb ik nooit zo mogen downloaden want mijn mama en papa werken in de muziekwereld dus ik heb nooit illegaal mogen downloaden.

Respondent 3, man, 23 jaar

Veel respondenten kopen dus ook online nummers aan via bijvoorbeeld *iTunes* of *Beatport*. Digitale opslag is voor bijna alle verzamelaars belangrijk omdat ze ook 'muziek on the go' nodig hebben. Hiervoor gebruiken ze dan vaak hun gsm, een iPod of een mp3-speler.

Naast cd's en digitale opslag werd aan de verzamelaars ook gevraagd of *streamingdiensten* zoals Spotify of Deezer werden gebruikt. Het antwoord hierop was zelden positief. Af en toe vermeldt een verzamelaar wel een streamingdienst te gebruiken. Dit is dan vooral om onderweg bijvoorbeeld op de gsm muziek te kunnen luisteren of om nieuwe dingen te ontdekken. Redenen om dit soort diensten niet te gebruiken zijn dat ze ten eerste betalend zijn als je premium wil luisteren. Spotify kan bijvoorbeeld gratis gebruikt worden met inbegrip van reclame tussen de nummers door. Een tweede reden is eenvoudig; waarom zou je muziek streamen als je het kan downloaden en hebben? Misschien is 'het willen hebben' wel een typische eigenschap van verzamelaars. Zo stelde Will Straw (1997) reeds enkele tientallen jaren geleden verschillende eigenschappen (waaronder expertise, populariteit en avontuurlijkheid) van de platenverzamelaar vast die allen leidden naar het obsessieve karakter. Dit brengt ons terug bij het tastbare aspect van vinyl. Muziek die digitaal is opgeslagen mag dan wel niet fysiek tastbaar zijn, maar je

hébt het wel. Eens een streamingdienst beslist te stoppen, zijn jouw albums, nummers, afspeellijsten enzovoort ook weg.

4. Eigenschappen van vinyl als tekst

4.1 Nostalgie

Het aspect van nostalgie blijkt zeer belangrijk in heel het vinylgebeuren. Elke verzamelaar vermeldt, hetzij bewust hetzij onbewust, een link met vinyl verzamelen en nostalgische gevoelens. Wat Denora (1999) en Yochim en Biddinger (2008) reeds benadrukten in hun studies blijkt dus te kloppen. Muziek luisteren creëert een bepaalde link met personen, plaatsen, gebeurtenissen, enz. uit het verleden. Met andere woorden; vinyl luisteren zorgt ervoor dat men herinneringen kan ophalen. Hoe groot de collecties van de verzamelaars ook mogen zijn of hoe lang de verzamelaars al bezig zijn met vinyl; allemaal kunnen ze bij hun platen een verhaal vertellen en weten ze te zeggen van waar ze komen.

Deze drie dat zijn toch wel zo de platen van het verleden, dat ik zo ook een beetje zeg van ‘als ik daar naar luister, dan zit ik terug thuis, dan zit ik in de living met een borstel te spelen’. Of dat was dan in de kamer van mijn oudste broer, dat ik daar met een koptelefoon op bed ging liggen om te luisteren. [...] En da’s dus die cd waar ik het daarstraks over had, die live cd van Deep Purple. Ja... das gewoon voor mij de opening geweest naar muziek. Dat is een schoon herinnering aan mijn vader, een schoon herinnering aan hoe ik met muziek ben begonnen. Iets dat ge dan ook later zelf kunt laten horen van ‘hey, dat is waar ik naar luisterde toen ik 12 jaar was’.

Respondent 5, man, 25 jaar

Wat bij dit aspect ook vaak aan bod komt is het *geluid*. Zoals al eerder werd vermeld, brengen oude of tweedehandsplaten de verzamelaars terug naar het moment waarop het album werd opgenomen. Een kraakje hier en daar maakt de herinnering aan het verleden dus des te levendiger.

Naast herinneringen en het belang van geluid komt hier voor sommige respondenten ook bij kijken dat ze een specifieke voorliefde hebben voor *analoge technologieën*. Hierbij hebben ze het dan over cassettes, analoge camera's of, niet zo zeer een technologie maar vandaag wel terug te vinden in gedigitaliseerde vormen; boeken.

De herinneringen zorgen er ten slotte ook voor dat elke verzamelaar zeer gehecht is aan zijn collectie en dat er een grote *emotionele waarde* aan vasthangt. Er heerst dan ook consensus over het gegeven dat platen een veel grotere emotionele waarde bezitten dan cd's. Cd's worden in enkele gevallen zelfs omschreven als wegwerpproducten. Geen enkele respondent zou er ooit aan denken om zijn vinylcollectie weg te doen. Verzamelaars die ooit 'de fout' hebben gemaakt om bepaalde platen uit hun collecties weg te doen, hebben hier achteraf veel spijt van gehad. Platen worden enkel weggedaan wanneer er per ongeluk een dubbele (of driedubbele) wordt aangeschaft. Als de collectie dan toch ooit zou worden weggedaan, zou deze nooit verkocht worden maar wel doorgegeven worden aan familieleden of vrienden.

