

Het 'GLOW' effect van Spotify

Een kwalitatief onderzoek naar de bijdragen van Spotify's functies op de identiteitsontwikkeling, zelfpresentatie en gemeenschapsvorming van LGBTQ-gebruikers

Ignace Sannen

r0795771

Masterproef aangeboden tot het behalen van de graad
MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Promotor: Prof. Dr. Dirk Reynders
Verslaggever: Prof. Dr. Kristof Vrancken

Academiejaar: 2023-2024
Word count: 17219

Inhoudsopgave

1	Woord van dank.....	4
2	Inleiding.....	5
2.1	<i>Abstract.....</i>	5
2.2	<i>Introductie.....</i>	5
3	Literatuurstudie	6
3.1	<i>Spotify als social media platform</i>	8
3.1.1	Network en platform society	9
3.1.2	Cultural intermediary	10
3.2	<i>Spotify en LGBTQ-identiteitsontwikkeling.....</i>	11
3.2.1	The Extended Self	12
3.3	<i>Zelfpresentatie op Spotify.....</i>	13
3.3.1	Impressiemanagementtheorie	13
3.4	<i>Spotify en LGBTQ-gemeenschap.....</i>	15
3.4.1	Bijdrage aan een LGBTQ-cultuur.....	16
3.4.2	Gemeenschapsvorming	16
3.4.3	Identiteitspolitiek	17
4	Probleemstelling.....	18
5	Methode.....	19
5.1	<i>Studieopzet.....</i>	19
5.2	<i>Datacollectie.....</i>	19
5.3	<i>Onderzoeksinstrumenten</i>	20
5.4	<i>Steekproefbeschrijving</i>	21
5.5	<i>Ethische overwegingen.....</i>	21
5.6	<i>Dataverwerking.....</i>	22
6	Resultaten	22
6.1	<i>Spotify-gebruik.....</i>	22
6.1.1	Motieven voor luisteren naar muziek (U&G).....	22
6.1.2	Spotify als een ‘sociaal’ mediaplatform	24
6.1.3	De ‘sociale’ functies op Spotify.....	26

6.1.4	Aanbevelingsalgoritmen.....	27
6.2	<i>Spotify en een LGBTQ-identiteitsontwikkeling.....</i>	29
6.2.1	Persoonlijke afspeellijsten	32
6.3	<i>Spotify en zelfexpressie</i>	34
6.3.1	Zelfpresentatie op andere platformen	37
6.4	<i>Gemeenschap.....</i>	38
7	Discussie en conclusie	41
7.1	<i>Beperkingen en aanbevelingen</i>	44
8	Bronnenlijst	45
9	Appendices	51

Figuren- en tabellenlijst

Figuur 1: GLOW	8
Tabel 1: Openbare LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten	15

1 Woord van dank

Het voltooien van deze masterthesis markeert het einde van mijn opleiding Communicatiewetenschappen, een reis die mij door vele uitdagende maar ook inspirerende momenten heeft geleid. Het bereiken van dit punt vereiste een aanzienlijke dosis motivatie, doorzettingsvermogen en toewijding. In deze periode heb ik echter kunnen rekenen op de steun en bijdragen van verschillende personen, wiens betrokkenheid van grote waarde waren voor het voltooien van deze scriptie.

Allereerst wil ik mijn oprechte dank uitspreken aan mijn promotor, Dirk Reynders, voor zijn voortdurende begeleiding en aanmoediging gedurende dit hele proces. Zijn expertise, toewijding en bereidheid om zijn kennis te delen hebben een cruciale rol gespeeld bij het vormgeven van mijn onderzoek. De talloze e-mails, constructieve besprekingen en waardevolle feedback hebben mij geholpen om mijn masterproef naar een bevredigend einde te brengen. Daarnaast wil ik mijn oprechte waardering uitspreken voor alle respondenten die hebben deelgenomen aan de interviews en hun inzichten hebben gedeeld voor dit onderzoek. Hun bereidheid om hun tijd en ervaringen te delen hebben bijgedragen aan de rijkdom en diepgang van mijn bevindingen. Hun bijdragen zullen hopelijk waardevolle inzichten bieden voor de verdere ontwikkeling van dit vakgebied en het stimuleren van toekomstig onderzoek. Tenslotte wil ik ook mijn dankbaarheid uiten aan mijn vrienden, familie en collega's voor hun onvoorwaardelijke steun, aanmoediging en begrip gedurende deze uitdagende periode. Kortom, aan iedereen die op welke manier dan ook heeft bijgedragen aan mijn masterthesis, mijn oprechte dank.

2 Inleiding

2.1 Abstract

Muziek speelt een belangrijke rol in de vorming van identiteit, zelfpresentatie en gemeenschapsbinding voor LGBTQ-individuen. Streamingdiensten zoals Spotify bieden unieke functies die deze drie aspecten mogelijk op nieuwe manieren kunnen beïnvloeden. Terwijl bestaande literatuur zich voornamelijk richt op de technische kenmerken en de presentatie van LGBTQ-content op Spotify, blijft het perspectief van LGBTQ-gebruikers onderbelicht. Dit onderzoek verkent dit perspectief via diepte-interviews om de rol van Spotify in identiteitsvorming, zelfpresentatie en gemeenschapsvorming binnen de LGBTQ-gemeenschap te begrijpen. De bevindingen wijzen uit dat Spotify een digitaal hulpmiddel kan zijn voor de ontwikkeling van een LGBTQ-identiteit, waarbij aanbevelingsalgoritmen toegang bieden tot informatie over de verschillende identiteiten binnen het LGBTQ-spectrum. Daarnaast vertonen de persoonlijke afspeellijsten van LGBTQ-gebruikers vaak onbewust verbondenheid met de LGBTQ-cultuur door middel van hun cover en titel, en drukken ze een zekere trots uit over hun seksualiteit. Tot slot versterkt het delen van ervaringen en het identificeren met anderen op Spotify het gevoel van een LGBTQ-gemeenschap en bevordert het een collectieve identiteit.

Kernwoorden: LGBTQ, Spotify, identiteitsontwikkeling, zelfpresentatie, gemeenschapsvorming, sociale functies, aanbevelingsalgoritmen

2.2 Introductie

Uit een recent onderzoek van Dhaenens en Burgess (2019) is gebleken dat muziekstreamingdiensten, zoals Spotify, belangrijke platformen zijn voor de LGBTQ-gemeenschap. De unieke afspeellijsten die verbonden zijn met LGBTQ-thema's weerspiegelen verschillende perspectieven binnen de LGBTQ-muziekcultuur, bevorderen de opbouw van gemeenschappen en brengen diverse identiteitspolitiek naar voren. De Smet en Dhaenens (2022) dragen bij aan dit debat door te benadrukken dat muziek een aanzienlijke rol speelt in de identiteitsvorming en zelfpresentatie van luisteraars, vooral voor minderheidsgroepen zoals de queergemeenschap. Dit impliceert dat Spotify een waardevol muzikaal platform is voor de ontwikkeling van de LGBTQ-identiteit van de gebruiker (Rahmasari & Purwaningtyas, 2022).

Niettemin blijft er een leemte bestaan wat betreft het *'user-centered'* perspectief van LGBTQ-gebruikers van muziekstreamingdiensten in relatie tot hun identiteitsontwikkeling, zelfpresentatie en gemeenschapsgevoel. Het is van belang om de opinie van de LGBTQ-gemeenschap op te nemen, aangezien deze groep vaak het slachtoffer is van een vijandige omgeving die hun fysieke en mentale welzijn bedreigt door heteronormativiteit en cisgenderisme (Cover, 2012; Waidzun, 2012). Dit leidt vaak tot verbale intimidatie, sociale uitsluiting, angst om openlijk voor hun identiteit uit te komen, en problemen zoals depressie en zelfmoordgedachten onder LGBTQ-individuele personen (Human Rights Campaign Foundation, 2023; Silva et al., 2015). Volgens onderzoek fungeert muziek als een veilige haven waar LGBTQ-personen hun identiteit op een meer beschermde manier kunnen ontwikkelen en uiten (Tarrant et al., 2002), en draagt het bij aan het opbouwen van veilige gemeenschappen door gedeelde smaken en ervaringen (Dhaenens & Burgess, 2019).

Daarnaast biedt Spotify verschillende sociale functies en personalisatiemechanismen die tot nu toe weinig zijn onderzocht, maar mogelijk relevant zijn voor de LGBTQ-gemeenschap. Onder deze functies vallen het creëren van persoonlijke afspeellijsten, gepersonaliseerde suggesties zoals 'Discover Weekly' en 'Daily Mixes', evenals de mogelijkheid om vrienden en artiesten te volgen. Bovendien besteedt Spotify aanzienlijke aandacht aan minderheidsgroepen, zoals blijkt uit hun zelf samengestelde genre 'GLOW', dat nummers van LGBTQ-artiesten en andere *'gay anthems'* presenteert. Echter blijft de vraag open of de LGBTQ-gemeenschap daadwerkelijk baat heeft bij deze functies en aandacht.

Dit onderzoek beoogt de lacune te vullen door, vanuit een gebruikersgericht perspectief, de rol van Spotify en zijn functies te onderzoeken in de ontwikkeling van een LGBTQ-identiteit, alsmede hoe het platform kan bijdragen aan de zelfpresentatie en het opbouwen van LGBTQ-gemeenschappen.

3 Literatuurstudie

Muziekstreamingdiensten hebben een dominante verschuiving teweeggebracht in hoe muziek wordt geconsumeerd. Vroeger was de voornaamste manier om muziek te beluisteren via radiozenders, cd-spelers of mp3-spelers. Echter, in de hedendaagse context is er een dominante verschuiving naar het gebruik van muziekstreamingdiensten als de meest populaire en diverse optie om muziek te consumeren. Opmerkelijk is de verdubbeling van het aantal

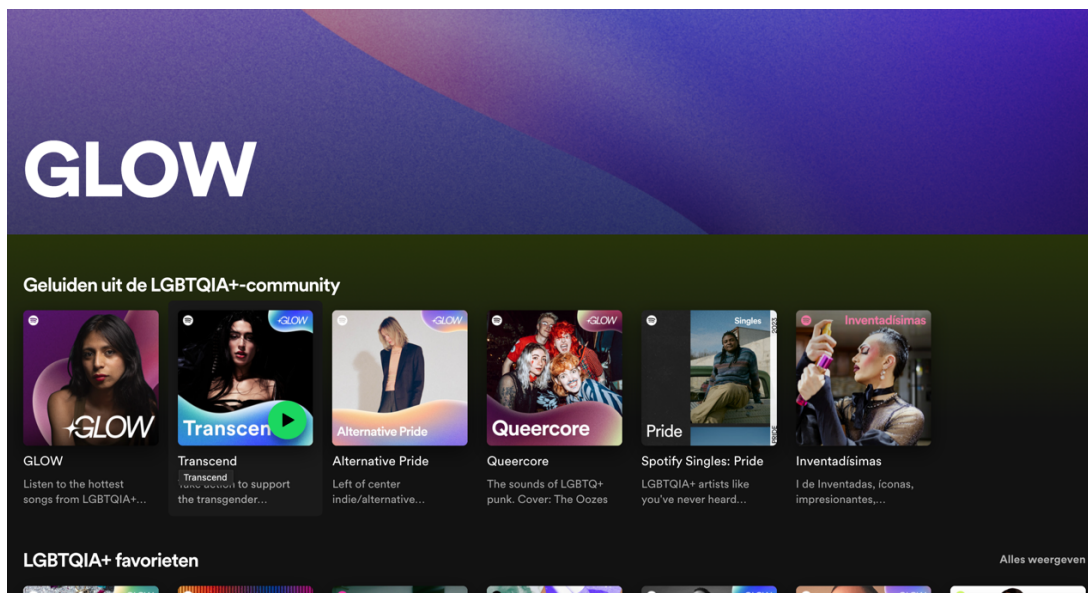
lidmaatschappen op Spotify in het jaar 2023 ten opzichte van 2019. Wereldwijd wordt dit platform nu ondersteund door een indrukwekkend aantal van ongeveer 226 miljoen betalende gebruikers (Götting, 2023), wat aantoont hoe wijdverbreid geaccepteerd en populair muziekstreaming is geworden.

Volgens de *Uses and Gratifications* theorie selecteren mensen media om tegemoet te komen aan hun persoonlijke behoeften, zoals entertainment of het verkrijgen van informatie (Katz et al., 1973). Gebaseerd op die theorie, identificeerden Lonsdale en North (2011) hoofdzakelijk zes drijfveren die mensen stimuleren om muziek te consumeren. Onder deze drijfveren is de voornaamste reden om naar muziek te luisteren het reguleren van zowel positieve als negatieve stemmingen. Muziek fungeert als een krachtig middel om emoties te beheersen en te verbeteren. Daarnaast dient muziek als een waardevolle bron van afleiding om de verveling te verdrijven of louter om de tijd te vullen. Persoonlijke identiteit en interpersoonlijke relaties worden ook erkend als significante drijfveren achter muziekconsumptie, zij het op een secundair niveau. Muziek speelt een rol in de vorming van een persoonlijke identiteit en wordt gebruikt als een expressiemiddel om sociale beelden naar anderen over te brengen. Interessant genoeg blijkt surveillance, het gebruik van muziek als een middel om meer te weten te komen over anderen en de wereld om ons heen, de minst dominante drijfveer te zijn. Desondanks geeft deze veelzijdige benadering van muziekconsumptie aan dat mensen verschillende motieven hebben bij het luisteren naar muziek (Lonsdale & North, 2011).

Dit onderzoek richt zich voornamelijk op de secundaire drijfveren, met name hoe Spotify bijdraagt aan het vormgeven van een persoonlijke identiteit en zelfpresentatie. De focus ligt hierbij specifiek op LGBTQ-gebruikers van Spotify. Ondanks de groeiende acceptatie van seksualiteiten die afwijken van de traditionele normen in de 21e eeuw, worden leden van de LGBTQ-gemeenschap nog steeds geconfronteerd met aanzienlijke beperkingen bij het openlijk ontwikkelen van hun identiteit en sociale interacties. Helaas worden in 65 jurisdicties homoseksualiteit nog steeds streng veroordeeld, soms zelfs met dreiging van gevangenisstraf of de doodstraf (Human Dignity Trust, 2024). Deze voortdurende juridische en sociale belemmeringen benadrukken de uitdagingen waarmee LGBTQ-individueen wereldwijd worden geconfronteerd bij het nastreven van een open en authentieke identiteitsontwikkeling.

Langdurig werd de muziekindustrie gedomineerd door witte, heteroseksuele mannen die zich conformeerden aan traditionele genderrollen. Pas vijftig jaar geleden kwam Bruce

Wayne Campbell, die eerder bekend stond onder zijn artiestennaam 'Jobriath', openlijk uit de kast voor het grote publiek als homoseksuel. Tegenwoordig staat hij bekend als de eerste openlijk homoseksuele artiest in de muziekindustrie ("Jobriath", 2023; Sommer, 2019). Tegenwoordig is er aanzienlijke vooruitgang geboekt op het gebied van inclusiviteit binnen streamingdiensten. Spotify illustreert dit door het openlijk benoemen van een LGBTQ-genre, genaamd 'GLOW' (figuur 1). Onder dit genre vallen door Spotify gecreëerde (gepersonaliseerde) afspeellijsten zoals 'GLOW', 'Transcend', 'Alternative Pride', 'Queercore', 'Rainbow Mix', 'Pride Party', 'The Ballroom (Vogue)', et cetera, met elk hun specifieke bijdrage aan de LGBTQ-gemeenschap. Met de afspeellijst 'Transcend' leggen ze bijvoorbeeld specifiek de focus op transgenderpersonen, terwijl 'The Ballroom (Vogue)' tot doel heeft de zwarte LGBTQ-gemeenschap in de schijnwerpers te zetten (Spotify, 2024b).



