



**UvA-DARE (Digital Academic Repository)**

**De Top 2000 als collectief muzikaal geheugen**

van Dijck, J.F.T.M.

*Published in:*

Top 2000: 10 jaar liedjes, lijstjes en verhalen

[Link to publication](#)

*Citation for published version (APA):*

van Dijck, J. (2008). De Top 2000 als collectief muzikaal geheugen. In Top 2000: 10 jaar liedjes, lijstjes en verhalen (pp. 36-41). Amsterdam: Veen.

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

**Disclaimer/Complaints regulations**

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <http://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

## De Top 2000 als collectief muzikaal geheugen

**W**at verklaart het succes van de Top 2000, het eindejaarsmuziekspektakel dat in tien jaar is uitgegroeid tot een ware Hollandse traditie? Niet de muziek zelf, maar wel de vorm: de Top 2000 is een forum voor het uitwisselen van verhalen en herinneringen. Het resultaat is een multimediaal evenement, waarin popmuziek dient als ijkpunt voor het collectieve geheugen.

Wat in 1999 begon als eenmalig grapje op Radio 2, is inmiddels uitgegroeid tot een mediaspektakel van ongekende omvang. De Top 2000 scoort kijk- en luistercijfers, pageviews en ingezonden e-mails waar elke omroep jaloers op is. Zes dagen per jaar is de publieke media-ruimte

gewijd aan het samenstellen, betwisten en herschrijven van de geschiedenis van de popmuziek: de Top 2000 geeft uitdrukking aan de wens van het Nederlandse volk om tot een gezamenlijke 'popcanon' te komen. Is het de muziek die mensen bindt in hun nostalgie naar een gezamenlijk verleden, of

willen we met deze tweeduidzende uitverkoren liedjes onze collectieve smaak als volk uitdragen?

Natuurlijk luisteren mensen graag naar popmuziek uit hun jeugd omdat muziek herinneringen oproept aan tijden waarin songwriters origineler waren, de jeugd onschuldiger en de toekomst nog veelbelovend. Het opnieuw ervaren van een gevoel is een

---

**'Dit Beatlesnummer roept bij mij het ultieme "zondagmiddaggevoel" op.'**

---

belangrijke reden om een song keer op keer te willen horen. Zoals mensen graag foto's laten zien om over hun verleden te praten, zo vormen bekende en herkenbare popnummers vaak een aanleiding om herinneringen met anderen te delen. Volgens de befaamde socioloog Maurice Halbwachs is die drang om herinneringen uit te wisselen de belangrijkste



bron voor een collectief geheugen, een term die méér betekent dan de optelsom van talloze individuele herinneringen. Het succes van de Top 2000 is niet te verklaren uit het feit dat elke song persoonlijke nostalgie oproept, maar omdat het een forum biedt voor het vertellen van verhalen en herinneringen. Bovendien is het een multimediaal platform waar verschillende generaties Nederlanders in elke hoek van de wereld kunnen zoeken naar dat wat hen bindt.

### Persoonlijke verhalen

De meeste liedjes blijven in ons hoofd hangen gewoon omdat we ze mooi vinden, omdat ze een