Mijn vinylcollectie ga ik nooit of nooit weg doen, zodat als ik weg ben die naar mijn dochter overgaat. Wat zij er dan mee doet, dat is haar keuze. Verkoopt ze het, doet ze het weg... 't is haar keuze. Maar mijn vinylcollectie zelf, tenzij ik eventueel in zware financiële problemen zou komen zou ik het misschien over mijn hart kunnen krijgen om er een deel van weg te doen.

Respondent 11, man, 38 jaar

Reeds bij het element 'geluid' werd benadrukt dat veel verzamelaars specifiek op zoek gaan naar originele versies. Het willen hebben van net die éne plaat is voor de verzamelaar dus erg belangrijk. Het ritueel van het op zoek gaan naar deze ene specifieke plaat maakt dan ook deel uit van heel de vinyl belevenis.

4.2 Zoektocht

De zoektocht is een motief dat nog niet eerder terugkwam in de literatuur, maar wel zeer belangrijk bleek uit de interviews. Deze zoektocht kan gezien worden als een onderdeel van het ritueel van het vinyl luisteren en heeft deels ook te maken met het tastbare.

Veel verzamelaars gaan nog steeds op zoek naar vinyl in speciaalzaken, hoewel velen vermelden dat deze uit het straatbeeld aan het verdwijnen zijn. Opvallend, en deels te wijten aan de hype van vinyl, is dat vinyl vandaag ook wordt verkocht in grote ketens zoals Mediamarkt en Fnac. De meningen over de verkoop van vinyl in dit soort winkels zijn verdeeld. Aan de ene kant vinden verzamelaars het positief dat vinyl hierdoor terug meer aandacht krijgt. Aan de andere kant wordt er geklaagd over de *prijzen* die, niet alleen in dit soort ketens maar in het algemeen, gevraagd worden voor nieuwe platen. Daarbij vinden verzamelaars nieuwe platen niet alleen te duur, ze vinden het ook ‘een probleem’ dat iedereen tegenwoordig weet wat platen waard zijn. Rommelmarkten, kringloopwinkels, tweedehandsbeurzen enzovoort waren vroeger plaatsen waar men echte schatten kon vinden. Tegenwoordig gebeurt het steeds minder dat je een plaat op de kop kan tikken omdat mensen, vooral dankzij het internet, weten wat ze tegenwoordig voor een plaat kunnen vragen. Opvallend is dat ook recentere verzamelaars dit gegeven beseffen, en dus niet enkel verzamelaars van het eerste uur die ook een periode hebben meegemaakt waarin vinyl spotgoedkoop was.

En zeker omdat je in de kringloopwinkel een paar jaar geleden... wisten die die platen nog niet echt naar waarde te schatten, maar dat is tegenwoordig wel meer en dat is wel jammer want ... een jaar geleden had ik een plaat van Frank Zappa vast en dan ging ik daarmee naar de kassa en dan vroegen ze daar 38euro voor, dan denk ik ‘ja jongens...’.

Respondent 2, vrouw, 22 jaar

Desalniettemin blijft de zoektocht naar een plaat een belangrijk motief. Hoewel het internet een dankbaar platform is voor het zoeken en aankopen van platen, blijven de meeste verzamelaars het belangrijk vinden om in fysieke winkels op zoek te gaan naar hetgeen ze willen. Dit houdt in dat men gewoon in platenbakken wil snuisteren en de plaat wil vasthouden en eens uit de hoes wil halen alvorens ze te kopen. Hier speelt dus ook het nostalgisch element een grote rol, want vaak gaat men op zoek naar zeldzame of originele platen. Wanneer men deze éne plaat dan vindt tijdens het zoeken, is de beleving des te intenser.

Ik wil gewoon zo'n beetje in die bakken rommelen en kijken of ik iets tofs kan vinden [...] Want de echte charme is toch ook gewoon om te zoeken en te zoeken en dan dingen te vinden en dan denk je plots 'FUCK YES' gewoon op momenten dat je het niet verwacht en dat je denkt 'oh man die plaat zoek ik al zo lang' en dat je helemaal blij bent ja... dat heeft bij mij echt een fysieke reactie dan tril ik helemaal en denk ik 'oh yes'.

Respondent 8, man, 35

Daarnaast worden ook beurzen, concerten en festivals vermeld als plaatsen om op zoek te gaan naar platen. Het aantal platenbeurzen lijkt jaar na jaar te blijven stijgen. Verzamelaars geven wel toe dat het op concerten en festivals een redelijke opgave is om platen te kopen omdat ze zo fragiel zijn en er zorg voor moet gedragen worden.

