



Waarom zijn DJ's de moderne idolen? Wat is hun aantrekkingskracht? En worden we er wijzer van? Het prachtige boek 'DUTCH DJs' van Anthony Donner, kan ons aan het denken zetten.

Het boek 'DUTCH DJs'.

Anthony Donner schreef een bijna 500 pagina's dik boek over Hollandse dance dj's. Na jaren hard werken, 80.000 km op de teller van zijn auto en meer dan 15.000 e-mails, heeft hij zo'n 200 DJ/producers gesproken én gefotografeerd. De dikte is 5 cm en de kaft is 35 cm breed en maar liefst 25 cm lang. We hebben het hier voor slechts 49,95 euro over een echt boek! Per pagina wordt een DJ/producer minutieus in kaart gebracht. Waarom is de muziek zoals die is en hoe kwam iemand er toe om DJ te worden? In welk genre past hij of zij en waarom dan wel. Als je zelf nog geen DJ/producer wilde worden dan is na lezing een weg terug erg lastig. Wat een aanstekelijk boek is hier geschreven!

Na lezing kun je de overeenkomsten tussen al deze DJ/producers naadloos opnoemen: passie voor muziek, tot in het krankzinnige, immens doorzettingsvermogen en absoluut geloof in zichzelf. Tegenslagen tellen niet, de toekomst is de focus! Doorgaan en stukje bij beetje bouwen aan een eigen stijl in de dance wereld, dat is het devies. Meer dan 40 verschillende dancestijlen worden besproken en de daarbij passende helden zijn door Anthony op wonderbaarlijk mooie wijze gefotografeerd. Het boek druipt van liefde voor de dance.

Iedereen kan een DJ zijn.

Allereerst valt op dat er zo weinig vrouwen DJ zijn. En als ze het zijn, moeten ze zich twee keer bewijzen zoals Dana stelt, 'Dan ga ik het ze dus laten zien ook... Want waarom zou ik het niet kunnen en een man wel?' [pag. 91] Miss Djax vindt dit lastig te verklaren en vult aan: 'Ik moet wel zeggen dat in de hardere scenes... opvallend veel vrouwen zitten... Maar misschien denkt de massa nog steeds dat vrouwen niet technisch zijn – en dat vrouwen daar vervolgens zelf in gaan geloven'. [pag. 283]. Helaas ontbreekt de ruimte om dit thema te verklaren. Met het boek van de socioloog Goudsblom 'Het

Ik wil DJ zijn!

regime van de tijd' [1997] zou het 'raadsel van de mannenmacht' geduid kunnen worden. Een andere keer.

Hier wil ik een tweede opvallende kwestie bespreken of zoals Anthony zegt 'het vak van DJ is op dit moment een van de populairste beroepen onder jongeren'. [pag. 12] Alvaro verwoordt de jongensdroom als volgt 'Ik kwam weleens op feestjes en dat vond ik van begin af aan al superinteressant. Ik wilde gewoon een DJ zijn'. [pag. 33] Wij willen een DJ zijn omdat we het ook kunnen, zo lijkt het. Koop een goede DJ-set en we bezitten alle muziekinstrumenten die we met de computer kunnen bespelen. Geen tien jaar conservatorium maar overmorgen beroemd. En dat idee sluit naadloos aan bij de huidige opvatting dat het leven maakbaar is en dat de sky de limit is.

De socioloog Harry Kunneman noemde dat het 'walkman-ego'. Vroeger zaten jongeren m.b.t. hun identiteit vast in de strikte regels van wat familie, ouders en samenleving van hen verlangden. Hij noemt dit de 'theemutscultuur' en elke zuil in de samenleving had zijn eigen theemuts en dekte als het ware de eigenheid van de persoon af. Maar de theemutsen zijn weg en jongeren maken 'voortdurend keuzes uit



een overweldigend aanbod van permanent vernieuwde en zich uitbreidende consumptiemogelijkheden' en 'individuen zijn in staat en hebben recht op de ruimte om zelf uit te vinden waar het hen in hun leven in de kern om te doen is'. [noot 1]. Als we dus DJ willen worden, dan kopen we gewoon die hoofdtelefoon en bijbehoren!

DJ's als de nieuwe idolen.

Dan valt op pag. 448 het grote woord uit de mond van een producer van Tiësto: 'Mensen gaan wereldwijd naar dancefestivals en hebben DJ's als idolen'. Maar wat is eigenlijk een 'idool'? Afgeleid van het oud-Griekse woord eidolon betekent het 'beeld' of 'afbeelding'. En dat in een negatieve betekenis, een namaak-God door de mens geschapen. Niet voor niets bestaan er in de drie grote monotheïstische godsdiensten een beeldverbod. Het idool is de godheid zelf en voor een on-

beduidende, sterflijke mens [de fan!] is de godheid in het idool bereikbaar. Het onbeduidende jongetje dat in Johan Cruijff zijn onsterflijke idool kan ontmoeten. De aanbieder heeft gevoelsmatig een één op één verhouding met het idool, ook al zijn er miljoenen andere fans. Dat is een grappige paradox. Een andere paradox is dat het idool, de DJ, ver boven jou verheven is (en dat moet wel want anders zou je hem/haar niet bewonderen) maar hij is ons idool omdat hij mijn gelijke is, een persoon in wie wij onszelf herkennen. Idolen van nu zijn rolmodellen geworden. Zij zijn in deze moderne tijd afgedaald van de heilige monotheïstische berg, ontdaan van heiligheid en onaantrekbaarheid. Tastbaar en op gelijke hoogte. [noot 2]

Kunnen DJ's niet beter 'helden' zijn?