Mick Jagger in de Rotterdamse Kuip, 2003



Publiek bij concert Bruce Springsteen in De Kuip, 1986

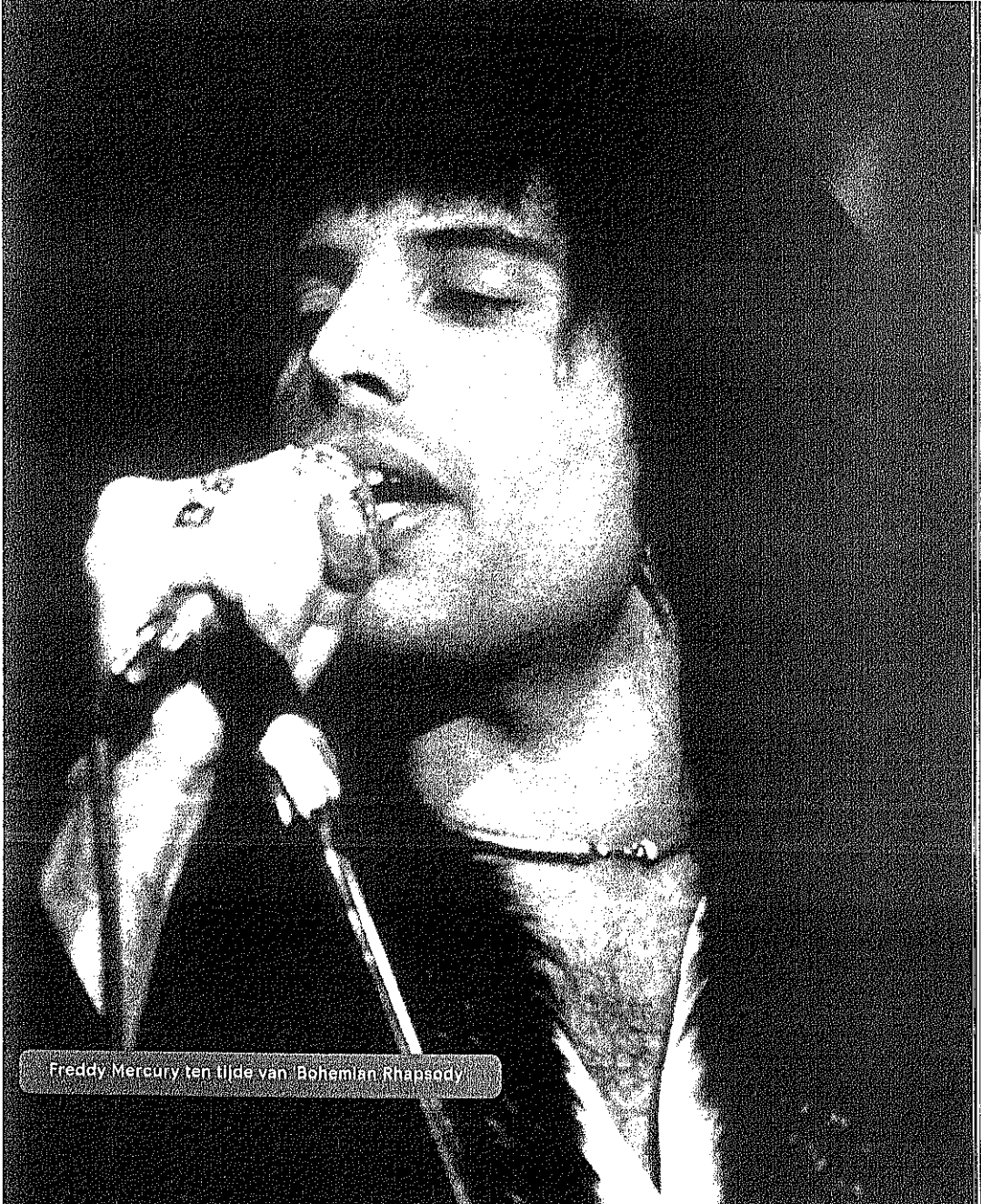
gevoelige snaar raken, of omdat we ze hebben gekoppeld aan een bepaalde ervaring. Die sferen, gevoelens en ervaringen blijven volgens cognitief psychologen in ons bewustzijn als 'woordloze' verhalen. Pas als we die emoties gekoppeld aan muziek omzetten in taal om ze aan anderen te vertellen, worden ze betekenisvol. Een van de succesfactoren van de Top 2000 is dan ook de website waar mensen via e-mail hun persoonlijke verhalen bij elke song kwijt kunnen. Deze website vormt een rijke databank voor onderzoek-

kers als ikzelf die antwoord zochten op vragen als: Hoe zijn herinnering en popmuziek verweven? Welke ervaringen, gekoppeld aan muziek, willen mensen delen? En hoe komt een consensus over het muzikale erfgoed tot stand?