4.3 Verslavend karakter

Muziek is dus één van de belangrijkste dingen in het leven van de verzamelaar, maar voor sommigen gaat het vinyl verzamelen wel erg ver. Op een gegeven punt kan gesteld worden dat de liefde voor muziek omslaat in een verslaving of verzamelwoede. Dit is een gegeven waar vele verzamelaars zich zelf ook van bewust zijn, maar zich niet tegen willen verzetten. Vooral verzamelaars van het eerste

uur, met zeer grote collecties (lees +2500) durven toegeven dat hun verzameling uit de hand is gelopen en is overgegaan in een verslaving.

Ja 't is een verslaving he. Soms doet het zeer he. Zij (vriendin) weet dat wel, maar er zijn weken waarin ik niks eet he. En vroeger in Gent toen ik nog student was, ik at gewoon niks. En de rest van het geld dat ik had, daar kocht ik lp's van. Zot ze. [...] Alsjeblief niet, als ze zeggen, botweg he, moment dat zij (vriendin) zegt 'het moet hier allemaal weg of stop ermee' dan zeg ik 'go'.

Respondent 9, man, 35 jaar

Recentere en jongere verzamelaars zijn aan deze verslaving nog niet ten prooi gevallen. De meesten van hen gaan zelfs zeer selectief op zoek naar platen waar ze hun collectie mee willen aanvullen. Natuurlijk speelt budget hierin een grote rol. Studenten hebben niet dezelfde financiële mogelijkheden dan mensen met een job. Zij zetten dan ook meestal een limiet op hun budget. Sommige jongeren bepalen voor zichzelf een maximum prijs voor een plaat. Anderen gaan hun budget bijvoorbeeld per maand limiteren. Over het algemeen gaan ze dus zeer gericht en selectief hun collecties uitbreiden. De verzamelaars van het eerste uur daarentegen zetten niet per se een budget op hun aankopen. Wel gaan velen ook een limiet per plaat instellen, met enkele uitzonderingen voor speciale uitgaves. Maar doorgaans gaan ze geen maandelijks budget inplannen. Opvallend is dat het verzamelen heel vaak uit de hand loopt vanaf het moment dat de verzamelaar een vast inkomen krijgt. Dit vaste inkomen verlaagt de drempel om meer en meer vinyl aan te schaffen.

5. Conversion

5.1 Sociale karakter

Conversion omvat de fase waarin een technologie zich van een private context terug in een publieke context gaat begeven (Silverstone, 1998). Dit gebeurt wanneer een gebruiker erover gaat communiceren met de buitenwereld.

Muziek brengt mensen samen. Op beurzen of optredens komen verzamelaars al snel in contact met andere verzamelaars of mensen die platen verkopen. Het zorgt voor gespreksonderwerpen en nieuwe connecties. Tegenstrijdig met dit sociale aspect zegt toch bijna elke respondent dat hij verkiest om individueel naar vinyl te luisteren.

Eenzijds kan dit te maken hebben met *the moral economy of the household* (Silverstone, Hirsch & Morley, 1992), een concept dat al eerder werd aangehaald bij vinyl als object, meer bepaald bij de plaats die een technologie binnen een huishouden krijgt toegewezen. Verzamelaars die samenwonen met hun partner houden er namelijk rekening mee hoe deze over de muziek denken. Vaak wordt de verzameling niet gedeeld en luisteren de respondenten dan ook individueel naar muziek omdat ze hun partner er niet mee willen storen. Verzamelaars die daarenboven ook kinderen hebben, werd gevraagd of ze het belangrijk vinden dat de kinderen betrokken worden bij het verzamelen of het muziek luisteren. Het antwoord hierop is vrij gelijklopend. De respondenten zouden niet sturen in de muzieksmaak van hun kinderen, maar appreciëren het wel wanneer ze merken dat ze geïnteresseerd zijn in hun collectie of in hun muzieksmaak.

Anderzijds zijn er verzamelaars die zelf gewoon ongestoord naar muziek willen luisteren, en het daarom niet appreciëren dat er iemand in de buurt is. DeNora (1999) vermeldde immers al eerder dat muziek een middel is om het humeur te reguleren. Wanneer muziek gebruikt wordt om te ontspannen, willen vele verzamelaars zich volledig kunnen focussen en zonderen ze zich daarom af. Adorno (in Witkin, 1990) had het in deze context ook al over platenverzamelaars

als *'poorly socialized loners'* of anders gezegd; individuen die liever op zichzelf verkeren en moeite hebben met sociale contacten.

Maar een lp dat is een gebeurtenis he, dan moet ik altijd alleen zijn, ik kan geen muziek luisteren met twee, dat is moeilijk. Mijn vriendin is daar ooit bij, maar dat vind ik moeilijk, er gaat veel verloren dan he.

Respondent 14, man, 52 jaar

Daarnaast wordt muziek ook vaak gebruikt als achtergrond. Vele verzamelaars combineren het met hun hobby (bijvoorbeeld tekenen of muziek maken), met studeren of met huishoudelijke taken. Hierbij speelt niet alleen de inhoud van de muziek een rol, maar eveneens het ritueel van het vinyl luisteren. Voor studenten is het bijvoorbeeld een ritueel om tijdens het studeren de plaat te gaan omdraaien of te gaan omwisselen.