Het woord 'held' klinkt misschien eenvoudiger dan 'idool'. Helaas helpt de catalogus bij de tentoonstelling "Held" ons uit de droom. Allereerst heeft een held, vaak onbedoeld, een daad verricht waardoor hij vereerd wordt. Sterker, hij cijferde zichzelf weg, waardoor wij hem juist nu zo vereren. Als een held het had gedaan om held te worden, dan zou dat niet leiden tot onze verering. "De naam held is de prijs, die de levenden geven aan de gevallen, die zelf van geen heldendom wist" (Johan Huizinga). Gelukkig kun je tegenwoordig ook nog levend een held zijn, dat weer wel.

"Een held inspireert vaak tot schuldgevoel of schaamte, omdat hij ons dwingt na te denken over de vraag: wat zou ik hebben gedaan?... 'Pophelden' zijn in dat opzicht ongevaarlijk: ze wekken geen ongemak, hoogstens afgunst. Ze zijn populair, niet omdat ze een voorbeeldig leven leiden, maar omdat ze een levendje leiden dat wij ook wel zouden willen." [noot 3] En dan zijn we weer terug bij het walkman-ego van Harry Kunneman.

De grote vlucht inwaarts.

De cultuurfilosof Thijss Lijs ter heeft de sterk toenemende belangstelling van de mens louter nog voor zichzelf, 'de grote vlucht inwaarts' genoemd. [noot 4] In een van de essays toont hij aan dat de toegenomen belang-



stelling in deze eeuw voor ons huiselijke interieur en design, de voorspellende factor is geweest, hoe de mens de onoverzichtelijke wereld langzaam de rug toekeert en zich voornamelijk nog met zichzelf bezighoudt. Een duidelijke registratie hiervan ziet hij in het mediaevenement 'The Passion', waarin het lijdensverhaal van Jezus centraal staat. Was vroeger dit verhaal een gemeenschappelijke verbintenis om een religieus gevoel te duiden, nu is het geworden tot een evenement dat je wel of niet ontroert.

"The Passion verplicht tot niets: niet tot een wereldbeeld... noch tot een morele overtuiging." "Aan The Passion is echter niks gemeenschappelijks; iedereen, zowel acteurs als publiek, staat of loopt er voor zichzelf. Dat wordt nog eens bekrachtigd door de presentator... die de mensen in de menigte vraagt naar hun 'persoonlijke ervaringen', of wat zij zelf 'hebben' met het verhaal van het lijden van Christus". [pag.63] En zo is het niet veel anders bij laten we zeggen 'Sensation' of een ander feest waar DJ's ons staan te vermaken.



Een succesvol bestaan: DJ !

Zoals ik boven memoreerde, jongeren van nu zouden graag DJ willen zijn ['omdat het kan!'] Blokkerfolder deze week, 49,95 een Ion DJ-mixtafel... Aanbieding!], mogelijk niet voor de passie met de te componeren muziek maar meer om het succes, het staan in de schijnwerper, God is a DJ. Ik word bekeken, dus ik besta. En zoals de filosoof Bas Haring stelt, willen veel mensen de top halen, weg uit het dal waarin je onzichtbaar bent. De vraag is waarom zij dat zouden willen. Het antwoord kan zijn: "Misschien wil ik naar de top omdat-ie zo lekker opvalt. Net als al die figuurlijke toppen: schrijver, hoogleraar en tv-

presentator". In dit geval: DJ. De DJ is het moderne voorbeeld dat de jongere van vandaag wil volgen. Zonder voorbeelden zijn we niets, zo beweert Bas. "Natuurlijk kan zo'n top heus leuk zijn. Op de letterlijke top heb je de touwtjes in handen, ben je onafhankelijk van anderen en krijg je erkenning." Aan het eind van zijn boek citeert Bas een Palestijns meisje dat een opleiding volgt tot zelfmoord-'terrorist': 'Ik wil helemaal niet dood; ik wil groot met mijn naam op een spandoek'.



Voor een echt succesvol leven, betoogt Haring, is het dal misschien nog wel mooier dan de top. "Maar petje af voor degene die... geen succesvol leven nodig heeft. Petje af voor de vaders en moeder bij wier begrafenis niets te melden is dan dat hij of zij lekker sliep, een zeeaquarium had en hield van nasi goreng." [noot 5] Het is de kracht van Anthony Donner dat in zijn boek DJ's staan, die het niet alleen maar te doen is om hun naam op de flyer of om hoog verheven te zijn boven de dansende menigte. De flow van de muziek drijft hen voort. Lees vooral die stukken, vooral als rolmodel!

Noten:

- [1] = H. Kunneman, 'Van theemutscultuur naar walkman-ego (contouren van postmoderne individualiteit)'. [1996], pag. 44 e.v., pag. 60 e.v.: de 'authenticiteitsethiek' van Charles Taylor hangt Kunneman aan.
[2] = W. Frijhoff, 'Heiligen, idolen, iconen'. [1998]
[3] = G. v/d Ham, 'Held'. [2007] Rijksmuseum Amsterdam, pag. 14 e.v., pag. 63 e.v.
[4] = T. Lijster, 'De grote vlucht inwaarts [essays over cultuur in een onoverzichtelijke wereld]'. [2016] pag. 46 e.v., 63 e.v., 278 e.v.
[5] = B. Haring, 'Voor een echt succesvol leven'. [2007], pag. 112 & 119 & 173

Reageren?

d.roelfzema@upcmail.nl