Figuur 1: Genre GLOW. Overgenomen uit Spotify. (2024b). GLOW. Geraadpleegd op 3 mei 2024, van <https://open.spotify.com/genre/0JQ5DAqbMKFGnsSfvg90Wo>

3.1 Spotify als social media platform

In eerste instantie fungeert Spotify als een platform waarmee mensen toegang krijgen tot een uitgebreide bibliotheek om naar muziek te luisteren. Desondanks zijn het wellicht de aanbevelingssystemen en sociale functies die mensen aantrekken. De Smet en Dhaenens (2022) omschrijven Spotify als een 'social media platform'. Hiervoor volgen ze de definitie van Kaplan en Haenlein (2010) over sociale media als een "group of Internet-based applications

that build on the ideological and technological foundations of the Web 2.0 and that allow the creation and exchange of user-generated content” (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61). Hiermee verwijzen ze naar user-generated content als een belangrijk kenmerk om als sociale media te worden geclassificeerd. Bij Spotify wordt dit mogelijk gemaakt door persoonlijke afspeellijsten die gebruikers kunnen maken en delen. Daarnaast biedt het platform verschillende sociale functies, zoals het volgen van vrienden, gezamenlijke afspeellijsten en publieke luisteractiviteiten. Hierdoor kunnen gebruikers een muzikale, persoonlijke en sociale identiteit vormen (De Smet & Dhaenens, 2022). Aan de andere kant benadrukken Craig et al. (2021) minder de door gebruikers gegenereerde inhoud en categoriseren ze Spotify eerder als een platform voor inhoudsconsumptie. Ze beschouwen het als een medium waar gebruikers op zoek gaan naar inhoud die hen weerspiegelt, wat van cruciaal belang kan zijn voor identiteitsontwikkeling, socialisatie en sociale erkenning (Balley et al., 2020; Lewallen & Behm-Morawitz, 2016).

3.1.1 Network en platform society

Van Dijck et al. (2018) benadrukken de aanzienlijke invloed die platforms, zoals Spotify, hebben op ons dagelijks leven en de organisatie van de samenleving. Hij beschrijft dit als een voortzetting van de *‘network society’*, nu geëvolueerd naar wat hij de *‘platform society’* noemt.

Network society

De term 'network society' werd bekend dankzij de socioloog Manuel Castells. Het beschrijft een samenleving waarin sociale, economische en politieke structuren steeds sterker beïnvloed worden door en gevormd worden via diverse communicatienetwerken, waaronder het internet en draadloze communicatie (Castells, 1996). Van Dijk (2020) geeft de volgende definitie over 'network society':

“A modern type of society with an infrastructure of social and media networks that characterizes its mode of organization at every level: individual, group/organizational and societal. Increasingly, these networks link every unit or part of this society (individuals, groups and organizations). In western societies, the individual linked by networks is becoming the basic unit of the network society. In eastern societies, this might still be the group (family, community, work team) linked by networks.” (Van Dijk, 2020, p. 4)

Toegepast op Spotify, zou deze streamingdienst een aanzienlijke invloed kunnen hebben op individueel, groeps- en maatschappelijk niveau. Op individueel niveau biedt Spotify gebruikers een platform om hun persoonlijke identiteit te ontdekken en zichzelf te presenteren via de muziek die ze beluisteren. Op groepsniveau heeft Spotify het potentieel om sociale groepen en gemeenschappen, zoals de LGBTQ-gemeenschap, te verbinden door gedeelde muziekinteresses en afspeellijsten, waardoor een gevoel van gemeenschappelijke identiteit en verbondenheid ontstaat. Op maatschappelijk niveau kan Spotify een rol spelen bij het vormgeven van een bredere muziekcultuur en het bevorderen van inclusie door artiesten en nummers uit de LGBTQ-gemeenschap te ontdekken, te promoten en hun muziek naar een breder publiek te verspreiden.

Platform Society

De term 'platform society' duidt op de opkomst van digitale platforms die fungeren als tussenpersonen, waardoor gebruikers informatie kunnen delen, producten en diensten kunnen verhandelen, en onderling contact kunnen maken (Van Dijck et al., 2018). Volgens deze beschrijving fungeert Spotify als een digitaal platform waarop aanbieders (artiesten) en afnemers (luisteraars) worden samengebracht op een gedecentraliseerde markt voor het streamen van muziek. Deze beschrijving komt overeen met wat Van Dijck et al. (2018) een sectoraal platform noemt. Een concept dat parallel loopt met het idee van een verbindende rol, de *cultural intermediary*, van Pierre Bourdieu (1984). In het volgende segment zal worden besproken hoe deze tussenpersoonlijke rol niet alleen LGBTQ-individen bij elkaar kan brengen, maar ook invloed kan hebben op de verspreiding van cultuur en acceptatie tussen diverse groepen.

3.1.2 Cultural intermediary

Spotify kan worden geconceptualiseerd als een cultural intermediary (Leisewitz & Musgrave, 2022) vanwege zijn wereldwijde aanwezigheid en uitgebreide muziekcatalogus. Leisewitz en Musgrave definiëren 'cultural intermediaries' met de volgende uitspraak:

"Equipped with an understanding of the cultural landscape and expertise, cultural intermediaries select and recognise certain cultural goods as legitimate, thus increasing their

value in the form of recognition (symbolic capital) through discourse.” (Leisewitz & Musgrave, 2022, p. 78).

Met een wereldwijde aanwezigheid in meer dan 180 landen (Spotify, 2024a) en een uitgebreide muziekcatalogus, zou Spotify een aanzienlijke macht hebben om de LGBTQ-gemeenschap te selecteren en te erkennen als legitiem. Deze erkenning kan tot uiting komen in verschillende vormen van communicatie, zoals afspeellijsten, aanbevelingen en promotiecampagnes. Op deze manier zou Spotify beïnvloeden welke muziek wordt erkend en gewaardeerd door zijn gebruikers, en versterkt het de culturele waarde ervan, waardoor het een belangrijke rol speelt in de vorming van de bredere muziekcultuur. Hierdoor fungeert Spotify niet alleen als een platform voor entertainment, maar ook als een belangrijk instrument voor het bevorderen van begrip, empathie en respect voor de LGBTQ-gemeenschap. De vraag blijft echter of Spotify werkelijk die rol vervult vanuit een gebruikersperspectief.

3.2 Spotify en LGBTQ-identiteitsontwikkeling

Eerdere studies hebben aangetoond dat blootstelling aan muziek een cruciale rol speelt als bron voor identiteitsontwikkeling bij minderheidsgroepen, zoals de LGBTQ-gemeenschap (Taylor, 2012). Het biedt hun comfort, verbondenheid en erkenning, en geeft hun bovendien de kans om deze gevoelens op expressieve wijze te uiten (Dhaenens & Burgess, 2019). Cass (1979) biedt met haar ‘Coming Out Model’ een gedetailleerde beschrijving van de identiteitsontwikkeling bij LGBTQ-individueen. Dit model bestaat uit zes fasen die individuen doorgaans ervaren bij het proces van het erkennen, accepteren en openlijk uiten van hun seksuele oriëntatie of genderidentiteit: Identiteitsverwarring, identiteitsvergelijking, identiteitstolerantie, identiteitsacceptatie, identiteitstrots en identiteitssynthese. Craig en McInroy (2014) hebben aangetoond dat digitale platformen een belangrijke ondersteunende rol kunnen spelen. Het is aannemelijk dat Spotify eveneens waardevolle ondersteuning kan bieden tijdens de verschillende stadia van dit proces. Ze kunnen individuen toegang geven tot LGBTQ-informatiebronnen, waardoor ze hun identiteit binnen het LGBTQ-spectrum kunnen verkennen, gelijkgestemden kunnen vinden om zich mee te identificeren, en zichzelf vrijelijk kunnen uiten (Craig & McInroy, 2014). Naast het luisteren en verzamelen van muziek, biedt Spotify diverse mogelijkheden om de gebruikerservaring te personaliseren en om in contact te

komen met andere gebruikers van Spotify (Rahmasari & Purwaningtyas, 2022). Op die manier veranderen gebruikers niet alleen de manier waarop ze naar muziek luisteren, maar ook hoe ze zichzelf uitdrukken en hun identiteit vormgeven. Het concept van de '*extended self*' komt hierbij naar voren.

3.2.1 The Extended Self

Het concept van de *extended self* begint met de overtuiging dat bezittingen meer zijn dan alleen maar materiële objecten; ze fungeren als spiegels waarin de eigen identiteit wordt gereflecteerd en vormgegeven. Het is alsof de identiteit wordt uitgebreid naar de objecten, consumptieactiviteiten, omgevingen en ideeën waarmee men zich verbonden voelt en waarmee men zich identificeert (Belk, 1988; Belk, 2014; Thompson & Loveland, 2015). In reactie op de digitale verschuivingen heeft Belk de theorie bijgewerkt en voegde hij vijf belangrijke aanpassingen toe aan de theorie van de *extended self*. Deze veranderingen omvatten dematerialisatie van fysieke objecten, her-belichaming, delen, co-constructie van het zelf en gedistribueerd digitaal geheugen (Belk, 2013).

Op Spotify zijn er diverse elementen waarin de *extended self* vorm kan krijgen. Het ruime aanbod aan LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten helpt gebruikers in hun zoektocht naar en acceptatie van hun eigen identiteit. Muziek kan daarnaast dienen als een instrument om de eigenschappen van een LGBTQ-*fanbase* te identificeren en zo de eigen identiteit te vormen (Bennett en Hodkinson, 2020). Bovendien weerspiegelen de persoonlijke afspeellijsten, gebaseerd op individuele voorkeuren, de *extended self* van de gebruiker (Hagen, 2015). Deze afspeellijsten dienen als een middel voor individualisatie, waarbij *the self* betekenis krijgt door het maken, organiseren en aanpassen van afspeellijsten. Deze individualisering op Spotify wordt verder versterkt door de mogelijkheid om een cover, titel en tekst toe te passen bij afspeellijsten. Door deze aanpassingen te aligneren met persoonlijke voorkeuren en esthetiek, kunnen gebruikers hun identiteit optimaal vormgeven.

Op Spotify zijn er al biljoenen afspeellijsten samengesteld door gebruikers (Dean, 2023). Volgens Dhaenens en Burgess (2019) worden deze steeds vaker samengesteld op basis van individuele emoties en ervaringen. Dat uit zich in de aanzienlijke groei van contextuele afspeellijsten in vergelijking met genre-gerelateerde afspeellijsten (Joven, 2018). Er zijn talloze contextuele afspeellijsten beschikbaar die de LGBTQ-cultuur weerspiegelen (Dhaenens & Burgess, 2019). Voorbeelden hiervan zijn 'sunday cleaning for gay people' en 'lifting weights

but make it gay'. Deze verschuiving legt meer nadruk op de herinneringen, ervaringen en emoties van de gebruiker, waardoor de LGBTQ-identiteit een prominentere rol krijgt in de muziekervaring.

Dat muziek een belangrijk onderdeel van persoonlijkheid is geworden, blijkt ook uit de samenwerkingen van Spotify met datingapps, zoals Tinder en Bumble (De Smet & Dhaenens, 2022). Naast biografieën en foto's kunnen gebruikers op deze datingapps hun muziekvoorkeuren delen. Spotify genereert artiesten op basis van luisteractiviteit, maar gebruikers kiezen welke artiesten worden getoond. Hierdoor beïnvloeden mensen actief hun zelfpresentatie in de digitale omgeving. Muzieksmaak lijkt een rol te spelen in romantische of seksuele aantrekking, wat de functie van Spotify als platform voor zelfpresentatie en identiteitsuitdrukking benadrukt. Dit onderwerp wordt verder verkend in het volgende deel.

3.3 Zelfpresentatie op Spotify

De opkomst van digitale platformen heeft ook geleid tot een verschuiving in hoe mensen zichzelf presenteren en sociale interacties aangaan. In lijn met de gedachte dat Spotify kan worden beschouwd als een sociaal mediaplatform, biedt het gebruikers de mogelijkheid tot sociale interactie en zelfpresentatie. Dit wordt gerealiseerd met functies zoals het opzetten van een individueel profiel, het volgen van vrienden, en het creëren en delen van persoonlijke afspeellijsten. Het gebruik van muziek als een middel om de eigen identiteit uit te drukken, vergelijkbaar met hoe fashion kan dienen, wordt steeds prominenter (Hargreaves et al., 2002). Spotify-gebruikers selecteren specifieke nummers, artiesten en afspeellijsten om hun persoonlijkheid, interesses en levensstijl te communiceren naar anderen op het platform. Bovendien dienen de likes en volgers die gebruikers ontvangen als sociale validatie van hun identiteit (Sinclair & Tinson, 2017).

3.3.1 Impressiemanagementtheorie

Goffmans (1959) theorie over impressiemanagement, vergelijkt het leven met een toneelstuk, waarbij individuen als acteurs fungeren om zichzelf gunstig te presenteren naar anderen. Met andere woorden zullen individuen bewust of onbewust proberen de indrukken die anderen van hen hebben te beïnvloeden en te sturen. Deze theorie illustreert hoe mensen voortdurend bezig zijn met het vormgeven van hoe ze worden gezien door anderen, en hoe ze actief

strategieën ontwikkelen om een specifieke indruk te creëren of te houden. Dankzij sociale mediaprofielen is het nog eenvoudiger geworden om specifieke identiteiten te uiten in een gecontroleerde omgeving (Marwick & Boyd, 2010). Gee (2000) noemt deze gecontroleerde zelfpresentatie een relationele identiteit, waarbij mensen erkend willen worden als een specifiek persoon, afhankelijk van de context.

Een treffend voorbeeld van impressiemanagement zijn de samenwerkingen van Spotify met Tinder, Bumble en BeReal. Deze platforms bieden gebruikers de mogelijkheid om zichzelf te presenteren aan de hand van hun favoriete of recent beluisterde muzieknummers. Door hun muziekvoorkeuren te delen, kunnen gebruikers niet alleen hun muzikale voorkeuren laten zien, maar ook aspecten van hun persoonlijkheid, levensstijl en zelfs hun emotionele toestand benadrukken. Op deze manier kunnen mensen bewust kiezen welke aspecten van zichzelf ze willen benadrukken en welke indruk ze willen achterlaten bij potentiële partners of sociale contacten. Uit het onderzoek van Kang et al. (2023) blijkt dat jongeren zich actief bezighouden met hoe ze zichzelf via muziek presenteren op Tinder. Zo gaf een respondent aan dat hij niet wil worden gezien als een 'basic bitch' en hoopt hij met het juiste nummer interessantere mensen aan te trekken. Een andere deelnemer benadrukte dat hij met zijn muziekkeuze reacties wilde uitlokken zoals: "ohhh that's vibey, that's chill, that's smooth" (Kang et al., 2023, p 2065). Deze voorbeelden illustreren hoe mensen zichzelf op een bepaalde manier willen presenteren aan de hand van hun muziekkeuze.

Ook binnen Spotify zelf zijn er opties waarmee gebruikers bewust hun zelfpresentatie kunnen beheren en bepalen hoe anderen hen zien. Een van de belangrijkste manieren waarop gebruikers hun zelfpresentatie kunnen manipuleren, is door selectief te zijn in welke afspeellijsten ze openbaar en privé maken. Bovendien kunnen gebruikers hun afspeellijsten aanpassen en cureren op basis van een specifieke '*aesthetic*' of persoonlijke voorkeur. Door zorgvuldig te selecteren welke nummers en artiesten ze toevoegen, en door een passende cover en titel te kiezen, kunnen gebruikers een bepaalde sfeer, stijl of imago uitdrukken. Dit helpt hen om hun gewenste zelfpresentatie vorm te geven. Ze kunnen bijvoorbeeld een afspeellijst maken met vrolijke en energieke nummers om een optimistische persoonlijkheid te tonen, of kiezen voor rustige en introspectieve muziek om een meer contemplatieve kant van zichzelf te benadrukken. Een andere belangrijke functie is de mogelijkheid om de luisteractiviteit te delen, waardoor volgers live kunnen zien wat iemand aan het luisteren is (Sinclair & Tinson, 2017).

Op Spotify zijn er afspeellijsten te vinden die door gebruikers zijn gemaakt en op verschillende manieren verband houden met de LGBTQ-identiteit en -cultuur. Enkele voorbeelden hiervan omvatten:

Tabel 1: Openbare LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten

Titel	Beschrijving	Cover
"A PROUD AUTISTIC AND GAY UNICORN"	"Be kinder to yourself, drink water, be dreamer, BE gay and don't give up"	
"Fag Core"	"Raging homosexual music"	
"you're a closeted queer with a homophobic family"	/	

Dit roept vragen op waarom gebruikers deze afspeellijsten maken, of dit een bewust proces is, en hoe deze afspeellijsten tot uiting komen. Wat motiveert gebruikers om LGBTQ-gerelateerde muziek te verzamelen en te delen? Speelt het een rol in hun zelfpresentatie naar anderen toe? Deze vragen kunnen inzicht geven in de manieren waarop muziekstreamingdiensten zoals Spotify een rol spelen in de zelfexpressie van LGBTQ-gebruikers.