Wat alleszins over heel de lijn duidelijk is, is dat muziek een van de belangrijkste dingen is in het leven van de verzamelaars. Het is iets waar ze dagelijks mee bezig zijn, iets wat hun identiteit bepaalt. Bij sommige verzamelaars reguleert muziek niet enkel hun gemoed, maar hun leven.

Ik heb zelf... al zoveel energie en kracht uit muziek van andere muzikanten... al een paar keer in men leven dat ik op de boord stond van overdosis en slaappillen en depressies en heel de cirque en dan heeft het altijd dat (muziek) geweest dat me erdoor getrokken heeft. 't Is een soort van retributie en iets teruggeven aan hetgeen waar ik zoveel van genomen heb.

Respondent 9, man, 35 jaar

5.2 Sociale media

Het *conversion* aspect van domesticatie kan eveneens gelinkt worden aan het digitaliseringsperspectief. Naast relaties die tot stand komen door het praten over of het samen consumeren van vinyl, zijn in een gedigitaliseerde wereld ook de sociale media van erg belang. Deze media zorgen er immers voor dat gebruikers hun gedachten en ideeën de wereld in sturen.

Nik Pollinger (zoals geciteerd in Gibson, 2015) vermeldt dat het kenbaar maken van de eigen muzieksmaak een manier is om de eigen identiteit aan de buitenwereld te laten zien. Dit geldt ook voor sommige verzamelaars. Over het *delen* van foto's of statussen van de eigen collectie op sociale media is echter niet veel consensus. Het is wel merkwaardig dat het vooral de twintigers zijn die zeer bewust lijken om te springen met sociale media. De meesten proberen hun gebruik op deze sites toch te limiteren of in het oog te houden.

Niet iedereen hoeft te weten wat ik heb en door dat op social media te zetten is dat geen meerwaarde voor mij. En al die *likes* die ge krijgt en al die mensen die daar reacties op geven van 'oh ik heb die plaat ook', eigenlijk interesseert me dat ni, ik wil die plaat gewoon hebben, ik wil die plaat gewoon luisteren en mensen hoeven niet te weten dat die in men kast zit.

Respondent 4, man, 25 jaar

Vanuit het oogpunt van Sherry Turkle (2012) wordt er door deze respondenten dus effectief gewerkt aan een meer bewuste relatie met communicatietechnologieën. Doorgaans is het zo dat diegenen die over het algemeen vrij actief zijn op sociale media ook meer over hun eigen collectie zullen posten. Opvallend was wel dat elke verzamelaar liefst de 'speciale' dingen voor zichzelf wou houden en eigenlijk niet wou delen met de wereld.

Verzamelaars geven aan dat sociale media zeer interessant zijn betreffende *contacten*. Het zorgt ervoor dat men kan communiceren met mensen over heel de wereld. Vooral verzamelaars

van het eerste uur appreciëren dit aangezien zij de vergelijking kunnen maken met een tijd waarin communicatie nog niet geheel digitaal verliep. Zij herinneren zich nog een tijd waarin bijvoorbeeld cassettes via de post moesten opgestuurd worden. De jongere verzamelaars daarentegen zijn eigenlijk opgegroeid met digitale media en vinden het heel vanzelfsprekend dat muziek via het internet en sociale media gedeeld wordt.

Zo van ‘hey kan je een plaat meebrengen voor een vriend van me?’, ‘ja tuurlijk hoe heet die?’ dus zeg maar... dan heb ik een platendeal voor men vriend geregeld in Tokio op twee dagen omdat ik dat zag op social media.

Respondent 8, man, 35 jaar

Nog een voordeel van sociale media, is het *up-to-date* blijven. Up-to-date blijven van onder meer verzamelaars die vinyl verkopen, beurzen of andere evenementen die plaatsvinden. Facebookgroepen voor vinylverzamelaars bijvoorbeeld zijn ontelbaar. Sommige respondenten zitten in dit soort groepen maar allen vermelden ze hierbij (soms ironisch genoeg) ‘dat daar de echte gekken tussen zitten’. Facebook wordt zo vaak gebruikt om verscheidene bands en artiesten te volgen. Een ander kanaal dat vaak wordt gebruikt is Youtube.

Niet enkel sociale netwerksites maar vooral het internet in het algemeen is vruchtbaar voor de platenverkoop. Eerder werd al besproken dat verzamelaars het vaak een probleem vinden dat mensen tegenwoordig weten wat platen waard zijn. Dit is grotendeels te danken aan het internet. Langs de andere kant kan dit zagezegde probleem ook een voordeel zijn voor vele verzamelaars. Op sites zoals Discogs.com kunnen volledige discografieën van bands worden nagegaan, welke platen hoeveel waard zijn, wanneer ze zijn uitgebracht, enzovoort.