Popmuziek roept, net als foto's, persoonlijke herinneringen op bij mensen. Veel van de e-mails refereren heel kort aan deze opgeroepen emoties, in de trant van 'bij dit nummer krijg ik tranen in mijn ogen' of 'als ik dit hoor lopen de rillingen over mijn lijf'.

De verhalen op de website gunnen ons een fascinerend inzicht in de wijze waarop muziek emoties oproept, bewaart en (ver)vormt. Soms is iemands eerste herinnering een muzikale herinnering, zoals die van een vrouw die naar aanleiding van het Beatles-nummer 'Penny Lane' opmerkt:

'Toen dit nummer uitkwam was ik drie jaar. Telkens als ik deze plaat hoor, is het net of de tijd even stilstaat. Ik zie de huiskamer voor me, van toen ik bij



Freddie Mercury ten tijde van 'Bohemian Rhapsody'

mijn oma woonde in Oss. Dit is typisch omdat ik me verder uit die tijd niets bijzonders kan herinneren. Deze plaat plaatst me even terug in de tijd. Het is mijn eerste bewuste muzikale herinnering, die voor mij de basis heeft gelegd voor mijn liefde voor muziek.'

Maar hoe betrouwbaar is de herinnering aan de kindertijd? Het geheugen is niet zomaar een opslagplaats voor jeugdervaringen die door bepaalde songs weer opgeroepen worden. Bepaalde songs genereren nostalgie, niet omdat ze ons iets helpen herinneren, maar omdat ze in de overlevering (media, boeken, films, tv) altijd verbonden worden aan verhalen

---

### Blijkbaar gaat het niet om de muziek alleen, maar om de beleving van een evenement.

---

over de sfeer van een bepaald tijdperk. Wat lijkt op een individuele herinnering kan ook een algemeen gedeeld verlangen zijn naar een gezamenlijk beleefde tijd, zelfs als we die niet zelf hebben meegemaakt. 'Tijdperknostalgie' is schering en inslag op de website van de Top 2000, wat onder andere uit de volgende opmerking over dezelfde song blijkt:

'Dit Beatlesnummer roept bij mij het ultieme "zondagmiddaggevoel" op. Een gevoel dat

ik associeer met sigaretten-rook, kroketten en een leuke amateurvoetbalwedstrijd... Dit gevoel markeert voor mij de periode van m'n vijfde tot vijftiende jaar. Een soort nostalgie dus naar vroeger, al moet ik wel bekennen dat ik in de tijd dat dit nummer uitkwam nog niet eens in de maak was...'

Tijdperknostalgie lijkt te worden overgebracht van de ene op de andere generatie, vaak door verhalen die ouders aan kinderen vertellen. Kinderen verbinden dan de song met de emotie van de ouders. Net als ouders die met de kinderen hun fotoalbum bekijken, vertellen de ouders bij muziek verhalen die vervolgens weer overgeleverd worden. Hierdoor ontstaat een gedeelde ervaring. Op de website van de Top 2000 vinden we talloze reacties waaruit blijkt dat verschillende generaties samen naar

het radio-evenement luisteren; (groot)vaders en (klein)kinderen praten over hun muzieksmak, en als die ver uiteenloopt geven de songs aanleiding tot debatten over voorkeuren in heden en verleden. Zoals een vader opmerkt:

'Al een week lang is de Top 2000 een middel van communicatie tussen mijn achttienjarige zoon en mijzelf. Een kruisbestuiving kun je het noemen. Elkaar interesseren voor de mooiste nummers, over

en weer! Daarbij openstaan voor toen en nu. Voor hem zijn covers een manier om, via mij, bij de originelen uit te komen. Voor mij is de coverartiest een nieuwe ontdekking van deze tijd.'