3.4 Spotify en LGBTQ-gemeenschap

Muziek is een waardevol instrument bij het bevorderen van gemeenschappen die diversiteit omarmen en waar mensen steun vinden. Lecklider (2006) is van mening dat muziek voornamelijk van nut kan zijn voor de LGBTQ-gemeenschap en beschrijft dit als: "an arena where marginalized voices can be heard and sexual identities shaped, challenged, and renegotiated" (Lecklider, 2006, p. 117). Dhaenens en Burgess (2019) onderscheiden drie

manieren waarop de creatie van LGBTQ-afspeellijsten op Spotify verbonden is met de LGBTQ-cultuur. Ten eerste bieden deze afspeellijsten verschillende perspectieven op wat de LGBTQ-cultuur inhoudt, waardoor ze de culturele diversiteit binnen de gemeenschap benadrukken. Daarnaast bevorderen ze gemeenschapsvorming door een platform te bieden waar mensen met vergelijkbare interesses en identiteiten elkaar kunnen vinden en verbinden. Tot slot brengen deze afspeellijsten diverse vormen van identiteitspolitiek naar voren, door muziek te gebruiken als middel om sociale en politieke boodschappen te communiceren en de zichtbaarheid van LGBTQ-identiteiten te vergroten.

3.4.1 Bijdrage aan een LGBTQ-cultuur

Ten eerste draagt de diversiteit van LGBTQ-afspeellijsten bij aan de verschillende perspectieven over wat de LGBTQ-cultuur inhoudt. De creatie van LGBTQ-afspeellijsten, zoals 'pride' en 'queercore', door zowel gebruikers als Spotify zelf, geeft niet alleen vorm aan de bestaande cultuur, maar breidt deze ook verder uit. Deze afspeellijsten fungeren bovendien als platforms waarop verschillende queer subculturen worden verkend en gevierd. Door het cureren van dergelijke afspeellijsten kunnen gebruikers hun eigen ervaringen en identiteiten uitdrukken, en deze delen met een groter publiek. Bovendien dienen deze afspeellijsten als een archief van LGBTQ-muziekgeschiedenis. Ze verzamelen en documenteren muziek die van betekenis is voor de gemeenschap, waardoor toekomstige generaties toegang krijgen tot een rijke bron van culturele en muzikale referenties.

3.4.2 Gemeenschapsvorming

In veel samenlevingen wordt de LGBTQ-gemeenschap geconfronteerd met discriminatie, stigma en geweld, wat kan leiden tot gevoelens van isolement en vervreemding. Daarom kan muziek een cruciale rol spelen bij het bieden van erkenning en acceptatie die LGBTQ-individuele elders mogelijk niet vinden. In lijn met deze gedachtegang zou Spotify een gevoel van 'thuiskomen' kunnen creëren voor de LGBTQ+ gemeenschap, dankzij de inclusieve sfeer, acceptatie en de mogelijkheid tot identificatie die het platform biedt. Door zich te verbinden met muziek die hun identiteit weerspiegelt, kunnen LGBTQ+ individuen een gevoel van gemeenschap en verbondenheid ervaren, wat bijdraagt aan het vormen van een collectieve identiteit (Eyerman, 2002; Taylor & Whittier, 1992). Vrouwelijke diva's, zoals Lady Gaga, blijken een essentiële rol te spelen bij het vormen van zo'n LGBTQ-fan gemeenschappen waar

seksuele diversiteit openlijk en veilig kan worden gevierd (Jennex, 2013). Op Spotify zijn er al talloze afspeellijsten te vinden van queer-gemeenschappen zoals 'pop gay divas' en 'lesbian queer vibe'. Afspeellijsten die specifiek gericht zijn op LGBTQ+ thema's of artiesten kunnen dienen als virtuele ontmoetingsplaatsen waar mensen verbinding kunnen maken met anderen die soortgelijke ervaringen delen. Bovendien kan het luisteren naar muziek die specifieke thema's en emoties behandelen, een bron van troost en steun zijn in moeilijke tijden. Een voorbeeld hiervan is te zien in een openbare afspeellijst genaamd 'queer with religious trauma', waarin verschillende nummers zijn opgenomen die de maker hebben geholpen om zijn trauma als homoseksueel gelovige te verwerken. Deze afspeellijst heeft inmiddels meer dan 400 volgers verzameld, wat benadrukt hoezeer deze gedeelde muziekervaringen een belangrijke rol spelen in het verbinden van mensen binnen de LGBTQ-gemeenschap en het bieden van steun en begrip.

3.4.3 Identiteitspolitiek

Muziek kan mensen ook samenbrengen tot collectieve actie in de echte wereld (Rosignio et al., 2002), zoals bij concerten of festivals. Culturele evenementen, zoals het National Women's Music Festival, versterken lesbisch-feministische gemeenschappen en bevestigen een positieve identiteit voor lesbiennes (Eder et al., 1995). In de digitale wereld maakt content online activisme mogelijk. Het samenstellen van afspeellijsten op Spotify kan worden gezien als een vorm van online activisme, vergelijkbaar met een sociaal en interactief vertelproces. Dit vergroot bewustwording over sociale ongelijkheid, verenigt mensen met gemarginaliseerde identiteiten in online gemeenschappen en bevordert gelijkheid voor minderheidsgroepen (Potter & Gilje, 2015; Wargo, 2017). Dergelijke creaties resulteren niet alleen in online activisme, maar ook in het vormen van een gemeenschap, het onderhouden van queer-relaties en het ontwikkelen van sociale normen voor interacties (Wargo, 2017).

Spotify legt sterk de nadruk op vier cruciale waarden die centraal staan in hun bedrijfscultuur en strategie: diversiteit, gelijkheid, inclusiviteit en betrokkenheid (Spotify, z.d.). Deze kernwaarden vinden hun weerspiegeling in de afspeellijsten die door Spotify worden samengesteld, zoals 'EQUAL', dat de focus legt op vrouwelijke artiesten, en 'GLOW'. Deze inspanningen laten zien hoe Spotify actief bijdraagt aan het versterken van collectieve identiteiten en het bevorderen van inclusiviteit en empowerment binnen diverse gemeenschappen.

4 Probleemstelling

Er zijn talrijke onderzoeken uitgevoerd naar de rol van muziek in minderheidsgroepen, zoals de LGBTQ-gemeenschap. Deze studies suggereren dat muziek fungeert als een veilige en ondersteunende omgeving, waarin queer-personen inclusie en acceptatie vinden. Het is een krachtig instrument dat gemeenschapsvorming bevordert en bijdraagt aan het gevoel van verbondenheid onder LGBTQ-individuen (Eyerman, 2002; Jennex, 2013). Verschillende auteurs hebben gewezen op de cruciale rol van muziek in identiteitsvorming (Bennett & Hodkinson, 2020; Lecklider, 2006; Taylor, 2012). Door het belichten van diverse aspecten van queer-cultuur en het bieden van representatie, biedt muziek een platform waar individuen hun identiteit kunnen verkennen, bevestigen en vieren. Bovendien heeft muziek een impact op sociale verandering, zowel online als offline, met protesten en activisme (Rosigno et al., 2002; Wargo, 2017).

Met de opkomst van streamingdiensten hebben ingrijpende veranderingen plaatsgevonden in hoe muziek wordt geconsumeerd. Vanwege de populariteit van deze diensten zijn er al diverse onderzoeken uitgevoerd naar Spotify. Uit de meta-analyse van De Smet en Dhaenens (2022) blijkt dat Spotify kan fungeren als een intiem sociaal mediaplatform waar identiteitsontwikkeling en gemeenschapsvorming mogelijk zijn. Deze dynamiek wordt mee beïnvloed door functies zoals het aanbevelingsalgoritme. Ondanks de bevindingen ontbreekt er echter nog steeds een duidelijke verbinding die de invloed van Spotify op de LGBTQ-gemeenschap onderzoekt. De inhoudsanalyse van Dhaenens en Burgess (2019) werpt enig licht op de link. Zij analyseerden de representatie van LGBTQ-afspeellijsten op Spotify, hun classificatie en bijdrage aan de LGBTQ-cultuur. Desondanks is er nog steeds gebrek aan inzicht in de motivaties, ervaringen en praktijken van gebruikers. Met andere woorden, de resultaten missen het perspectief van de gebruiker.

Hoewel er al enig onderzoek is gedaan, blijft de invloed van Spotify en zijn diverse functies, zoals de sociale functies en het aanbevelingsalgoritme, op LGBTQ-individuen onderbelicht vanuit een *user-centered* perspectief. Het is dan ook belangrijk om vanuit een dit perspectief te onderzoeken hoe LGBTQ-gebruikers van Spotify de functies benutten in relatie met hun identiteitsontwikkeling, zelfpresentatie en gemeenschapsgevoel. Dit leidde tot de volgende onderzoeksvraag:

Hoe beïnvloeden de sociale functies en gepersonaliseerde content van Spotify de identiteitsontwikkeling, zelfpresentatie en gemeenschapsbetrokkenheid van LGBTQ-gebruikers?

5 Methode

5.1 Studieopzet

Voor dit onderzoek is bewust gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode met een fenomenologische benadering, waarbij semigestructureerde diepte-interviews zijn gehouden met 12 deelnemers. Deze aanpak is gericht op het verkrijgen van diepgaande inzichten in de ervaringen, percepties en emoties van Spotify-gebruikers die zich identificeren als queer (Bhandari, 2022). De gekozen onderzoeksmethode is de meest geschikte aanpak om de onderzoeksvraag op een correcte wijze te beantwoorden met behulp van de verkregen onderzoeksresultaten. Bovendien bieden semigestructureerde interviews een gebalanceerde benadering, waarbij er ruimte is voor gestructureerde vragen rondom specifieke onderwerpen, terwijl er tegelijkertijd flexibiliteit is voor deelnemers om vrijuit te praten over hun ervaringen. Dit biedt de gelegenheid om met behulp van *probing* technieken diepgaand in te gaan op de onderwerpen die verband houden met de onderzoeksvraag. Tegelijkertijd blijft er ruimte voor onverwachte inzichten en diepgaande gesprekken.

5.2 Datacollectie

De respondenten zijn geselecteerd via een *purposive sample*, waarbij specifieke criteria zijn gehanteerd om een representatieve groep deelnemers te selecteren. Deelnemers moesten niet alleen actieve gebruikers zijn van de streamingdienst Spotify, maar ook behoren tot de LGBTQ-gemeenschap. Hierdoor werden alleen interviews gehouden met individuen die relevant zijn voor het onderwerp van dit onderzoek. Een deel van de respondenten is gerekruteerd via het persoonlijke netwerk van de onderzoeker. Vervolgens is gebruikgemaakt van de sneeuwbalmethode, waarbij bestaande deelnemers werden gevraagd om andere potentiële deelnemers aan te bevelen. Op deze manier kon een diverse groep van 12 respondenten worden samengesteld, die een breed scala aan ervaringen en perspectieven

vertegenwoordigden binnen de LGBTQ-gemeenschap. De keuze voor deze omvang is gebaseerd op de verwachting dat na dit aantal interviews verzadiging van informatie zal optreden, wat betekent dat er weinig nieuwe inzichten te verwachten zijn. Volgens het onderzoek van Guest et al. (2006) zijn twaalf interviews voldoende om de verzadiging van antwoorden bij respondenten te bereiken.

Het rekruteren van respondenten uit het persoonlijke netwerk kan een selectiebias veroorzaken in dit onderzoek. Dit komt doordat deelnemers mogelijk vergelijkbare eigenschappen of perspectieven delen, waardoor de steekproef niet representatief is voor de bredere populatie. Een dergelijke beperking kan niet alleen de diversiteit van de steekproef beperken, maar ook de generaliseerbaarheid van de onderzoeksresultaten verminderen.

5.3 Onderzoeksinstrumenten

Tijdens het onderzoek werden diepte-interviews gehouden op locatie, waarbij zowel de voorkeur van de respondent als de praktische aspecten in overweging werden genomen. Respondenten hadden de mogelijkheid om te kiezen tussen een openbare ruimte of een huiselijke omgeving voor het *face to face* gesprek. Dit creëerde een comfortabele setting waarin de respondenten vrijuit konden praten over hun ervaringen met Spotify en hun identiteit binnen de LGBTQ-gemeenschap. Alvorens het interview begon, werden alle respondenten een *informed consent* (Appendix 4) voorgelegd. Hierin werden de doelstellingen en methodologie van het onderzoek duidelijk uitgelegd, waarbij de vertrouwelijkheid van de informatie en de vrijwillige deelname aan het onderzoek werden benadrukt. De gesprekken duurden gemiddeld tussen de 45 en 55 minuten, wat de respondenten voldoende tijd gaf om hun gedachten en ervaringen uitgebreid te delen. Tijdens de interviews werden verschillende onderwerpen aangesneden, waaronder de manier waarop Spotify functioneert als een sociaal mediaplatform, het gebruik van de verschillende functies, de rol van Spotify in de ontwikkeling van de identiteit, strategieën voor zelfpresentatie op Spotify, en de impact van Spotify op gemeenschapsvorming en activisme binnen de LGBTQ-gemeenschap. De gesprekken werden opgenomen om een nauwkeurige transcriptie te kunnen maken, waardoor alle nuances en details van de gesprekken bewaard bleven voor de analyse en interpretatie van de data.

5.4 Steekproefbeschrijving

Voor dit onderzoek werden 12 deelnemers geïnterviewd, met leeftijden tussen 21 en 24 jaar. In appendix 1 wordt een overzicht gegeven van de demografische kenmerken van de deelnemers. De focus op jongvolwassenen wordt gerechtvaardigd door het feit dat deze generatie de opkomst van Spotify heeft meegemaakt, vooral tijdens de belangrijke periode van de identiteitsontwikkeling, namelijk de puberteit. Er is specifieke aandacht besteed aan het verzekeren van diversiteit binnen de LGBTQ-gemeenschap door de selectie van respondenten met verschillende seksuele oriëntaties, waaronder homoseksueel, lesbisch, biseksueel, panseksueel, en een individu die haar seksuele identiteit nog aan het verkennen is. Twee respondenten gaven aan zichzelf te identificeren als queer, voornamelijk vanwege hun voorkeur om zich niet specifiek te laten categoriseren in hokjes. Bovendien is er gestreefd naar een diverse vertegenwoordiging van genderidentiteiten, met de aanwezigheid van cisgender, non-binair en transgender individuen. Tot slot maken alle deelnemers gebruik van Spotify, waarbij één persoon de gratis versie gebruikt en een andere persoon hetzelfde account deelt met vrienden. De overige deelnemers beschikken over een persoonlijk account met een betaald Spotify-abonnement.

5.5 Ethische overwegingen

Aangezien het onderzoek betrekking heeft op gevoelige materie rond de seksualiteit van de deelnemers, zijn er enkele maatregelen genomen om het onderzoek op ethisch verantwoorde wijze uit te voeren. Allereerst werden potentiële deelnemers uitvoerig geïnformeerd over de aard van het onderzoek, met nadruk op het feit dat het onderzoek betrekking heeft op hun eigen seksuele identiteit. Dit werd gedaan om ervoor te zorgen dat de deelnemers volledig op de hoogte waren van het onderwerp en vrijwillig konden beslissen of ze wilden deelnemen. Ten tweede kregen alle deelnemers, via een *informed consent* (Appendix 4), gedetailleerde informatie over het doel en de inhoud van het onderzoek, evenals hun rechten als deelnemer. Hierbij werd benadrukt dat de deelnemers op elk moment tijdens het interview konden stoppen of weigeren om vragen te beantwoorden, zonder enige consequenties. Om de privacy van de respondenten te waarborgen, werden pseudoniemen gebruikt in plaats van hun echte namen. Dit werd gedaan om ervoor te zorgen dat de deelnemers volledig anoniem bleven en

hun identiteit niet bekend zou worden bij anderen die het onderzoek zouden lezen of analyseren.

5.6 Dataverwerking

Met behulp van het softwareprogramma NVivo konden de gegevens die voortkwamen uit de diepte-interviews zorgvuldig worden geanalyseerd en gecodeerd (Appendix 3). Deze analyse volgde een iteratief proces, dat verschillende fasen omvatte, van open codering tot axiale codering en uiteindelijk selectieve codering. In de eerste analysefase zijn verschillende codes toegekend aan elke respondent, waarbij zorgvuldig aandacht is besteed aan de diverse aspecten en thema's die in de gesprekken naar voren kwamen. Vervolgens werden deze codes in de tweede fase verfijnd en georganiseerd om de samenhang en patronen binnen de data beter te begrijpen. In de derde fase werden alle gecodeerde gegevens systematisch vergeleken en geanalyseerd om diepere inzichten te verkrijgen en relaties tussen verschillende codes en thema's bloot te leggen. Deze aanpak bood een rigoureuze en systematische methode om de complexiteit van de data te doorgronden en betekenisvolle conclusies te trekken uit de verzamelde informatie.

6 Resultaten

6.1 Spotify-gebruik

6.1.1 Motieven voor luisteren naar muziek (U&G)

Respondenten hebben diverse redenen om naar muziek te luisteren op Spotify. De twee voornaamste motieven die naar voren komen, zijn entertainment en *mood management*. Muziek fungeert niet alleen als een bron van vermaak, maar wordt ook actief ingezet om bepaalde gemoedstoestanden te bereiken of om zowel positieve als negatieve emoties te beheersen.