Als ge een tweedehandsplaat wilt kopen, en ge vertrouwt het bijvoorbeeld niet heel goed of de persoon die u die plaat wilt verkopen die komt nogal ongeloofwaardig over en die zegt tegen u

bijvoorbeeld van ‘dit is eerste pers of dit is *limited edition* of dit is een heruitgave 200 stuks in die kleur’ dan kunt ge heel makkelijk uw gsm pakken, op internet gaan, Discogs of weet ik veel welke website, ge kunt het serienummer of welke informatie ook van de plaat op gaan zoeken op uw smartphone of het internet en dat geeft u alle informatie.

Respondent 4, man, 25 jaar

Maar net zoals reeds werd besproken bij vinyl als object, blijft de zoektocht naar een plaat voor de meeste verzamelaars het belangrijkste en willen de meesten hun platen toch nog kopen in fysieke winkels en zelden via het internet.

Discussie

Het framework voor dit onderzoek was de *domestication theory* (Silverstone & Haddon, 1998). Dit framework werd in verband gebracht met digitalisering om na te gaan hoe het een analoge technologie vergaat in een digitale leefomgeving. Hier bijkomend werd er bij die onderdelen waar mogelijk, een focus gelegd op het verschil tussen verzamelaars van het eerste uur en meer recentere. Het framework bood een houvast om via kwalitatief onderzoek de motieven voor het verzamelen van vinyl te beschrijven. Op deze manier kon de theorie een inzicht bieden in de consumptie van een specifieke technologie in het dagdagelijkse leven. In de bespreking van de resultaten werd dan ook het originele domesticatieproces gevolgd.

Het grootste verschil tussen de *domestication theory* en dit onderzoek is dat bij domesticatie origineel de focus ligt op innovatie. Waar het hierbij om gaat is dat nieuwe technologieën of diensten een vervanging bieden voor oude technologieën of ernaast worden geplaatst (Silverstone & Haddon, 1998). De technologieën waar de theorie ooit zijn focus op legde, waren vroeger innovatief en daarenboven functioneel. Zo kon het gaan over de telefoon, televisie, radio of computer die respectievelijk dienden voor communicatie, ontvangst of het verwerken van informatie. Dit onderzoek had daarentegen niet zozeer een functionele focus. De desbetreffende technologie, namelijk de platenspeler en zijn bijhorende apparatuur, is geen vernieuwing op de reeds bestaande technologieën in het huishouden. Het gebruik ervan is er dus ook niet op gericht om een andere technologie in huis te vervangen. De functie van dit soort technologie is eerder recreatief. Het domesticatieproces verloopt hierdoor op een iet wat andere manier dan bij technologieën origineel beschreven in de theorie. Het verloop van het proces kan wel op een gelijke wijze beschreven worden, maar de betekenissen die eraan worden gekoppeld hebben een andere waarde gekregen.

Commodification is een fase die in de resultaten niet expliciet werd beschreven. Wel kwamen verscheidene elementen hiervan in de

verschillende stadia van het domesticatieproces terug. Dit aspect duidt onder meer op de waarde die wordt toegeschreven aan een technologie door zowel de markt als de gebruiker zelf. De kritiek die de verzamelaars hadden op de gestegen prijs van vinyl is hier een duidelijk voorbeeld van. Aan de andere kant van het consumptieproces werd ook de muziekindustrie kort aangehaald die momenteel brood zou kunnen zien in het opnieuw persen van vinyl.

Objectification gaat in de *domestication theory* in eerste instantie over de plaats die een technologie inneemt in een huishouden. In dit onderzoek werd dit begrip vanuit een ruimer perspectief bekeken omdat het ook draait om het feit dat een technologie zich van een publieke omgeving naar een private gaat begeven. Dit houdt dan ook in hoe de gebruiker er in de eerste plaats mee is in contact gekomen. Wat de consumptie van vinyl betreft, blijkt deze fase erg afhankelijk te zijn van de leeftijd van de verzamelaar (heeft hij de opkomst van vinyl meegemaakt of is hij een recente verzamelaar?) of van het feit dat de verzamelaar een collectie zou geërfd hebben. Bij de kennismaking draait het dus niet om een vernieuwde innovatie waarmee de gebruiker in contact komt, de platenspeler komt eerder in iemands leven terecht door gebeurtenissen uit het verleden.

Binnen de *domestication theory* wordt er bij de *incorporation* fase vervolgens voornamelijk gefocust op de functies van de technologie, maar ook op hoe de leefomgeving omgaat met het incorporeren ervan. De symbolische plaats die een technologie krijgt werd dus ook gelinkt met de *moral economy of the household* (Silverstone & Hirsch, 1992).

Purchase behoort binnen de theorie ook tot het consumptieproces (Silverstone & Haddon, 1998). Hoewel deze fase niet werd aangehaald in de literatuur, kan het aspect van de zoektocht naar vinyl hier wel aan gekoppeld worden. Deze fase houdt onder meer in dat er over goederen wordt nagedacht en gefantaseerd wordt alvorens aankoop. Het zoeken naar en het aankopen van vinyl heeft immers veel te maken met het ritueel dat erbij hoort. Het toeleven naar een bepaalde aankoop kan hier dus een grote rol in spelen.