#### Collectieve beleving

De verhalen en herinneringen op de website van de Top 2000 zijn heel persoonlijk en toch universeel; ze geven niet alleen inzicht in welke emoties mensen aan muziek ontleen, maar laten ook zien waarom men ze wil delen. Ook al zijn de herinneringen verschillend, ze zijn toch heel herkenbaar omdat de mensen die ze sturen en lezen een gezamenlijk verleden hebben of, liever gezegd, maken. Dat verleden is geen geschiedenis van feiten maar van sferen, geen reconstructie van gebeurtenissen, maar een constructie van beleving. De historische sensatie van popmuziek is het creëren van een gedeelde ervaring. En daarom is de Top 2000 zo'n eclatant succes: luisteraars zijn er niet in de eerste plaats op uit deze liedjes uit de oude doos nog eens te horen. Als dat het enige doel is kunnen ze iedere dag terecht bij een van de vele classic rock- of 'golden oldies'-radiozenders. Bovendien zijn alle songs uit de Top 2000 met een klik op de muis te downloaden, zowel vanaf legale als illegale digitale muziekservers, en te beluisteren via de Top 2000-website. Blijkbaar gaat het niet om de muziek alleen, maar om de

beleving van een evenement: via het multimediale podium van de Top 2000 raakt men betrokken bij een collectieve ervaring, zoals livepopmuziek ook gezamenlijk beleefd wordt.

Het multimediale karakter van de Top 2000 is dan ook een van de sleutels tot zijn populariteit. Juist de combinatie van radio, televisie, website en chatbox verbindt verschillende generaties Nederlanders aan verschillende 'generaties' popmuziek. Door het uitwisselen van muziekvoorkeuren via oude en nieuwe geluidsdragers, en door een combinatie van tekst, beeld en geluid wordt er tegemoet gekomen aan de voorkeuren van zowel babyboomers als tieners. Opmerkelijk is ook het nationale karakter van dit evenement: de ranglijst van de tweeduizend uitgekozen nummers is de weerslag van een consensus tussen oude en jonge Nederlanders over hun muzikale voorkeuren. Hoe belangrijk dit erfgoed is voor een besef van nationale identiteit blijkt uit de vele reacties van expats en emigranten. Zonder uitzondering roemen zij het initiatief van Radio 2 om het zesdaagse evenement via internet toegankelijk te maken, zodat ze voor even 'weer thuis' kunnen zijn. Of, zoals iemand opmerkt, 'om zonder te reizen toch naar het vaderland van je jeugd te kunnen terugkeren'.

Uiteindelijk is niet het resultaat (de lijst zelf), maar het proces belangrijk: mensen zijn intens betrokken bij het samenstellen

van hun collectieve verleden. Het twisten over smaak is eigenlijk een twist over een scala aan gezamenlijke ervaringen. Zo'n debat laat zien hoe belangrijk het is een forum te hebben om over muziek en herinnering te praten. Het is niet toevallig dat juist de publieke omroep erin slaagt zo'n forum te creëren, want dit is nu precies haar taak. Zes dagen per jaar mogen Nederlanders, ongehinderd door push-and-pullmechanismen van de commercie, discussiëren over wat hen bindt. Ze mogen samen een verleden construeren aan de hand van bekende plaatjes. Ze mogen van mening verschillen en hun persoonlijke herinneringen delen met anderen waardoor die herinneringen soms universele waarde krijgen. Het zoeken naar een collectieve herinnering is belangrijker dan het vinden van een canon of een ranglijst.

De Top 2000 laat zien waarom we een publieke omroep nodig hebben en hoe zo'n publieke omroep kan floreren, mits men gebruikmaakt van de mogelijkheden die de technologie biedt. Een publieke ruimte is een multimediale ruimte waar jong en oud gelegenheid krijgt te zoeken naar wat hen bindt. Binnen die ruimte moet plaats zijn voor verhalen van individuen, voor het uitwisselen van ervaringen, voor het vormen van allianties tussen gelijkgezinden, voor het voeren van debatten en voor het creëren van (nationale) collectiviteit. En dan maakt het op de keper beschouwd weinig

uit of 'Bohemian Rhapsody' een meer terechte nummer 1 is dan 'Avond', of dat 'Hotel California' beter is dan 'Stairway To Heaven'; het gaat om het proces, niet om het resultaat. Volgend jaar is er immers weer een Top 2000!

*José van Dijk is hoogleraar Media en Cultuur aan de Universiteit van Amsterdam.*