“Of heel vaak is dat ik muziek opzet om, ik weet niet, sommige mentale processen te verwerken. Dus dat ik bepaalde afspeellijsten of nummers opzet waar ik dan mij even keihard aan *relate*, waardoor ik zo... Ik weet niet, zo emotioneel kan verwerken of zo.” (Emma)

“Jawel, als je even je moet ophypen, dan kan je even goede muziek opzetten als je even geen zin hebt om, weet ik veel, uit te gaan.” (Nora)

“Een beetje voor een *mood* te scheppen, bijvoorbeeld als je met vrienden bent, als je seks hebt of in de ochtend voor het opstaan. Dat doet ook wel veel.” (Lotte)

Daarnaast benadrukten respondenten herhaaldelijk het motief van escapisme, waarbij muziek wordt gezien als een vorm van afleiding van de dagelijkse realiteit en een middel om stressvolle situaties te ontvluchten. Ze gebruiken muziek als een veilige haven om tijdelijk te ontsnappen aan de drukte en gedachten van het dagelijks leven.

“Ik moet bijvoorbeeld twee keer in de week naar Gent. Dat is wel even onderweg op de trein en als je gewoon uren in stilte zit op die trein, dan word je zot. Ook gewoon van je eigen gedachten. Dus ik denk ook gewoon van mijn gedachten een beetje te doorbreken, dat ik niet in die pure stilte zit, dat ik niet gek word.” (Lars)

“Escapisme is misschien een groot woord, maar zo even, you know, being in your own bubble. Vooral eigenlijk in het openbaar. Dat is echt zo, if I'm wearing my headphones, don't talk to me.” (Anna)

Bovendien wordt muziek ook beluisterd om op de hoogte te blijven van de laatste trends en ontwikkelingen. Het fungeert als een manier om verbonden te blijven met de actuele muzikscene en om relevant te blijven binnen de sociale kringen. Door naar recente releases te luisteren en nieuwe artiesten te ontdekken, streven mensen ernaar hun muzikale kennis uit te breiden en gesprekken en interacties met anderen te verrijken.

“Vooral om te ontspannen, maar ook om mee te zijn met de muziek van nu, snap je? En ik vind muziek ook wel op TikTok. Als die liedjes zingen en als ik dat leuk vind, dan wil ik dat luisteren en dan ben ik zo wel even mee. En ook met vrienden gewoon van ‘heb je dat al geluisterd?’. En dan is het zo ‘oh ja wauw’.” (Daan)

“Ook een beetje *curiosity* of zo. Dus van 'oh, ik ben benieuwd wat er eigenlijk gebeurt in de muziekwereld.' En dan probeer ik dat ook via Spotify wat bij te houden.” (Anna)

Het gebruik van Spotify voor het streamen van muziek dient bovendien als een middel voor identiteitsvorming en zelfexpressie. Niettemin zijn gebruikers zich vaak niet bewust van deze diepere motivaties, zoals bleek uit de reacties van respondenten in het diepte-interview. Om deze impliciete aspecten te benadrukken, werd verwezen naar eerder onderzoek dat

identiteitsvorming en expressie als drijfveren voor het luisteren naar muziek heeft geïdentificeerd. Vervolgens werd de deelnemers gevraagd of ze zich hierin konden herkennen.

“Ja, ik denk dat wel, ja. Zeker als ik dan kijk naar de artiesten en zo de *fanbase* van die artiesten of zo. Op een of andere manier identificeer je je ook wel met die mensen. Zeker bij zo'n artiesten waar je heel erg fan van bent. Dat is meer dan enkel zo die muziek of zo. Dat is ook een beetje hoe je in het leven staat en dezelfde dingen leuk vindt en zo.” (Sam)

“Ja, toch wel, want ik denk dat ik toch zo altijd naar dezelfde muziek ga die ik leuk vind, waar ik me mee kan identificeren. Want ik luister naar zo'n muziek die gaat over dingen die ik ook meemaak. Ja, die wel, denk ik.” (Daan)

De bevindingen over de motieven achter het luisteren naar muziek ondersteunen de resultaten van Lonsdale en North (2011), waarin zes drijfveren werden geïdentificeerd die mensen aanzetten tot het beluisteren van muziek. Deze omvatten het reguleren van stemmingen, afleiding, interpersoonlijke relaties, persoonlijke identiteit, entertainment en surveillance. De resultaten benadrukken dat mensen om diverse redenen naar muziek luisteren. Desondanks suggereert de ontwikkeling van persoonlijke identiteit een eerder onbewuste motivatie, zoals al werd waargenomen door Lonsdale en North (2011).

6.1.2 Spotify als een 'sociaal' mediaplatform

Tegenwoordig gaat Spotify verder dan alleen het aanbieden van een platform voor het verzamelen en samenstellen van muzieknummers. Het biedt allerlei sociale functies aan gebruikers, wat de vraag oproept of Spotify nog steeds louter kan worden beschouwd als een traditionele streamingdienst. De opvattingen over de interpretatie van Spotify als een sociaal mediaplatform zijn verdeeld. Sommige respondenten geven aan dat ze geen verbinding voelen met anderen, ondanks de sociale mogelijkheden.

“Ik denk dat er iets te weinig interacties tussen gebruikers zijn om dat echt een sociaal mediaplatform te kunnen noemen. Allee, je hebt wel die luisteractiviteit, maar je kunt daar niet echt iets mee doen. Ja. Dus ik denk niet dat dat... Voor mij is dat niet echt sociale media, voor mij is dat gewoon streaming.” (Luca)

Bovendien beschouwt Sam het faciliteren van interactie tussen gebruikers als een essentieel kenmerk voor een platform om als sociale media te worden beschouwd. Hij benadrukt dat functies zoals het bieden van een chatmogelijkheid cruciaal zijn om echte sociale interactie mogelijk te maken. Zonder dergelijke functies ziet Sam Spotify meer als een traditionele streamingdienst dan als een volwaardig sociaal mediaplatform.

“Ik zou zeggen eerder gewoon een streamingdienst, maar je hebt wel die functie dat je je vrienden... Of ja, dat je kunt kijken wat je vrienden aan het luisteren zijn. Maar het is niet dat je echt kunt chatten of zo. Dus ik zou zeggen meer een streamingdienst.” (Sam)

De overgrote meerderheid van de respondenten beschouwt Spotify wel als een vorm van een sociaal mediaplatform, hoewel het nog niet op gelijke voet wordt geplaatst met andere grote spelers zoals Instagram. In plaats daarvan wordt het eerder vergeleken met platformen zoals Pinterest.

“Het is zo, minder sociaal mediaplatform dan bijvoorbeeld Instagram of Twitter of zo. Maar je deelt wel nog steeds bijna iets van jezelf. Ook al is het gewoon een account, eigenlijk, of een profielfoto of zo.” (Maya)

“Ja, het is meer een sociaal mediaplatform als ... ik zou zeggen Soundcloud, maar ook een beetje iets minder bekend. Maar ik vind dat zowat gelijkend aan Pinterest. Dat is wel sociale media, maar zonder het actieve sociale gedeelte dat je hebt. Omdat je ook op je afspeellijst niet kunt zien wie het liked. Je kunt wel zien wie je volgt en wie de andere mensen volgen, maar er is nu ook zo'n functie gekomen dat je dat kan afzetten. Dus het is wel sociale media, maar het is vooral de media, vind ik. Meer dan het sociale aspect ervan.” (Sophie)

In lijn met De Smet en Dhaenens (2022), die Spotify karakteriseren als een sociaal mediaplatform, zijn de meeste respondenten het eens. Toch benadrukken velen van hen dat het in contact staan met anderen een essentieel kenmerk is om van een sociaal mediaplatform te spreken. Sommigen vinden daarom de grens tussen Spotify als louter een streamingdienst en als een volwaardig sociaal mediaplatform heel duidelijk. Dit plaatst enige kritische kanttekeningen bij de aanname van De Smet en Dhaenens (2022) om Spotify te beschouwen als een sociaal mediaplatform. Om die reden is de benadering van Craig et al. (2021), waarin Spotify wordt gezien als een platform voor consumptie, beter toepasselijk.

6.1.3 De 'sociale' functies op Spotify

Over het algemeen maken de respondenten ruimschoots gebruik van de sociale functies die door Spotify worden aangeboden. Veel gebruikers zijn actief betrokken bij verschillende activiteiten op Spotify, zoals het volgen van vrienden en artiesten, het zoeken van openbare afspeellijsten, het samenstellen van gezamenlijke afspeellijsten en het bekijken van elkaars luisteractiviteiten. Respondenten gaven verschillende redenen voor het gebruik van deze functies, waaronder nieuwsgierigheid naar de muziekvoorkeuren van anderen, het ontdekken van nieuwe muziek en het gebruiksgemak ervan voor het plannen van muziek bij sociale bijeenkomsten of evenementen.

“En ook gewoon, ja, die gezamenlijke afspeellijsten zijn heel handig. ... Als ik iets met vrienden ga doen, dan is het hele tijd van: 'Mag ik een liedje in de wachtrij zetten?' Nee, dat is gewoon een playlist, klaar.” (Daan)

“Gewoon nieuwsgierigheid ook. Je kunt ook zo zien wat ze aan het luisteren zijn op dat moment. En ik vind het ook gewoon leuk van exact hetzelfde lied op te zetten om gewoon eens te horen van 'ah, naar dit zijn ze aan het luisteren.'” (Lars)

“... Na een tijd heb je het wel uitgekeken op uw eigen muziek. Dus daarom vind ik een blend [gepersonaliseerde gezamenlijke afspeellijst] ook weer leuk om zo weer dat nieuwe te vinden. Ik ben ook niet heel actief hele tijd aan het zoeken naar nieuwe nummers of zo. Dus dan is het handig als je iemand volgt of zo.” (Lotte)

De sociale functies van Spotify bieden gebruikers een alternatieve manier om nieuwe muziek te ontdekken. Door de eigen muzieksmaak te vergelijken met andere Spotify-gebruikers kunnen de respondenten hun muziekidentiteit verder verkennen. Men hoeft niet langer specifieke nummers op te zoeken, maar kan afspeellijsten vinden bij de sociale kringen of volgers. Deze functie lijkt populair te zijn onder de gebruikers binnen dit onderzoek, zoals blijkt uit het interview met Maya.

“Ik heb zelfs zo'n tabblad van zo playlists die ik nog wil bekijken van vrienden en zo. Ik vind dat echt wel heel interessant om gewoon zo nieuwe liedjes te leren kunnen.” (Maya)

De sociale functies van Spotify, met name afspeellijsten, spelen ook een belangrijke rol binnen menselijke relaties. Luca's anekdote over het ontvangen van een Spotify-code voor een afspeellijst van zijn ex illustreert treffend de diepgaande emotionele betekenis die muziek kan overbrengen. Het delen van een afspeellijst via Spotify is niet louter een daad van muzikale voorkeur, maar ook een symbolische handeling die verbondenheid en gevoelens kan uitdrukken. Sophies ervaring benadrukt verder hoe afspeellijsten kunnen fungeren als krachtige communicatiemiddelen. Het bewuste volgen en beluisteren van elkaars afspeellijsten, zelfs na het verbreken van een relatie, onthult de complexiteit van sociale interacties via muziekplatforms. Afspeellijsten dienen niet alleen als bronnen van entertainment, maar ook als kanalen voor expressie, begrip en verbondenheid tussen individuen.

“Mijn ex had mij eens een brief gestuurd, maar op het einde stond er zo'n Spotify-code voor een afspeellijst. ... Want dat is wel zo, ik vind dat wel zo een beetje *loaded*, snap je? Dat is natuurlijk, daar zit een intentie achter de liedjes, daar zit moeite en tijd ook al in, dus ik was zo, oké, ik ga het luisteren.” (Luca)

“Je volgt je ex, die volgt u, en dat je zo... Nee, dat is niet onbewust, dat is best bewust. Elkaars afspeellijsten aan het beluisteren bent om zo te communiceren. Maar zo negatief, maybe it's a little toxic.” (Sophie)

Deze inzichten benadrukken hoe Spotify's sociale functies dienen als bron voor nieuwe muziek en als krachtig kanaal voor emotionele expressie en communicatie. Ze tonen het potentieel van muziekplatforms om menselijke verbindingen te verrijken en te verdiepen, zelfs in complexe situaties zoals het onderhouden van relaties na een breuk.

6.1.4 Aanbevelingsalgoritmen

Een andere veelbesproken functie van Spotify zijn de aanbevelingsalgoritmen, die gebruikt worden in gepersonaliseerde afspeellijsten zoals 'Discover Weekly'. Deze functie wordt voornamelijk benut wanneer gebruikers vermoeid raken van hun persoonlijk afspeellijsten. Daarom dienen deze afspeellijsten vaak als een bron van inspiratie om nieuwe muziek te ontdekken.

“Ik denk, als ik gewoon mijn afspeellijsten beu ben, of ik doe iets banaal en ik ben zo van 'oké, een cleaning mix', dan gebruik ik dat wel.” (Luca)

“Inderdaad, als ze [gepersonaliseerde afspeellijst] zo zeggen, aanbevolen voor jou, en ik zie dat het zo wel bij mijn genre is, dan denk ik van 'oh leuk', dan kan ik misschien nieuwe liedjes ontdekken.” (Lisa)

Daarnaast blijken deze algoritmen ook een handige tool te zijn om bestaande afspeellijsten verder aan te vullen, zoals Emma benadrukt. Door nummers in een vergelijkbare stijl te selecteren, wordt het proces van het samenstellen van een afspeellijst aanzienlijk vereenvoudigd en wordt de diversiteit aan muziek in de afspeellijst vergroot. Het biedt gebruikers een efficiënte manier om hun muziekbibliotheek uit te breiden en hun luisterervaring te verrijken zonder urenlang te hoeven zoeken naar nummers.

“Als ik bijvoorbeeld een playlist ben aan het samenstellen, dan ga ik wel altijd naar beneden om te kijken wat ze voorstellen. ... Je komt aan veel meer nummers dan dat je normaal zelf aan zou denken. Je moet het dan niet meer allemaal zelf opzoeken, terwijl dat wel snel de vibe oppikt van een bepaalde playlist, dat je bent aan het samenstellen.” (Emma)

Dankzij de diversiteit die aanbevelingsalgoritmen bieden, komen Spotify-gebruikers in contact met voor hen onbekende LGBTQ-artiesten en -nummers. Dit vergemakkelijkt het ontdekken, verkennen en identificeren van verschillende LGBTQ-identiteiten. Bovendien zorgt dit ervoor dat LGBTQ zichtbaar en erkend wordt op een invloedrijk platform. Het illustreert hoe technologische tools zoals aanbevelingsalgoritmen niet alleen het luistergedrag van individuen beïnvloeden, maar ook bijdragen aan bredere sociale en culturele verschuivingen binnen de muziekconsumptie.

“Ik heb zo'n playlist die ik soms krijg, dat is zoals 'New Music Friday', maar dan is er ook 'New Music FriGay'. Die zijn zo specifiek van queer artists. Ik kan daar niet meer aan ontsnappen.” (Daan)

“Ik denk dat ik op die manier bijvoorbeeld Kim Petras heb leren kennen, waar ik wel best fan van ben via zo'n playlist. Top hé.” (Sam)

“Ik denk dat als je in dat soort genre [LGBTQ] van artiesten zit, dat dat ook wel meer wordt aanbevolen van dat soort artiesten.” (Nora)

In overeenstemming met de theorieën over de network society (Castells, 1996; Van Dijk, 2020) en cultural intermediary (Leisewitz & Musgrave, 2022), die in het literatuuroverzicht zijn beschreven, laten de bevindingen zien hoe Spotify zich gedraagt als een platform dat deze theoretische principes in de praktijk belichaamt. De sociale functies en aanbevelingsalgoritmen van Spotify demonstreren duidelijk diversiteit en inclusiviteit door LGBTQ-content naar een breder publiek te verspreiden. Aan de kritische kant zijn de aanbevelingsalgoritmen echter onderhevig aan een filterbubbeleffect, waarbij gebruikers voornamelijk worden blootgesteld aan een beperkt scala aan muziek dat overeenkomt met hun bestaande voorkeuren. Hierdoor ontvangen alleen gebruikers die actief zijn binnen de LGBTQ-muziekcultuur diverse aanbevelingen over dit genre, waardoor de verspreiding en zichtbaarheid van de LGBTQ-gemeenschap eerder een façade lijken te zijn.