Vooraleer er naar de eindfase werd overgegaan, werd ook nog het *double articulation* aspect van domesticatie aangehaald. Hierin werden eigenschappen van vinyl zowel als object, als tekst aangehaald. Bij de technologie als object is vooral het fysieke aspect van belang, meer bepaald het design en de technische mogelijkheden (lees: geluid). Hierbij komt ook het element van digitalisering aan bod. De technologie wordt tenslotte in een digitale omgeving geplaatst, logischerwijs wordt de vinylcollectie dan ook met digitale mogelijkheden uitgebreid. De eigenschappen van vinyl als tekst bekleden daarnaast het inhoudelijk karakter. Hier gaat het concreet over het nostalgisch component en over het verslavend karakter van vinyl.

Het laatste onderdeel van het domesticatieproces bestaat uit *conversion*. Binnen de theorie wordt er hier de nadruk gelegd op het belang van het kunnen tonen dat men deelneemt aan de consumptiecultuur (Silverstone & Haddon). Het kan hier gaan over gedeelde meningen over (het gebruik van) een technologie of simpelweg over het kunnen aantonen van het bezit ervan. Wat de consumptie van vinyl betreft hebben we het hier gehad over de sociale dimensie. Dit duidt niet alleen op gedeelde betekenissen die voortkomen uit het gebruik, maar ook op het feit dat verzamelaars vinyl als een individuele aangelegenheid aanschouwen. De gedeelde betekenissen kunnen daarnaast nog aan het perspectief van digitalisering gekoppeld worden, aangezien het belang van internet en sociale media hier zeker een rol in speelt.

Het standpunt van digitalisering werd dus gaandeweg gekoppeld aan het domesticatieproces. Het domesticatieproces is een cyclisch gegeven waar technologieën steeds opnieuw eigen worden gemaakt. Dit is in deze studie duidelijk aan bod gekomen doordat er kon aangetoond worden dat een analoge technologie gecombineerd wordt met verschillende digitale mogelijkheden. Innovatie betekent dus niet noodzakelijk dat we steeds nieuwe technologieën moeten opnemen in ons leven, het kan ook simpelweg bestaan uit een nieuwe mix van oud en nieuw.

Conclusie

Een eenduidige conclusie over welk motief specifiek de heropleving van vinyl veroorzaakt, is er natuurlijk niet, het is een samenspel van verschillende motieven en persoonlijke factoren. Wel kan er vastgesteld worden dat de *domestication theory* een zeer passend framework was om verschillende drijfveren te beschrijven. De tweedeling van betekenissen omtrent een technologie helpt ons om de motieven zowel op praktisch als op symbolisch vlak toe te lichten. Hieruit kunnen enkele van de grootste aantrekkingspolen voor het verzamelen van vinyl worden vastgesteld, zijnde *het geluid*, *het fysieke karakter* en *het nostalgische aspect*. Daarenboven moet gemeld worden dat de periode waarin de verzamelaar is begonnen, een factor is die een rol speelt in de beweegredenen omtrent het verzamelen. Eén conclusie staat vast; de verzamelaars die aan dit onderzoek geparticipeerd hebben, zullen het vinyl verzamelen nooit opgeven.

Uiteraard moet er in acht worden genomen dat er in dit onderzoek enkele tekortkomingen zijn. Het doel van kwalitatief onderzoek is niet om te generaliseren maar juist om een onderwerp in de breedte en diepte te onderzoeken. Doch moet er rekening gehouden worden met het interpretatief karakter van het onderzoek en het feit dat er werd gewerkt met een beperkte en specifieke set aan respondenten.

Pistes voor toekomstig onderzoek zijn afhankelijk van de trend die de platenverkoop de komende jaren nog zal doormaken. Een vraag die kan gesteld worden is namelijk of en hoe lang de platenverkoop nog zal blijven stijgen. Zal de populariteit van vinyl standhouden of zal er net zoals enkele tientallen jaren geleden een dieptepunt komen? Aangezien er in dit onderzoek niet al te diep werd ingegaan op de rol van de muziekindustrie in deze heropleving, is dit een mogelijk pad om verder te bewandelen, eventueel in samenspraak met economische belangen. Daarnaast zou men in de toekomst ook de focus kunnen leggen op het standpunt vanuit de platenmaatschappijen zelf. Hoe zij de heropleving ervaren en hoe zij de toekomst zien.

Ikzelf heb me tijdens het schrijven van deze masterproef alvast een platenspeler aangeschaft. Hiermee behoor ik tot die klasse verzamelaars wiens collectie begon met het overnemen van de collectie van de ouders. Ook ik durf te zeggen dat ik de microbe te pakken heb gekregen en het verzamelen niet snel zal opgeven.