“En omdat ik, denk ik, ook heel into country, punk en rock ben en daar is gewoon niet veel LGBTQ in. Ja, dat heb ik nog nooit gevonden eigenlijk.” (Lisa)

“Je zit zo in een bubbel, precies. En dan moet je echt gewoon moeite doen om er zelf echt uit te komen en om nieuwe muziek of artiesten te ontdekken, moet je wel echt zoeken in plaats van zo dat het toevallig bij je komt.” (Luca)

6.2 Spotify en een LGBTQ-identiteitsontwikkeling

Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat de LGBTQ-representatie op Spotify, waaronder afspeellijsten, op verschillende manieren invloed heeft op de identiteitsvorming. Het bundelen van LGBTQ-gerelateerde muziek, zoals Spotify doet met zijn genre ‘GLOW’ en andere openbare afspeellijsten, stelt gebruikers in staat om op een gemakkelijke en overzichtelijke manier door het diverse aanbod van LGBTQ-artiesten en nummers te navigeren.

“Het zet artiesten, LGBT-artiesten en gerelateerde muziek... bundelt het makkelijk samen om mensen te vinden, denk ik. En er plakt een heel duidelijk label op van ‘hoi, *gay shit, you know?*’ ... Dat maakt het ook makkelijker om dingen te exploreren en dingen te vinden. Ik denk dat het vooral meer op de voorgrond zet van ‘hey kijk hier, dit bestaat’. En dat dat op die manier helpt mensen te exploreren met hun seksualiteit.” (Anna)

De respondenten geven aan dat ze zichzelf kunnen herkennen en identificeren met het LGBTQ-aanbod op Spotify. Ze hoeven niet langer te doen alsof ze zich kunnen identificeren met heteroseksuele teksten in liedjes. Het gebruik van diverse voornaamwoorden in homoseksuele relaties, zoals hij, zij, hen en hen/hun, maakt het voor individuen mogelijk om zich directer en authentieker te verbinden met de ervaringen en emoties die in LGBTQ-nummers worden uitgedrukt.

“Ik zie gewoon door de liedjes van ook queer people, dat die zo bijvoorbeeld gewoon meer, in de plaats van als er zo'n love songs zijn, alleen over de he pronounces, dat daar ook de she meer erin zit ... zodat je u meer daarin kunt terugvinden.” (Nora)

“Dat het niet altijd zo hetero songs moet zijn en dat ge dan ja, en dat ge dan gewoon zo kunt genieten daarop van dit is zo, dit is iets waar ik mij in kan mee kan voelen of kan vinden.” (Lisa)

“Ik denk wel dat het positief is, omdat dat ook een manier is om jezelf te ontdekken. Je kunt zo relaten met dingen in situaties en verhalen” (Daan)

De LGBTQ-afspeellijsten bieden verschillende deelnemers een gevoel van validatie, empowerment en geruststelling. Door het erkennen van hun ervaringen, bieden deze nummers troost en creëren ze een gevoel van verbondenheid. Zoals Lotte opmerkt, ervaren mensen een hernieuwde inclusie door het zien van bepaalde termen en artiesten die hen vertegenwoordigen, wat hen bevestigt in hun seksuele identiteit.

“Ja, ik denk gewoon dat dat heel aangenaam is als je die inclusie weer terug ervaart, door dan bijvoorbeeld bepaalde termen die er wel staan en bepaalde artiesten, dat je bijvoorbeeld ook weet dat ze ook zelf gay zijn, bijvoorbeeld. Dat dat ook u weer even meer die bevestiging nog eens geeft, van het is oké om gay te zijn.” (Lotte)

“Ik denk dat Spotify wel gewoon, of ja, muziek in het algemeen, je wel wat kan empoweren als individu. Zeker als je bijvoorbeeld door een moeilijke periode gaat. ... Muziek is ook iets waarbij je zo jezelf kan identificeren met wat er gezegd wordt in die muziek, of wat er gezongen wordt. Bijvoorbeeld mensen die dezelfde struggles hebben, of mensen die zo dezelfde dingen moeten doorstaan en die daar dan bijvoorbeeld daarover zingen. Dat je jezelf daarin kunt herkennen of zo.” (Sam)

Verschillende deelnemers leggen de nadruk op de rol van Spotify als een belangrijk medium tijdens de zoektocht naar hun seksualiteit. Gedurende deze periode van zelfontdekking bleek de uitgebreide selectie van LGBTQ-afspeellijsten op het platform van onschatbare waarde te zijn. Door bewust naar deze afspeellijsten te luisteren, vonden deelnemers een bron van herkenning, steun en begrip die hen hielp om zichzelf beter te begrijpen en hun seksuele identiteit te verkennen op het LGBTQ-spectrum. De diverse en inclusieve muziekselectie bood een veilige ruimte waarin ze zichzelf konden uiten en hun gevoelens konden verkennen, waardoor ze hun zelfacceptatieproces konden bevorderen en hun plaats binnen de LGBTQ-gemeenschap konden vinden.

“Zoals zo’n [LGBTQ] afspeellijsten sowieso, duwt u dat wel in de richting van jezelf te ontdekken en te kijken waar op het spectrum, tussen haakjes, dat je zit. Bij sommige dingen kun je je wel relaten, bij sommige dingen veel minder. Dus ik denk dat Spotify daar wel ... voor mijn persoonlijke ervaring, is het er wel goed mee bezig.” (Emma)

“En dat het mij wel sowieso, zeker in mijn jonge jaren, heeft geholpen naar mezelf te zoeken. Dat het niet altijd even makkelijk was, maar dat het wel met mijn muziek via Spotify en zo keihard heeft geholpen.” (Emma)

“Ik herinner me nog dat ik vroeger echt opzocht, zo gay of bisexual, of volgens mij ook nog andere seksualiteiten via Spotify, ... je kan daar op die manier wel een beetje verkennen wat je leuk vindt.” (Michael)

De bevindingen bewijzen dat Spotify een belangrijke digitale hulptool kan zijn gedurende de verschillende fasen van de identiteitsontwikkeling bij LGBTQ-individuen, zoals beschreven in het Coming Out Model van Cass (1979). In de fase van identiteitsvergelijking faciliteert Spotify gebruikers om hun seksuele oriëntatie te vergelijken en te begrijpen met het beschikbare aanbod van LGBTQ-content. Gedurende de identiteitstolerantiefase benutten gebruikers Spotify als een middel om LGBTQ-afspeellijsten te vinden waarin ze zich kunnen identificeren met specifieke ervaringen en emoties, waardoor ze hun plaats op het LGBTQ-spectrum beter kunnen begrijpen. Ten slotte, gedurende de fase van identiteitsacceptatie en identiteitstrots, weerspiegelen de LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten die gebruikers samenstellen en beluisteren de trots en acceptatie van hun eigen identiteit, en dienen ze als een middel om deze identiteit met anderen te delen.

Respondenten uiten ook kritiek op het LGBTQ-genre, GLOW. Allereerst is dit genre grotendeels onbekend bij het grote publiek en wordt het zelden prominent weergegeven op de Spotify-feed. Bovendien benadrukt Lisa een kritisch punt: het genre GLOW biedt geen duidelijke representatie voor de LGBTQ-gemeenschap. Volgens haar is het niet direct herkenbaar dat dit genre specifiek bedoeld is voor het presenteren van LGBTQ-artiesten en -nummers. Hierdoor vormt Spotify eerder een platform waar gebruikers actief op zoek moeten gaan naar LGBTQ-content, in plaats van dat de content vanzelf op hun pad komt.

“En ja, het staat helemaal vanonder. Ik moet echt zo scrollen. Ik vind ook niet duidelijk dat GLOW daarover [LGBTQ] gaat, want er staat niet eens een regenboog op. Allee, snapt ge? Als iemand niet veel van LGBTQ weet, dit ziet, denkt ge echt niet aan LGBTQ.” (Lisa)

“Maar waar ik wel aan moet denken, is dat het misschien wel beter kan zijn als het toegankelijker is. In de zin van dat als je op je feed van Spotify komt, dat er wel meer zo een suggestie of zo wordt gegeven van luister misschien nog eens naar deze afspeellijst of ga is misschien inderdaad naar de GLOW.” (Emma)

6.2.1 Persoonlijke afspeellijsten

Naast de content die Spotify aanbiedt, kunnen gebruikers ook hun eigen afspeellijsten samenstellen, wat de meest gebruikte functie lijkt te zijn onder respondenten. Uit hun Spotify-profielen blijkt dat ze diverse methoden gebruiken om afspeellijsten te maken, waaronder op basis van muziekgenre, emoties, specifieke situaties, en meer.

“Ik denk dat ik afspeellijsten maak op gevoel. En ik geef daar altijd een fucking obscuur naam aan dat niemand weet over wat dat gaat.” (Luca)

“Ik heb bijvoorbeeld een metal-playlist, ik heb een jazz-playlist, ik heb een funk-playlist, zo genres. Maar bijvoorbeeld, ik heb ook een playlist - oh, dit is zo nerdy - maar ik speel heel veel D&D [rollenspel Dungeons & Dragons]. En ik heb een playlist voor een van mijn karakters gemaakt. Dus ja, hobbies, I guess.” (Anna)

“Ik heb bijvoorbeeld ‘mijn eigen koffiebar’ afspeellijst, omdat ik graag koffie drink.” (Michael)

Overeenkomstig met bevindingen uit het onderzoek van Dhaenens en Burgess (2019), waarbij werd vastgesteld dat afspeellijsten steeds meer contextueel gerelateerd zijn, is dit ook het geval bij de respondenten in dit onderzoek. Sommige van deze afspeellijsten kunnen gezien

worden als LGBTQ-gerelateerd, zowel vanwege hun naam als hun samenstelling van nummers. Toch is dit vaak een onbedoeld proces, waarbij gebruikers niet bewust werken aan het creëren van een afspeellijst die de LGBTQ-identiteit specifiek vertegenwoordigt.

“Ik heb bijvoorbeeld een 'Shantay you slay' afspeellijst. Dat is eigenlijk een verwijzing naar een drag-icoon, RuPaul, die van RuPaul's Drag Race, waarbij hij vaak zo zegt 'Shantay, you stay' of 'Sashay away'. Dus dat is daar een verwijzing naar, dus dat is toch wel heel LGBTQ.” (Michael)

“Ik heb nu zo'n playlist, dat heet gewoon 'CUNT'. Dat is misschien wel heftig. Maar dat zijn wel meer slutty music en zo. Je merkt wel dat de gays dat domineren. Of alleszins sowieso gericht op mensen van de LGBTQ. Dat zou gewoon totaal niet zo wat hetero gasten nu aan het luisteren zijn.” (Maya)

“Maar ik heb dan nog een andere playlist, 'Fitness But Make It Gay', met dan een soort van up-beat muziek om mee naar de gym te gaan, maar nog steeds door artiesten die geassocieerd kunnen worden met LGBTQ+-community.” (Sam)

Deze resultaten sluiten aan bij Belk's (2013) identiteitstheorie over de vijf kenmerken van de extended self. (1) Allereerst zorgt Spotify voor dematerialisatie door traditionele fysieke muziekformaten zoals cd's te vervangen door een geavanceerde digitale app. Dit biedt gebruikers toegang tot een uitgebreide muziekbibliotheek op elk moment en elke locatie. (2) Daarnaast fungeert Spotify als een digitaal archief waar gebruikers hun favoriete nummers kunnen opslaan in afspeellijsten, waardoor ze een gepersonaliseerd digitaal geheugen van hun muziekvoorkeuren creëren. (3) Het platform draagt ook bij aan de co-creatie van het zelf door gebruikers de mogelijkheid te geven deel te nemen aan gemeenschappen, vrienden te volgen, gezamenlijke afspeellijsten te maken en nieuwe artiesten te ontdekken via gepersonaliseerde aanbevelingen. Verder dient Spotify als een platform voor zelfexpressie, waar gebruikers via functies zoals het maken en (4) delen van afspeellijsten hun (5) identiteit kunnen herdefiniëren en uitdrukken. Dit stelt hen in staat om hun persoonlijke smaak, interesses en stemmingen te communiceren en zichzelf te presenteren aan anderen binnen de Spotify-gemeenschap. Het komende gedeelte zal de resultaten van zelfpresentatie op Spotify verder onderzoeken.

6.3 Spotify en zelfexpressie

Bijna unaniem geven respondenten aan bewust bezig te zijn met hun zelfpresentatie op Spotify. Sommigen geven er de voorkeur aan om al hun gegevens privé te houden, terwijl anderen ervoor kiezen om juist alles openbaar te maken. Niettemin blijkt het samenstellen van persoonlijke afspeellijsten de meest gebruikte methode te zijn om zichzelf te presenteren. Net zoals kledingstijl kan muziek op Spotify fungeren als een manier om zichzelf uit te drukken.

“Zeker uit zelfexpressie. Hetzelfde als ik dat doe bij mode of mijn kleren, doe ik dat echt ook bij mijn muziek.” (Emma)

“Ik zie daar wel echt wat stukjes van mezelf in, ook een beetje mijn eigen stijl. Dus ook mijn kledingstijl hoort er ook een beetje bij, dus een beetje jaren 2000.” (Sam)

Het gaat hierbij niet alleen om het bundelen van nummers in afspeellijsten, maar ook om het kiezen van de juiste titel, het zoeken van een passende cover en het samenstellen van een coherente lijst nummers. Hierdoor wordt het niet alleen een auditieve, maar ook een visuele ervaring voor de luisteraar. Deze processen worden vaak zorgvuldig overwogen en uitgevoerd, wat aangeeft dat het vormgeven en individualiseren van hun muzikale identiteit op Spotify een belangrijk aspect is voor deze respondenten.

“Zo een leuke naam verzinnen, een leuke cover vinden of maken, en zo een *description*. Dus daar ben ik wel veel mee bezig. Waarschijnlijk ook wel tweeledig. Enerzijds vind ik dat superleuk om te doen en dat te cureren. Anderzijds zal dat denk ik ook wel veel samenhangen met hoe ik mezelf toon op Spotify.” (Anna)

“Als ik een nieuwe afspeellijst maak, dan heeft die een vibe. En dan ga ik naar Pinterest om daar in die vibe een soort van connectie mee te zoeken met een afbeelding of in mijn eigen foto's. En dan zien, ja, ik heb dan heel lang dat ik zoek achter een juiste cover, omdat dat zo echt moet passen voor mij. Want ja, ik weet niet, dat maakt de hele afspeellijst anders, vind ik.” (Sophie)

Enkelen gaan zelfs zo ver dat ze de cover van hun afspeellijst personaliseren met behulp van digitale creatieve tools. Op deze manier kunnen ze een alternatieve en persoonlijke uitstraling geven aan hun afspeellijsten.

“Maar daar kruip natuurlijk veel tijd aan werk in om die cover heel mooi te krijgen met zowat een beetje graphic design.” (Sam)

“Mijn visuals en zo, daar denk ik toch over na. En 'Shantay you slay' [persoonlijke afspeellijst] heb ik helemaal zelf gemaakt. Zo'n old version van een computer, met daarin dan verwerkt een Dua Lipa foto”. (Michael)

Respondenten die veel tijd besteden aan het samenstellen van hun Spotify-profiel streven vaak naar een alternatieve uitstraling om te voorkomen dat ze als '*basic*' worden beschouwd, een term die vaak geassocieerd wordt met mainstreammuziek. Ze selecteren strategisch hun muziek om een specifiek imago te cultiveren en vermijden zo de indruk te wekken dat ze fans zijn van populaire nummers.

“En ook soms luister ik heel fel dezelfde soort muziek en dan wil ik zo niet overkomen als een popster fan of zoiets. Misschien daarom.” (Daan)

“Of ook ja, als je bijvoorbeeld heel veel mainstreammuziek luistert of zo, kunnen mensen misschien er al van uit gaan dat je dan ook een beetje... niet zo alternatief bent.” (Sam)

De analyse toont aan dat LGBTQ-gebruikers vaak minstens één afspeellijst hebben die niet specifiek hun seksuele identiteit benadrukt, maar toch een connectie heeft met de LGBTQ-cultuur. Deze connectie kan worden waargenomen aan de hand van elementen zoals de coverafbeelding, de titel van de afspeellijst of de selectie van nummers die erin zijn opgenomen.

“Oeh, een heel grote voor mij is de 'Rocky Horror Picture Show [Film] Playlist'”. (Anna)

“Ik heb één playlist. Nee, ik heb er een paar. Ik heb 'Slaycation' want 'slay' is een woord dat nogal prominent... een belangrijk woord is in de LGBTQ-community.” (Sam)

Toen gebruikers werden gevraagd naar hun motivatie voor het maken van LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten, gaven ze aan dat dit vaak onbewust gebeurde. Ze waren echter trots op hun identiteit en hadden geen angst om dit naar de buitenwereld te tonen. Bovendien voelden ze zich graag verbonden met de groep waarmee ze zich identificeerden, met inbegrip van de queer gemeenschap.