Referenties

- Anderton, C., Dubber, A. & James, M. (2013). *Understanding the Music Industries*. Londen: Sage.
- Berker, T., Hartmann, M, Punie, Y. & Ward, K.J. (2006). *Domestication of Media and Technology*. Berkshire, England: Open University Press
- Courtois, C., Verdegem, P. & De Marez, L. (2012). The Triple Articulation of Media Technologies in Audiovisual Media Consumption. *Television & New Media*, 14(5), 421-439. doi: 10.1177/1527476412439106
- Deacon, D. & Stanyer, J. (2014). Mediatization: key concept or conceptual bandwagon? *Media, Culture & Society*, 36(7), 1032-1044. doi: 10.1177/0163443714542218
- DeNora, T. (1999). Music as a technology of the self. *Poetics: Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 27(1), 31-56. doi: 10.1016/S0304-422X(99)00017-0
- Gibson, M. (2015, januari 13). Here's Why Music Lovers Are Turning to Vinyl and Dropping Digital. *Time*. Geraadpleegd via <http://www.time.com>
- Greenwald, D. (2014, November 19). Does vinyl really sound better? An engineer explains. *The Oregonian*. Geraadpleegd via <http://www.theoregonlive.com>
- Haddon, L. (2007). Roger Silverstone's legacies: domestication. *New Media Society*, 9(25), 25-32. doi: 10.1177/1461444807075201
- Hepp, A. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the 'mediation of everything'. *European Journal of Communication*, 28(6), 615-629. doi: 10.1177/0267323113501148

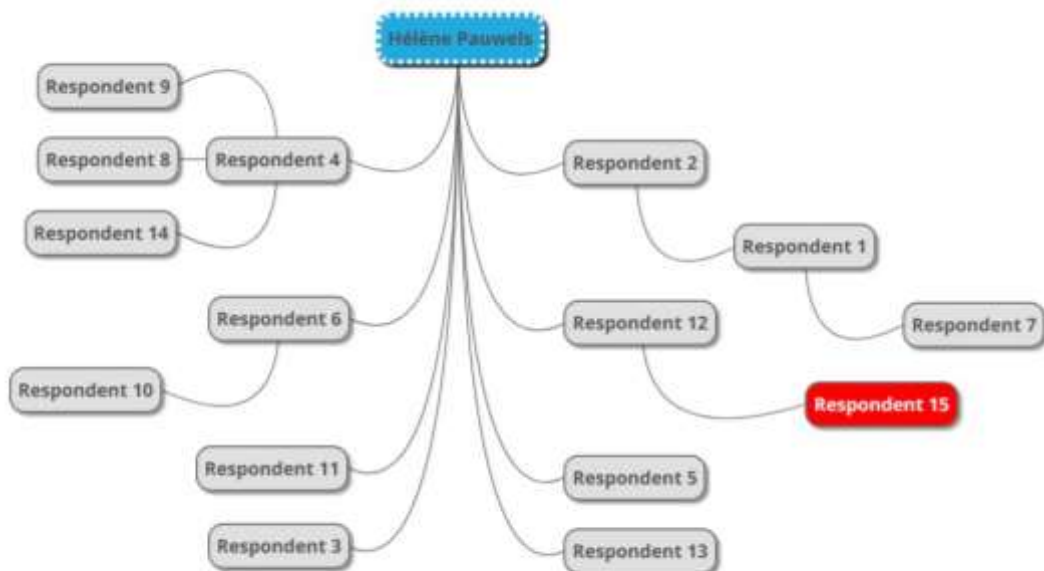
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries*. Londen: Sage.
- Hockly, N. (2011). The Digital Generation. *English Language Teaching Journal*, 65(3), 322-325. doi: 10.1093/elt/ccr041
- Johnstonbaugh, M. (2014, augustus 11). Social Listening Reveals a Growing Trend: Return of Vinyl. Geraadpleegd via <http://www.crimsonhexagon.com>
- Jones, S. (1992). *Rock Formation: Music, Technology and Mass Communication*. Beverly Hills: Sage.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. [Digitale versie] Geraadpleegd via <http://www.robynbacken.com>
- Norman, D.A. (1988). *The design of everyday things*. Garden City: Doubleday.
- O'Hara, K. & Brown, B. (2006). *Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies* [Digitale versie].
- Orlikowski, W.J. (1992). The duality of technology: Rethinking the concept of technology in organisations. *Organization Science*, 3(3), 398-427.
- Peoples, G. (2011). Back from the audio abyss. *Billboard*, 123(21), 18-19.
- Plasketes, G. (1992). Romancing the Record: The Vinyl De-Evolution and Subcultural Evolution. *Journal of Popular Culture*, 26(1), 109-122.
- Postman, N. (1992). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. [Digitale versie] Geraadpleegd via <http://www.mafhom.files.wordpress.com>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, 9(5), 1-6. doi:10.1108/10748120110424816