“Misschien een manier om dat toch te uiten, van: 'ik ben trots, boeien eigenlijk'.” (Daan)

“Ik denk dat dat heel subtiel is, omdat ik niet echt afspeellijsten maak waar het duidelijk is van: 'Ah ja, she's queer.' Maar eerder mensen die mij kennen of ook een beetje in de queer community zitten, dat die misschien wel doorhebben van: 'Ah ja, oké, I get it.'” (Emma)

Op de vraag hoe respondenten denken dat anderen hen zien op basis van hun Spotify-account, gaven deelnemers aan dat ze duidelijk als lid van de LGBTQ-gemeenschap worden gezien of dat anderen vermoedens zouden kunnen hebben over hun seksualiteit. Dit toont aan dat de LGBTQ-identiteit van gebruikers, zelfs zonder bewuste intentie, zichtbaar wordt in hun Spotify-accounts. Hierdoor kunnen anderen inzicht krijgen in hun seksuele identiteit, wat de kracht van muziek als middel voor zelfexpressie benadrukt.

“Ik denk dat ze heel snel kunnen zien welke identiteit ik heb. Ja, dat ik LGBTQ ben.” (Daan)

“Ik denk dat ze zullen denken: ja, die is gay. Punt 1. En dan misschien nog wat verschieten van sommige muziek waar ik ook graag naar luister.” (Lars)

“Ja, ik denk dat andere mensen zouden kunnen zien dat ik deel uitmaak van de LGBTQ-gemeenschap op basis van wat ik luister. Dat bepaalde artiesten toch wel vaak terugkomen die typisch worden geassocieerd met de LGBTQ-community.” (Sam)

Sommige gebruikers kiezen ervoor om hun identiteit openbaar te uiten op Spotify, terwijl anderen dit discreet houden en de voorkeur geven aan privacy. Deze variatie in benadering suggereert dat individuen verschillende niveaus van comfort hebben met zelfpresentatie op het platform. Voor Nora, die nog zoekende is in haar seksualiteit, is dit een persoonlijke en gevoelige kwestie, waardoor ze haar LGBTQ-identiteit liever privé houdt. Dit wijst erop dat mensen die nog onzeker zijn over hun seksualiteit dit liever privé verkennen. Wanneer ze hun seksualiteit eenmaal hebben gevonden en geaccepteerd, zijn ze er trots op om dit aan anderen te laten zien.

“Maar in een zin als je openbaar bent dan is dat wel een deel van je persoonlijkheid dat je toont. ... Allee, in mijn geval misschien ... ik ben nog een beetje zoekende daarin [haar seksualiteit]. Dat is misschien wel zo'n beetje een gevoelig iets om meteen te tonen of zo.” (Nora)

"Ik heb maar één echt privé afspeellijst, dat is zo van mij naar mij toe. Afspeellijsten waar onzekerheden in kunnen zitten, dat toon ik niet graag naar mensen." (Lisa)

"Ik heb die allemaal afgeschermd staan, want dat is iets van mij. Ik zie dat als mijn persoonlijke CD-kast en daar ga je bij iemand zijn thuis ook niet zomaar in neuzen zonder toestemming." (Daan)

6.3.1 Zelfpresentatie op andere platformen

In vergelijking met hun opvattingen over het delen van muziek op Spotify, besteden respondenten meer aandacht aan welke nummers ze op platforms zoals Tinder, Bumble en BeReal plaatsen. Aangezien het gaat om onbekende mensen die een eerste indruk vormen, zijn respondenten zeer selectief in welke muziek ze presenteren.

"Je zet jezelf ook een beetje op Tinder om je te verkopen op een manier. Je zit daarop voor iemand te vinden. Dat is ook een makkelijk aanspreekpunt van, 'Jij vindt die artiest leuk', en dan kan je gewoon een gesprek beginnen." (Lars)

"Hoewel ik daarbij [Bumble] soms wel een paar artiesten had gedempt, dat ze die niet zagen, zoals bijvoorbeeld Taylor Swift, omdat dat vaak heel provocerend kan zijn of zo, omdat heel veel mensen zo ofwel heel hard voor Taylor Swift zijn, ofwel heel hard tegen Taylor Swift." (Sam)

De bevindingen van dit onderzoek werpen een interessant licht op Goffmans (1959) theorie over impressiemanagement, waarbij de respondenten laten zien hoe ze omgaan met de presentatie van zichzelf op Spotify. Hoewel sommige deelnemers eerst beweerden dat ze niet bewust bezig zijn met hoe ze overkomen op anderen via hun Spotify-account, blijkt uit verdere analyse dat ze er meer aandacht aan besteden dan ze oorspronkelijk aangaven. De zorgvuldige keuzes die ze maken bij het samenstellen van afspeellijsten onthullen een dieper streven om een bepaalde indruk te creëren bij hun volgers. Bovendien werpen de LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten licht op het feit dat gebruikers, zowel bewust als onbewust, actief hun seksuele identiteit laten doorschemeren. Of dit nu subtiel of expliciet gebeurt, het dient als een manier om trots te uiten en zich verbonden te voelen met de bredere sociale groep. Dit verschijnsel bevestigt bovendien de concepten van relationele identiteit zoals beschreven door Gee (2000), maar dan toegepast op het Spotify-platform.

6.4 Gemeenschap

De respondenten waarderen de inzet van Spotify om hun kernwaarden van diversiteit, gelijkheid, inclusiviteit en betrokkenheid na te streven. De aanwezigheid en erkenning van LGBTQ-content op Spotify geeft hun het gevoel gezien te worden en biedt hoop dat LGBTQ-artiesten ook mainstream kunnen worden in een voornamelijk heteronormatieve muziekwereld.

“Want de laatste jaren is er meer van die [LGBTQ] muziek voor mij, vind ik. Er zijn toch meer mogelijkheden voor die [LGBTQ] artiesten om muziek uit te brengen, en toch ook om mainstream te worden.” (Daan)

“Er is gewoon altijd al een grote mannen dominantie geweest in muziek. ... Dus ik vind dat wel goed om nu ook eens vrouwen en LGBTQ, iets anders te delen dan dat. Ik heb het gevoel dat muziek wel een manier is om mensen meer aware te maken van LGBTQ.” (Maya)

Toch trekken sommige respondenten de intenties van Spotify om hun kernwaarden na te streven in twijfel. Ze betwijfelen of Spotify daadwerkelijk streeft naar inclusiviteit en ondersteuning van de LGBTQ-gemeenschap, of dit alleen doen om aan de verwachtingen van mensen en de maatschappij te voldoen. Dit fenomeen staat bekend als ‘pinkwashing’, waarbij bedrijven of organisaties zichzelf presenteren als LGBTQ-vriendelijk om een progressief imago te creëren, zonder daadwerkelijke betrokkenheid of actie te tonen op het gebied van LGBTQ-rechten of -ondersteuning.

"Ja, ik denk dat Spotify de representatie wel echt super goed doet. Want op GLOW heb je echt zo de verschillende afspeellijsten van de verschillende seksualiteiten. Dus ik vind het echt wel super nice. Maar waar ik ook wel over twijfel is of dat Spotify dat zo doet om zo een beetje pinkwashing." (Michael)

“Ik denk wel dat dat kan, maar ik denk echt gewoon dat het bedrijf er niet mee bezig is. Behalve als het dan moet met Pride Month of zo. Ik weet niet hoe activistisch dat is om dat te doen wanneer je het moet doen. Om het zo te zeggen.” (Luca)

De aanwezigheid van LGBTQ-afspeellijsten, artiesten en nummers op Spotify brengt bij de respondenten gevoelens van trots en empowerment teweeg. Ze ervaren trots over hun

identiteit, hun seksualiteit en de groeiende zichtbaarheid van LGBTQ-artiesten. Bovendien koesteren ze een gevoel van vrijheid om zichzelf openlijk te uiten over hun seksualiteit, wat bijdraagt aan hun gevoel van eigenwaarde en acceptatie.

“Op de manier dat ik het heel bewust doe [luisteren naar LGBTQ-artiesten], is het heel vaak pride month. Gewoon van 'oh ja, this is our time to shine'.” (Anna)

“Ik ben soms trots op bijvoorbeeld kleine artiesten die groter worden. Dan ben ik zo van 'wauw, you did that'. En zeker als dat iemand van een minority-groep is, zoals LGBTQ, of een vrouw, of zwart of iets in die aard.” (Maya)

"Ik kan wel zo, als ik Lil Nas X [LGBTQ-artiest] hoor zingen over een jongen, denk ik wel zo, 'Ah, you go, you go Guy! That's amazing!'. Ik kan daar wel zo heel supportive over voelen van, zo, dit is echt nice dat er zo gezongen wordt." (Lisa)

De respondenten benadrukken ook het verbindende karakter van LGBTQ-afspeellijsten, zoals 'Pride'. Ze ervaren een diepere verbinding met de nummers en de boodschappen die ze overbrengen, wat leidt tot een gevoel van identificatie en verbondenheid. De gedeelde ervaringen van LGBTQ-individuele creëren begrip en verbondenheid die niet begrepen worden door heteroseksuelen. Dit bevordert de ontwikkeling van LGBTQ-*fanbases* door de herkenning in nummers en draagt bij aan een gevoel van saamhorigheid en collectieve identiteit binnen de gemeenschap. Door steun te tonen aan deze artiesten op digitale platformen of tijdens concerten, laten fans niet alleen hun waardering blijken voor hun muziek, maar ook voor hun openheid en representatie van de LGBTQ-gemeenschap.

“De mensen die dat [LGBTQ-afspeellijsten] maken die snappen u gewoon op een manier. ... Als uw vrienden gay zijn of een vriend die hetero is, er is echt een verschil. ... Iemand hetero gaat daar niet meteen mee weg zijn. ... Met die [LGBTQ] playlists is dat dan ook ergens van die hebben dezelfde ervaringen gehad of die zitten een beetje in dezelfde situatie. Dus dat klopt gewoon. Dat sluit gewoon beter aan of sneller aan bij hoe ik me ook voel.” (Lars)

“Ja, wat ik echt al vaak heb gezegd, maar gewoon, dan voel je met je identity gewoon niet alleen of zo... En dan voel je je gewoon zo van: 'oké, I'm normal, whatever'. En dat je dat op die manier wel gewoon in je face krijgt. Dat is oké, kijk. Er is wel gewoon een community waar je steun kunt halen.” (Emma)

Of de representatie van LGBTQ op Spotify daadwerkelijk ook kan leiden tot invloedrijke politieke beslissingen, daar zijn de meningen over verdeeld bij de respondenten. Volgens sommigen zou het Spotify platform mogelijkheden bieden tot activisme zoals al te zien valt bij andere sociale mediaplatformen.

"Ik denk dat wel, maar dan denk ik eerder via podcasts. ... Je hebt ook podcasts over de black community, over al die dingen. Dus voor LGBTQ kan dat ook wel denk ik." (Lisa)

"Maar, ja, je hebt wel zo bijvoorbeeld al heel veel afspeellijsten rond 'free Palestina'. Zo die, en ik denk dat dat ook wel doorgetrokken wordt naar queer groepen." (Sophie)

Sommigen zijn van mening dat Spotify niet de juiste kracht heeft of het geschikte platform is voor activisme, en dat andere platforms meer geschikt zijn voor deze doeleinden. Voor deze mensen zou Spotify zich moeten blijven concentreren op zijn hoofddoel, namelijk het aanbieden van muziek.

"Ik denk wel dat dat kan, maar ik denk echt gewoon dat het bedrijf er niet mee bezig is. Behalve als het dan moet, met Pride Month of zo. Ik weet niet hoe activistisch dat is om dat te doen wanneer je het moet doen, om het zo te zeggen. Ik denk ook niet dat dat misschien het platform is om dat op te doen." (Luca)

"Nee, ik denk eigenlijk dat Spotify dat niet... Ik denk dat het nog steeds bij muziek moet blijven houden. Nee, ik zou dat gewoon zo houden en niet meer te veel uitbreiden." (Lotte)

Volgens Lecklider (2006), waarin muziek wordt beschreven als een arena waar minderheidsgroepen hun stem kunnen laten horen en seksuele identiteit wordt gevormd, kan ook Spotify worden gezien als een dergelijke ruimte. De LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten op Spotify fungeren als een centrale verzamelplaats waar individuen emoties en ervaringen delen die resoneren binnen de LGBTQ-gemeenschap. Dit draagt bij aan een gevoel van verbondenheid en solidariteit onder gebruikers. Deze verbondenheid resulteert in de vorming van LGBTQ-fangroepen, wat bijdraagt aan het versterken van een collectieve identiteit binnen de LGBTQ-gemeenschap, wat overeenkomt met de bevindingen van Eyerman (2002).

Hoewel muziek offline mensen samenbrengt tot activisme, lijkt dit online op Spotify minder uitgesproken te zijn. Ondanks de interpretatie van Dhaenens en Burgess (2019) van LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten als een vorm van activisme in hun inhoudsanalyse, wordt

dit vanuit het perspectief van de gebruiker minder duidelijk ervaren. De digitale sfeer van Spotify biedt mogelijk minder ruimte voor directe activistische activiteiten vergeleken met offline bijeenkomsten en protesten.

7 Discussie en conclusie

Deze masterproef probeert inzicht te geven in hoe Spotify en zijn unieke functies de identiteitsvorming en zelfpresentatie bij LGBTQ-gebruikers beïnvloeden en een LGBTQ-gemeenschap stimuleren. Om de onderzoeksvraag te beantwoorden, is er eerst een analyse uitgevoerd over hoe Spotify-gebruikers verschillende functies toepassen. Daarna is de impact van dit platform op de identiteitsontwikkeling van LGBTQ-individueen onderzocht. Bovendien is de rol van zelfpresentatie op Spotify bestudeerd. Uiteindelijk is er gekeken hoe het platform kan helpen bij het opbouwen en versterken van een LGBTQ-gemeenschap.

Het Unieke Ecosysteem van Spotify

De analyse van de resultaten wijst uit dat het creëren en beluisteren van persoonlijke afspeellijsten de meest gangbare activiteit is onder Spotify-gebruikers. Desalniettemin bieden de unieke aanbevelingsalgoritmen en sociale functies van Spotify aanzienlijke voordelen voor de LGBTQ-gemeenschap. Ze dienen niet alleen als een bron van inspiratie en een middel voor het ontdekken van nieuwe muziek, maar ze faciliteren ook de toegankelijke verspreiding van opkomende LGBTQ-artiesten en hun nummers onder gebruikers. Deze aspecten versterken de rol van Spotify als een culturele intermediair, zoals gedefinieerd door Leisewitz en Musgrave (2022), voor muzikale ontdekking en culturele uitwisseling binnen de LGBTQ-gemeenschap, wat gevoelens van inclusie bevordert. De rol van Spotify als culturele bemiddelaar manifesteert zich in de sociale en culturele transformaties die leiden tot de acceptatie van de LGBTQ-gemeenschap. Het biedt hen toegang tot een omgeving waarin ze niet worden beoordeeld. Echter, een kritische blik onthult dat het verbindende element onderhevig is aan een filterbubbeleffect. Enkel gebruikers die actief betrokken zijn bij de LGBTQ-muziekcultuur ontvangen aanbevelingen binnen deze categorie. Daarnaast wordt er kritiek geuit op het relatief onbekende genre 'GLOW'. Ondanks dat dit genre een sterke representatie biedt van de LGBTQ-cultuur, ervaren gebruikers problemen bij het lokaliseren ervan. Ze zijn van mening dat de term 'GLOW' niet voldoende duidelijk maakt dat het een genre is dat specifiek gerelateerd

is aan de LGBTQ-gemeenschap. Dit suggereert dat er een proactieve benadering nodig is om dit genre te ontdekken, in plaats van dat het passief wordt aangeboden.

Spotify als digitaal instrument voor LGBTQ-Identiteitsontwikkeling

Spotify fungeert als een belangrijk digitaal hulpmiddel doorheen de verschillende fasen van identiteitsontwikkeling bij LGBTQ-individueen, zoals uiteengezet in het Coming Out Model van Cass (1979). Spotify ondersteunt LGBTQ-individueen niet alleen bij het beter begrijpen van hun emoties, maar faciliteert ook hun navigatie door de diverse verhalen en ervaringen binnen de queergemeenschap om hun positie op het LGBTQ-spectrum te bepalen. Bovendien stimuleren de aanbevelingsalgoritmen de verkenning en uitbreiding van dergelijke identiteiten door een gevarieerde selectie van LGBTQ-artiesten aan te bevelen, zoals beschreven door Emma: “Zoals zo’n [LGBTQ] afspeellijsten sowieso, duwt u dat wel in de richting van jezelf te ontdekken en te kijken waar op het spectrum, tussen haakjes, dat je zit. Bij sommige dingen kun je je wel relaten, bij sommige dingen veel minder.” Deze bevindingen suggereren dat de aanbevolen content niet alleen dient ter vermaak, maar ook als een medium voor persoonlijke reflectie en zelfontdekking. Deze bevindingen ondersteunen de conclusies van Craig en McInroy (2014), die de gunstige impact van digitale platforms gedurende de diverse stadia van LGBTQ-identiteitsontwikkeling benadrukken.

De identiteit van gebruikers wordt verder gevormd door hun persoonlijke afspeellijsten op Spotify, die steeds meer worden samengesteld op basis van context in plaats van genres. Deze observatie is in overeenstemming met de bevindingen van Dhaenens en Burgess (2019). Gebruikers bezitten over afspeellijsten die verbonden zijn met hun LGBTQ-identiteit en die fungeren als een verlengstuk van hunzelf in de digitale wereld. Deze afspeellijsten variëren van subtiel getitelde zoals 'Shantay you slay' tot meer expliciete benamingen zoals 'Fitness But Make It Gay'. Spotify fungeert als een krachtig instrument voor individuen om hun persoonlijke ervaringen en percepties te articuleren, waardoor afspeellijsten een cruciaal platform worden voor zelfexpressie en identiteitsconstructie binnen de LGBTQ-gemeenschap. Deze bevindingen ondersteunen de vijf kenmerken van de ‘extended self’ in de digitale sfeer, zoals voorgesteld door Belk (2013). Bovendien bekrachtigen ze de stelling van Hagen (2015) dat persoonlijke afspeellijsten een belangrijke rol spelen in het vormgeven van de ‘extended self’.

Spotify als muzikale uithangbord van zelfexpressie

De LGBTQ-afspeellijsten fungeren ook als een middel om zichzelf aan anderen te presenteren. De functies die Spotify biedt voor het personaliseren van afspeellijsten - zoals het kiezen van nummers, het aanpassen van de cover en het toevoegen van een titel en beschrijving - stellen gebruikers in staat om zichzelf op een bepaalde manier te presenteren binnen een gecontroleerde omgeving. Dit bevestigt de impressiemanagementtheorie van Goffman (1959), die stelt dat mensen zich bewust gedragen om bepaalde indrukken over zichzelf bij anderen te creëren. Er is een wijdverspreide drang tussen gebruikers om zichzelf als 'alternatief' voor te stellen en het 'normale' zo veel mogelijk te ontwijken. Het is bovendien interessant om te zien dat de zelfexpressie in afspeellijsten van LGBTQ-gebruikers vaak gelinkt is aan de LGBTQ-cultuur. Dit laat zien dat ze trots zijn en niet terughoudend om hun seksuele identiteit via muziek te uiten. Toch is deze presentatie van hun seksualiteit eerder een onbewust proces. Spotify kan dus worden geïnterpreteerd als een sociaal platform waar LGBTQ-gebruikers hun identiteit kunnen articuleren door middel van individualiseringsprocessen en personalisatie van hun Spotify-profiel. Dit onderstreept de rol van digitale media in de zelfexpressie en identiteitsvorming binnen de LGBTQ-gemeenschap.

De theorie van impressiemanagement vindt zijn weerklank in de interactie tussen Spotify en zijn partnerplatforms, zoals Tinder en Bumble, waar muziek een cruciale rol speelt in de uitdrukking van persoonlijkheid. Gebruikers tonen meer terughoudendheid in hun zelfpresentatie op deze platforms dan op Spotify, voornamelijk vanwege de intentie om een optimale versie van zichzelf te presenteren aan onbekenden. Deze waarneming ondersteunt de theorie van relationele identiteit, voorgesteld door Gee (2000), die stelt dat individuen hun zelfpresentatie aanpassen aan de context.

Spotify als een veilige haven voor de LGBTQ-gemeenschap

Binnen de context van groepsdynamiek dient Spotify als een katalysator voor de erkenning en integratie van LGBTQ-gerelateerde inhoud, die gebruikers een gevoel van hoop en trots biedt in een overwegend heteronormatieve muziekindustrie. De representatie van de LGBTQ-gemeenschap in afspeellijsten inspireert een gevoel van empowerment, wat individuen stimuleert om openlijk te zijn over hun seksualiteit en LGBTQ-artiesten aanmoedigt voor hun bijdragen. Dit bekrachtigt en breidt de bevindingen van Jennex (2013) uit naar een digitale context. LGBTQ-individueen worden zich bewust van het feit dat ze niet alleen zijn en delen ervaringen met anderen, wat een gevoel van gemeenschap creëert. Er kan geconcludeerd

worden dat Spotify een cruciale rol speelt in het bieden van een veilige ruimte waar de LGBTQ-gemeenschap welkom is, een gemeenschap die vaak elders gemarginaliseerd wordt, en in het bevorderen van hun zichtbaarheid en acceptatie onder een breder publiek.

In tegenstelling tot de bevindingen van Dhaenens en Burgess (2019), blijkt Spotify niet het optimale platform te zijn voor politiek activisme of voor het uitoefenen van invloed op politieke besluiten met betrekking tot LGBTQ-gerelateerde kwesties. Hoewel er wordt beweerd dat afspeellijsten kunnen bijdragen aan het vergroten van het bewustzijn door ze te verbinden met een politieke boodschap, wordt deze opvatting doorgaans overschaduwd door de overtuiging dat Spotify zich primair moet richten op zijn kernfunctie: het streamen van muziek. Daarnaast worden de eigen inspanningen van Spotify, zoals de introductie van het genre "GLOW", bekritiseerd. De oprechtheid van dergelijke initiatieven wordt door sommige gebruikers in twijfel getrokken, vooral in het licht van het recente fenomeen van "pinkwashing". Dit heeft geleid tot een kritische evaluatie van de manier waarop Spotify omgaat met LGBTQ-gerelateerde kwesties. De resultaten bevestigen de bevindingen van de inhoudsanalyse door Dhaenens en Burgess (2019), die aantonen dat LGBTQ-afspeellijsten bijdragen aan de verrijking van de LGBTQ-cultuur en gemeenschapsvorming. Ze weerleggen echter de suggestie dat deze afspeellijsten een invloedrijke rol spelen in de identiteitspolitiek.

7.1 Beperkingen en aanbevelingen

Ondanks de waardevolle inzichten heeft deze studie ook beperkingen. Het is belangrijk voor de lezer om te begrijpen dat deze studie gebaseerd is op een steekproef die hoofdzakelijk afkomstig is uit de eigen sociale kring van de onderzoeker. Hierdoor bestaat het risico van selectiebias, aangezien de kenmerken en perspectieven van deze specifieke groep mogelijk niet representatief zijn voor de bredere populatie. Om de geldigheid en generaliseerbaarheid van de resultaten van dit onderzoek te verbeteren, wordt het aanbevolen om in toekomstige studies gebruik te maken van een grotere en willekeurige steekproef van LGBTQ-gebruikers op Spotify. Door een grotere steekproefomvang en een aselecte steekproeftrekking toe te passen, kunnen onderzoekers een breder scala aan ervaringen en perspectieven binnen de LGBTQ-gemeenschap op Spotify vastleggen. Dit zou bijdragen aan het verminderen van vertekeningen die voortvloeien uit selectiebias, en het mogelijk maken om conclusies te formuleren die relevant zijn voor de gehele gemeenschap.

8 Bronnenlijst

- Balleys, C., Millerand, F., Thoër, C., & Duque, N. (2020). Searching for oneself on YouTube: Teenage peer socialization and social recognition processes. *Social Media + Society*, 6(2), 205630512090947. doi:10.1177/2056305120909474
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal Of Consumer Research*, 15(2), 139–168. doi:10.1086/209154
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal Of Consumer Research*, 40(3), 477–500. doi:10.1086/671052
- Belk, R. W. (2014). Digital consumption and the extended self. *Journal Of Marketing Management*, 30(11–12), 1101–1118. doi:10.1080/0267257x.2014.939217
- Bennett, A., & Hodkinson, P. (2020). *Ageing and youth cultures: Music, style and identity*. Routledge.
- Bhandari, P. (2022, oktober 17). *Een introductie tot kwalitatief onderzoek*. Scribbr. <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/kwalitatief-onderzoek/>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Taylor and Francis
- Cass, V. C. (1979). Homosexual identity formation: A theoretical model. *Journal of Homosexuality*, 4(3), 219–235. doi:10.1300/J082v04n03_01
- Castells, M. (1996) *The information age: Economy, society and culture. Vol. I: The rise of the network society*. Oxford: Blackwell.
- Cover, R. (2012). *Queer youth suicide, culture and identity: Unliveable lives?* Routledge.
- Craig, S. L., Eaton, A. D., McInroy, L. B., Leung, V. W. Y., & Krishnan, S. (2021). Can social media participation enhance LGBTQ+ youth well-being? Development of the social media benefits scale. *Social Media + Society*, 7(1), 205630512198893. doi:10.1177/2056305121988931

- Craig, S. L., & McInroy, L. (2014). You Can Form a Part of Yourself Online: The Influence of New Media on Identity Development and Coming Out for LGBTQ Youth. *Journal Of Gay & Lesbian Mental Health*, 18(1), 95–109. doi:10.1080/19359705.2013.777007
- Dean, B. (2023, 27 maart). *Spotify user stats*. Backlinko. Geraadpleegd op 11 februari 2024, van <https://backlinko.com/spotify-users#playlists-available-on-spotify>
- De Smet, B., & Dhaenens, F. (2022). “Music makes the people come together”: Spotify as an intimate social media platform: Transnational perspectives. *Identities and Intimacies on Social Media*, 66–81. doi:10.4324/9781003250982-6
- Dhaenens, F., & Burgess, J. (2019). ‘Press play for pride’: The cultural logics of LGBTQ-themed playlists on Spotify. *New Media & Society*, 21(6), 1192–1211. doi:10.1177/1461444818808094
- Eder, D., Staggenborg, S. & Sudderth, L. (1995). The national women’s music festival: Collective identity and diversity in a lesbian-feminist community. *Journal of Contemporary Ethnography*, 23(4), 485–515. doi:10.1177/089124195023004004
- Eyerman, R. (2002). Music in movement: Cultural politics and old and new social movements. *Qualitative Sociology*, 25, 443–458. doi:10.1023/A:1016042215533
- Gee, J. P. (2000). Chapter 3: Identity as an Analytic Lens for Research in Education. *Review Of Research in Education*, 25(1), 99–125. doi:10.3102/0091732x025001099
- Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. New York: Doubleday Anchor Books.
- Götting, M. C. (2023). *Number of Spotify premium subscribers worldwide from 1st quarter*

- 2015 to 3rd quarter of 2023 [Dataset]. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/244995/number-of-paying-spotify-subscribers/>
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? *Field Methods*, 18(1), 59–82. doi:10.1177/1525822x05279903
- Hagen, A. N. (2015). The playlist experience: personal playlists in music streaming services. *Popular Music And Society*, 38(5), 625–645. doi:10.1080/03007766.2015.1021174
- Hargreaves, D. J., Miell, D., & MacDonald, A. R. (2002). What are musical identities, and why are they important? In *Musical identities* (pp. 1–20). Oxford University Press. doi:10.1093/oso/9780198509325.003.0001
- Human Dignity Trust. (2024). *Map of countries that criminalise LGBT people*. Geraadpleegd op 15 maart 2024, van <https://www.humandignitytrust.org/lgbt-the-law/map-of-criminalisation/>
- Human Rights Campaign Foundation. (2023). 2023 LGBTQ+ Youth Report. In *Human Rights Campaign*.
- Jennex, C. (2013). Diva Worship and the Sonic Search for Queer Utopia. *Popular Music And Society*, 36(3), 343–359. doi:10.1080/03007766.2013.798544
- Jobriath. (2023). In *Jobriath*. Geraadpleegd op 23 januari 2024, van [https://en.wikipedia.org/wiki/Jobriath#:~:text=Bruce%20Wayne%20Campbell%20\(December%2014,musicians%20to%20die%20of%20AIDS.&text=King%20of%20Prussia%2C%20Pennsylvania%2C%20U.S.](https://en.wikipedia.org/wiki/Jobriath#:~:text=Bruce%20Wayne%20Campbell%20(December%2014,musicians%20to%20die%20of%20AIDS.&text=King%20of%20Prussia%2C%20Pennsylvania%2C%20U.S.)
- Joven, J. (2018, 13 maart). Spotify: The rise of the contextual playlist. *Chartmetric*.

Geraadpleegd op 28 januari 2024, van <https://medium.com/chartmetric-blog/spotify-the-rise-of-the-contextual-playlist-c6f2c26900f4>

Kang, E. B., Kish, Z., & Peters, B. (2023). On streaming-dating convergence: Music-mediated self-presentations on Tinder. *New Media & Society*, 25(8), 2057–2072. doi:10.1177/14614448211026618

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–524. doi:10.1086/268109

Lecklider, A. (2006). Introduction. *Journal Of Popular Music Studies*, 18(2), 117–123. doi:10.1111/j.1533-1598.2006.00084.x

Leisewitz, A., & Musgrave, G. (2022). Does Spotify create attachment? *Culture Unbound: Journal Of Current Cultural Research*, 14(1), 75–100. doi:10.3384/cu.3384

Lewallen, J., & Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or thinterest?: Social comparison and body image on social media. *Social Media + Society*, 2(1), 205630511664055. doi:10.1177/2056305116640559

Lonsdale, A. J., & North, A. C. (2011). Why do we listen to music? A uses and gratifications analysis. *British Journal of Psychology*, 102(1), 108–134. doi:10.1348/000712610x506831

Marwick, A. E., & Boyd, D. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users,

- context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133.
doi:10.1177/1461444810365313
- Potter, J., & Gilje, Ø. (2015). Curation as a new literacy practice. *E-learning And Digital Media*, 12(2), 123–127. doi:10.1177/2042753014568150
- Rahmasari, K., & Purwaningtyas, M. P. F. (2022). The extended self: Youth's identity in the music consumption of Indonesian Spotify users. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, 5(2), 187–206. doi:10.38194/jurkom.v5i2.548
- Silva, C., Chu, C., Monahan, K. R., & Joiner, T. E. (2015). Suicide risk among sexual minority college students: A mediated moderation model of sex and perceived burdensomeness. *Psychology Of Sexual Orientation And Gender Diversity*, 2(1), 22–33. doi:10.1037/sgd0000086
- Sinclair, G., & Tinson, J. (2017). Psychological ownership and music streaming consumption. *Journal Of Business Research*, 71, 1–9. doi:10.1016/j.jbusres.2016.10.002
- Sommer, T. (2019, 13 augustus). *8 queer music milestones you might not know about*.

Billboard. Geraadpleegd op 9 december 2023, van
<https://www.billboard.com/culture/pride/pride-issue-8-queer-music-milestones-lgbtq-history-8527276/>
- Spotify. (z.d.). *Diversity, equity, inclusion & belonging*. LifeatSpotify. Geraadpleegd op 12 februari 2024, van <https://www.lifeatspotify.com/diversity-equity-impact/diversity-equity-inclusion-belonging>
- Spotify. (2024a). *Waar is Spotify beschikbaar?* Support Spotify. Geraadpleegd op 17 februari 2024, van <https://support.spotify.com/be-nl/article/where-spotify-is-available/>
- Spotify. (2024b). *GLOW*. Geraadpleegd op 3 mei 2024, van
<https://open.spotify.com/genre/0JQ5DAqbMKFGnsSfvg90Wo>

- Tarrant, M., North, A. C., & Hargreaves, D. J. (2002). Youth Identity and Music. In *Oxford University Press eBooks* (pp. 134–150). doi:10.1093/oso/9780198509325.003.0008
- Taylor, J. (2012). *Playing it queer: Popular music, identity and queer world-making*. Peter Lang.
- Taylor, V., & Whittier, N. (1992). Collective identity in social movement communities: Lesbian feminist mobilization. In *Frontiers in Social Movement Theory*, 104–129. Yale University Press.
- Thompson, S., & Loveland, J. M. (2015). Integrating Identity and Consumption: An Identity Investment Theory. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 23(3), 235–253. doi:10.1080/10696679.2015.1032471
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Van Dijk, J. (2020). Networks: the nervous system of society. In *The network society* (4de editie). SAGE Publications Ltd. doi:10.4135/9781529739114
- Waidzunus, T. (2012). Young, gay, and suicidal: Dynamic nominalism and the process of defining a social problem with statistics. *Science, Technology, & Human Values*, 37(2), 199–225. doi:10.1177/0162243911402363
- Wargo, J. M. (2017). #Donttagyourhate: Reading collecting and curating as genres of participation in LGBT youth activism on Tumblr. *Digital Culture & Education*, 9(1), 14–31.