- Rauch, J. (2014) Constructive Rituals of Demediatization: Spiritual, Corporeal and Mixed Metaphors in Popular Discourse about Unplugging. *Explorations in Media Ecology*, 13(3&4), 231-246.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J. & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal Of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148. doi: 0.1556/JBA.3.2014.016
- Sarpong, D., Dong, S. & Appiah, G. (2015). ‘Vinyl never say die’: The re-incarnation, adoption and diffusion of retro-technologies. *Technological Forecasting & Social Change*, 103, 109-118.
- Shuker, R. (2004). Beyond the ‘high fidelity’ stereotype: defining the (contemporary) record collector. *Popular Music*, 23(3), 311-330. doi: 10.1017/S0261143004000224
- Shuker, R. (2010). *Wax Trash and Vinyl Treasures: Record Collecting as a Social Practice* [Digitale versie]. Geraadpleegd via <http://www.books.google.be>
- Silverstone, R. & Haddon, L. (1998). *The domestication of ICTs: households, families, and technical change*. Oxford UK: Oxford University Press.
- Silverstone, R. & Hirsch, E. (1992). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. [Digitale versie] Geraadpleegd via <http://books.google.be>
- Statista. (2016). Geraadpleegd via <http://www.statista.com>
- Straw, W. (1997). *Sizing up record collections: Gender and connoisseurship in rock music culture* [Digitale versie]. Geraadpleegd via <https://www.academia.edu>
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321-326. doi: 10.1089/1094931041291295

- Turkle, S. (2012). Connected, but alone? Geraadpleegd via <http://www.ted.com>
- Vlasic, K. (2013, april 18). Social media puts new spin on vinyl records. Geraadpleegd via <http://www.news.com.au>
- Witkin, R.W. (1990). *Adorno on Popular Culture* [Digitale versie]. Geraadpleegd via <http://www.verlaine.pro.br>
- Walther, J.B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43. doi: 10.1177/009365096023001001
- Wikström, P. (2009). *The music industry: music in the cloud*. Cambridge: Polity Press.
- Yochim, E.C. & Biddinger, M. (2008). 'It kind of gives you that vintage feel': vinyl records and the trope of death. *Media Culture & Society*, 30(2), 183-195. doi: 10.1177/0163443707086860
- Zwiekhorst, J. (2010, maart 10). Audiocompressie: kwaliteit versus omvang. Geraadpleegd via <http://www.diskidee.be>

Bijlagen

1. Sneeuwbalsteekproef



Noot: De nummering van de respondenten komt niet overeen met de volgorde waarin ze werden geïnterviewd. De nummering is gebaseerd op de leeftijden van de verschillende verzamelaars

2. Topiclijst

Introductie/openingsvragen

- Overlopen informed consent
- Context
 - o Hoe/wanneer begonnen
 - o Eerste plaat
 - o Perioden van minder verzamelen/gestopt met verzamelen
 - o Sociale achtergrond: verzamelden ouders/vrienden
 - o Erfenis/overgenomen platen van ouders/grootouders
- Genre
 - o Welke
 - o Hoe lang al bezig met muziek
 - o Zelf in de muziekwereld
- Collectie
 - o Grootte

Domesticatie

- Plaats
 - o Fysieke plaats
 - o Rol van andere technologieën
- Esthetiek
 - o Platen
 - Esthetische waarde in interieur
 - Specifieke esthetische karakteristieken
 - o Apparatuur
 - Uitzicht versterkers en boxen
- Geluid
 - o Verschil met digitale luistermogelijkheden
 - o Specifiek geluid van vinyl
- Design – gebruik
 - o Verschil gebruik van een platenspeler tegenover cd-speler
→ handeling
 - o Fragiliteit
 - o Design van de platenspeler
- Inhoud
 - o Waar?
 - o Originele/eerste uitgaven, recente uitgaven, heruitgaven

- Collectors item/kleurenvinyl/speciale edities
- Uitgaven enkel verkrijgbaar op vinyl
- Nostalgie
 - Belangrijke platen met waarde/herinnering
 - Originele formatintenties
- Sociaal
 - Contacten
 - Samen luisteren of alleen
 - Partner
 - Kinderen

Digitalisering

- Inleiden
- Digitalisering
 - Gebruik digitale media
 - Internet in het algemeen
 - In verband met verzamelen (→ aankoop)
 - Disgocs (opslaan eigen collectie)
 - Sociale media
 - Welke
 - Hoeveel gebruikt?
 - In verband met verzamelen
 - Eigen collectie delen
 - Contacten
 - Limiet gebruik
 - Geluid
 - Recente uitgaven van vinyl
 - Nieuwe digitale mogelijkheden bij platenspelers
- Ritueel
 - Ontspanning
 - Afzondering
 - Afkeur digitale luistermogelijkheden? Teveel digitale media in het algemeen?
 - Afsluiting van digitale wereld tijdens het luisteren
- Opslag van muziek
- Streamingdiensten
 - Ontdekking
 - Luisteren alvorens aankoop

- Downloads
- Cd's

Afronden

- Van plan om collectie nog verder uit te breiden?
- Vragen of ze nog iets kwijt willen/willen laten zien of laten horen