9 Appendices

Appendix 1: Demografische kenmerken

Respondent	Leeftijd	Genderidentiteit	Seksualiteit
Anna	24	Non-binair	Queer
Maya	21	Cisgender	Biseksueel
Sam	21	Cisgender	Biseksueel
Nora	22	Cisgender	Queer
Lisa	24	Cisgender	Zoekende
Sophie	23	Cisgender	Lesbisch
Lotte	23	Cisgender	Lesbisch
Emma	22	Cisgender	Panseksueel
Luca	23	Transgender	Homoseksueel
Daan	24	Cisgender	Homoseksueel
Lars	21	Cisgender	Homoseksueel
Michael	23	Cisgender	Homoseksueel

Appendix 2: Gespreksgids

INTRO

Welkom bij dit interview over het gebruik van Spotify. In dit interview zullen we dieper ingaan op de verschillende aspecten van Spotify en hoe het onze LGBTQ-identiteit en interacties online vormgeeft.

Voordat we dieper ingaan op specifieke onderwerpen, wil ik graag beginnen met enkele basisvragen om een algemeen beeld te krijgen van jouw ervaringen en perspectieven op het gebruik van Spotify.

Laten we beginnen met een paar eenvoudige vragen om ons op weg te helpen.

1. Wat is jouw gebruikersnaam op Spotify en hoelang gebruik je het platform al?
2. Hoe zou je jouw algemene ervaringen met Spotify tot nu toe beschrijven?
3. Hoe vaak gebruik je Spotify in je dagelijks leven?

4. Welke functies van Spotify gebruik je het meest? (Bijvoorbeeld: afspeellijsten maken, afspeellijsten opzoeken, zoekfunctie, volgfunctie, spotify's algoritme,...)
5. Heb je een favoriete afspeellijst die je regelmatig beluistert? Zo ja, wat maakt die afspeellijst speciaal voor jou?
6. Hoe belangrijk is muziek voor jou in het algemeen? Beschouw je het meer als een achtergrondgeluid of als een actief onderdeel van je dagelijkse activiteiten?

DEEL 1: Demografische kenmerken

1. Wat is je leeftijd?
2. Wat is je geslacht?
3. Wat is je genderidentiteit (cisgender, transgender, non-binair, genderfluïde,...)?
4. Op welke plek identificeer jij jezelf binnen het LGBTQIA+-spectrum?

DEEL 2: Spotify als sociaal mediaplatform

1. Waarom gebruik jij Spotify? Welke specifieke doelen/behoefte probeer je te bereiken door het gebruik van Spotify?
2. Op welke manier denk je dat Spotify specifiek inspeelt op de behoeften van de LGBTQ+-gemeenschap?
3. Zie jij Spotify als een sociaal mediaplatform of louter een streamingdienst? Waarom wel of niet, en hoe verschilt het volgens jou van andere sociale mediaplatforms?
4. Op Spotify zijn er heel wat sociale functies zoals de mogelijkheid om artiesten en vrienden te volgen, de luisteractiviteit bekijken bij vrienden, gezamenlijke afspeellijsten maken, ... Hoe gebruik je de verschillende sociale functies van Spotify?
5. Wat motiveert je om deze functies te gebruiken?
6. Hoe vaak deel je muziek of afspeellijsten met anderen (bv: Spotify wrapped)?
7. Heb je ooit al nieuwe muziek ontdekt via vrienden? Zo ja, welke soort?
8. Heb je ooit problemen ervaren of negatieve ervaringen gehad bij het gebruik van de sociale functies van Spotify?
9. Zie je mogelijkheden voor verbetering of veranderingen die Spotify kan aanbrengen om de sociale functies te verbeteren?

DEEL 3: Spotify en LGBTQ-identiteitsontwikkeling

1. Op Spotify zijn er veel afspeellijsten te vinden van andere gebruikers en Spotify die de LGBTQ+-gemeenschap vertegenwoordigen. Spotify heeft zelfs het genre 'GLOW' geïntroduceerd, wat LGBTQ-artiesten en -nummers representeren. Hoe denk jij dat Spotify kan helpen bij het vormen van een LGBTQ+-identiteit?
2. Heb je zelf afspeellijsten of nummers op Spotify die je identiteit als LGBTQ-persoon weerspiegelen?
3. Hoe heeft het luisteren naar muziek via Spotify je geholpen bij het verkennen of versterken van je LGBTQ-identiteit?
4. Zie je Spotify als een verlengstuk van jezelf als het gaat om het uiten en verkennen van je LGBTQ-identiteit? Zo ja, op welke manieren?
5. Vind jij dat Spotify voldoende bijdraagt aan een meer representatieve weergave van de diversiteit binnen de queer gemeenschap zelf, zoals niet-binaire en transgender personen?
6. Zie je Spotify als een platform dat de zichtbaarheid en acceptatie van de LGBTQ-gemeenschap bevordert? Waarom wel of niet?
7. Heb je suggesties voor hoe Spotify zijn ondersteuning voor de LGBTQ-gemeenschap kan verbeteren?
8. Spotify beschikt over diverse aanbevelingsalgoritmen, waaronder gepersonaliseerde afspeellijsten en aanbevolen nummers. Maak je hier wel eens gebruik van? En zo ja, op welke manier hebben de aanbevelingsalgoritmen van Spotify je geholpen bij het ontdekken van LGBTQ+-inhoud?
9. Denk je dat de aanbevelingsalgoritmen invloed hebben op hoe je je identiteit ontwikkelt of verder uitbreidt?
10. Heb je ooit gemerkt dat de aanbevelingen van Spotify je hebben blootgesteld aan nieuwe LGBTQ-artiesten of -nummers waarvan je anders misschien niet op de hoogte zou zijn geweest?
11. Denk je dat de aanbevelingsalgoritmen van Spotify een positieve rol spelen in het bevorderen van diversiteit en inclusie binnen de muziekwereld?
12. Heb je ooit negatieve ervaringen gehad met de aanbevelingsalgoritmen van Spotify met betrekking tot LGBTQ-content? Zo ja, hoe heb je hiermee omgegaan en hoe denk je dat Spotify dit kan verbeteren?

DEEL 4: Spotify en zelfpresentatie

1. Op Spotify zijn er heel wat mogelijkheden om jezelf te presenteren, zoals persoonlijke afspeellijsten, jouw luisteractiviteit, Spotify Wrapped,... Ben je bewust van hoe je jezelf presenteert op Spotify? Zo ja, op welke manieren?
2. Kunnen jouw vrienden/volgers zien wat je luistert? Met andere woorden, staat je luisteractiviteit en afspeellijsten openbaar?
3. Kies je specifieke nummers of maak je bepaalde afspeellijsten om bepaalde aspecten van jezelf te tonen aan anderen?
4. Hoe denk je dat anderen jou zien op basis van wat je deelt op Spotify?
5. Hoe belangrijk vind je het onderscheid tussen publieke en privé afspeellijsten op Spotify als het gaat om zelfpresentatie en het beheren van je online identiteit?
6. Gebruik je bewust publieke of privé afspeellijsten op Spotify om een bepaald imago te behouden of om specifieke aspecten van jezelf te tonen aan anderen? Zo ja, hoe maak je deze keuze
7. Heb je ooit overwogen om bepaalde afspeellijsten privé te houden om je online identiteit te beheren of om privacy redenen? Zo ja, wat waren je overwegingen hierbij?
8. Denk je dat het delen van publieke afspeellijsten op Spotify een impact heeft op hoe anderen jou zien en beoordelen? Zo ja, op welke manieren?
9. Op welke manieren verschilt je zelfpresentatie op Spotify van andere sociale mediaplatforms?
10. Heb je al eens muziek van spotify gedeeld via andere platforms zoals Tinder, Bumble, BeReal, instagram/...? Hoe denk je dat het delen van deze informatie bijdraagt aan jouw zelfpresentatie en identiteitsuitdrukking?
11. Maak je je zorgen over privacy bij het delen van je LGBTQ-gerelateerde muziekvoorkeuren en afspeellijsten op Spotify?
12. Denk je dat Spotify voldoende maatregelen neemt om de privacy van gebruikers te beschermen? Zo niet, wat denk je dat ze zouden moeten doen om dit te verbeteren?
13. Heb je persoonlijk negatieve ervaringen gehad met het delen van LGBTQ-gerelateerde content op Spotify vanwege zorgen over privacy of mogelijke reacties van anderen? Zo ja, zou je hier meer over willen vertellen?

DEEL 5: Spotify en community

1. Ga jij zelf ooit op zoek naar LGBTQ-gerelateerde afspeellijsten? Waarom?
2. Voel je je meer verbonden met je LGBTQ-identiteit als je die bepaalde afspeellijsten luistert?
3. Op welke manieren zie je dat Spotify een gemeenschap opbouwt voor de LGBTQ-gemeenschap? Denk hierbij aan functies zoals afspeellijsten, podcasts of speciale evenementen.
4. Hoe draagt Spotify bij aan het bevorderen van een collectieve identiteit binnen de LGBTQ-gemeenschap? Zijn er specifieke afspeellijsten, artiesten of nummers die hierbij een rol spelen?
5. Luister je ooit zelf naar afspeellijsten die LGBTQ gerelateerd zijn (bijvoorbeeld Gay Gym hits)? Waarom?
6. Heb je ervaring met het vinden van steun of solidariteit binnen de LGBTQ-gemeenschap via Spotify? Zo ja, op welke manieren?
7. Zie je Spotify als een platform dat activisme en sociale verandering kan brengen voor de LGBTQ-gemeenschap? Zo ja, hoe uit zich dat?
8. Welke specifieke voorbeelden van activisme of sociale betrokkenheid heb je gezien of ervaren via Spotify?
9. Hoe denk je dat Spotify zijn platform verder kan ontwikkelen om een nog sterkere gemeenschap voor de LGBTQ-gemeenschap te bouwen en activisme te ondersteunen?

EINDE

1. Na dit interview, heb je het gevoel dat je anders naar je Spotify-gebruik zult kijken of veranderingen zult aanbrengen in hoe je het platform gebruikt? Zo ja, op welke manieren?
2. Hoe denk je dat de invloed van Spotify op LGBTQ-identiteiten en -gemeenschappen zich in de toekomst zou kunnen ontwikkelen?
3. Op welke manieren denk je dat Spotify nog meer kan bijdragen aan het versterken en ondersteunen van LGBTQ-identiteiten en -gemeenschappen?
4. Welke verbeteringen zou je graag zien in Spotify om het nog meer inclusief en ondersteunend te maken voor de LGBTQ-gemeenschap?
5. Zou je Spotify aanbevelen aan andere LGBTQ-individueen? Waarom wel of niet?
6. Heb je nog andere opmerkingen, gedachten of ervaringen die je wilt delen over jouw relatie met Spotify als LGBTQ-gebruiker?

Appendix 3: Codeboom

Codeboom

Spotify-gebruik

- Gebruikersnaam
 - Anoniem
 - Niet anoniem
- Periode lidmaatschap
- Schermtijd Spotify
- Gebruikservaring
 - Positief
 - Negatief
 - Verbeteringen
- Meest gebruikte functies
- Belang muziek
 - Achtergrondgeluid
 - Betekenisvol
 - Expressief
- U&G
 - Afleiding
 - Escapisme
 - *Mood management*
 - Ontspanning
 - Inspiratie
 - Sociale integratie/surveillance
 - Identiteitsontwikkeling
 - Zelfexpressie

Demografische kenmerken

- Leeftijd
- Biologisch geslacht
- Genderidentiteit
- Seksualiteit

Spotify als sociaal mediaplatform

- Sociaal mediaplatform
- Streamingdienst
- Verschil met andere sociale mediaplatforms
- Sociale functies
 - Welke
 - Motieven
 - Evaluatie

Aanbevelingsalgoritme

- Gebruik
- Functies

- Verveling
- Nieuwe muziek
- Diversiteit
 - Positief
 - Negatief
- Aanbeveling van LGBTQ
 - Positief
 - Negatief
- Evaluatie algoritme

Spotify en identiteitsontwikkeling

- GLOW
 - Kennis
 - Evaluatie
 - Positief
 - Negatief
 - ☐ Onherkenbaar
 - ☐ Verstoort
- Invloed op
 - Erkenning
 - Identificeren
 - Trots
- Persoonlijke LGBTQ-afspeellijsten
 - Bewust
 - Onbewust
 - Persoonlijk
 - Subtiel
- Representative LGBTQ-gemeenschap
 - Voldoende
 - Onvoldoende
 - Divers
 - Veralgemeend
- Suggesties verbetering

Spotify en zelfpresentatie

- Profiel
 - Openbaar
 - Privé
 - Motief
- Afspeellijsten
 - Welke
 - Emoties
 - Situaties
 - Genres
 - LGBTQ
 - Relaties
 - Proces

- Motieven
 - Alternatief
 - Persoonlijk
 - Gebruiksvriendelijk
- Sociale zelfwaarneming
- Imago
- Zelfpresentatie op derde apps
 - Verschil
 - Bewust
 - Kieskeuriger
- Bezorgdheden

Spotify en gemeenschap

- LGBTQ-gemeenschapsvorming op Spotify
 - Ja
 - Trots
 - Connecteert
 - Promoot
 - Collectieve identiteit
 - Gemeenschapsvorming
 - Steun
 - Solidariteit
 - Nee
 - Pinkwashing
 - Niet het juiste platform
 - Hoe
 - GLOW
 - LGBTQ-afspeellijsten
- Activisme
 - Mogelijk
 - Afspeellijsten
 - Petities
 - Niet mogelijk
 - Verkeerd platform
 - Focussen op muziek

Appendix 4: Informed consent

Geïnformeerde toestemming

Titel van het onderzoek:

LGBTQ+ op Spotify: Hoe draagt Spotify als platform en zijn functies bij aan de constructie van een LGBTQ-identiteit, zelfexpressie en gemeenschapsvorming voor de LGBTQ-gemeenschap?

Naam + contactgegevens promotor en onderzoeker:

Ignace Sannen, ignace.sannen@student.kuleuven.be

Dirk Reynders, dirk.reynders@kuleuven.be

Doel en methodologie van het onderzoek:

Het doel van dit onderzoek is om te kijken naar hoe Spotify bijdraagt aan de identiteitsconstructies en expressie van LGBTQ-individuen en hoe een gemeenschapsvorming bevorderd wordt. Om dat te onderzoeken zullen diepte-interviews afgenomen worden. Het interview zal bovendien opgenomen worden om de analyse van de antwoorden te vergemakkelijken. Na de verwerking van het interview zal de opname verwijderd worden. Alle antwoorden die u zal geven worden bovendien anoniem verwerkt.

Duur van het diepte-interview:

50 minuten

- Ik begrijp wat van mij verwacht wordt tijdens dit onderzoek.
- Ik weet dat ik zal deelnemen aan een diepte-interview.
- Ik weet dat ik zal deelnemen aan een studie rond mijn seksualiteit waarbij de onderzoeker vragen stelt over mijn queer-identiteit.
- Ik weet dat er geen risico's of ongemakken kunnen verbonden zijn aan mijn deelname.
- Ik weet dat mijn deelname aan deze studie vrijwillig is. Ik heb recht om mijn deelname op elk moment stop te zetten. Daarvoor hoef ik geen reden te geven en ik weet dat daaruit geen nadeel voor mij kan ontstaan.
- De resultaten van dit onderzoek kunnen gebruikt worden voor wetenschappelijke doeleinden en mogen gepubliceerd worden. Mijn naam wordt daarbij niet gepubliceerd, anonimiteit en de vertrouwelijkheid van de gegevens is in elk stadium van het onderzoek gewaarborgd.
- Ik weet dat er in dit onderzoek opnames van mij gemaakt kunnen worden. Deze opnames zullen na het transcriberen van het interview direct worden verwijderd.
- Voor vragen en bezorgdheden kan ik terecht bij: ignace.sannen@student.kuleuven.be, dirk.reynders@kuleuven.be
- Voor eventuele klachten of bezorgdheden omtrent ethische aspecten van deze studie kan ik contact opnemen met de Sociaal-Maatschappelijke Ethische Commissie van de KU Leuven: smec@kuleuven.be
- Ik wil graag op de hoogte gehouden worden van de resultaten van dit onderzoek. De onderzoeker mag mij hiervoor contacteren op het volgende e-mailadres:

Ik heb bovenstaande informatie gelezen en begrepen en heb antwoord gekregen op al mijn vragen betreffende deze studie. Ik stem toe om deel te nemen.

Datum:

Naam en handtekening respondent

Naam en handtekening onderzoeker

Ignace Sannen