

MK as kultuurverskynsel: 'n Dokumentering en tematiese ontleding van die kanaal se opkoms en invloed op die ontwikkeling van marginale Afrikaner-identiteite, 2005–2013

Magdalize Carstens en Martina Viljoen

Magdalize Carstens en Martina Viljoen, Odeion Skool vir Musiek, Universiteit van die Vrystaat

Opsomming

Van 2005 tot 2013 was MK 'n musiekkanaal wat deel van DStv se aanbiedings MultiChoice en kykNET gevorm het. Die kanaal is gekenmerk deur andersdenkendheid, met 'n sterk fokus op Afrikaans as medium en identiteitsvorming onder die postapartheid Afrikaanssprekende jeug. MK het 'n beduidende rol gespeel in die ontwikkeling van Afrikaanse rock- en alternatiewe musiek en die subgenres wat daaruit ontwikkel het.

Ten spyte van MK se invloed op verskeie musikale, tegnologiese en sosiale terreine, is geen gepubliseerde navorsing oor die kanaal beskikbaar nie en is die meeste internetmateriaal daarvoor onbepaald verwyder. Ten einde dié leemte aan te spreek, is die doel van hierdie artikel om MK se invloed en nalatenskap te dokumenteer en te ontleed, spesifiek wat betref die totstandkoming van marginale Afrikaanse identiteite. Die navorsingsvraag wat ondersoek word, is: Hoe is die ontwikkeling van Afrikaanse alternatiewe identiteit deur MK as kultuurverskynsel geraak en hoe is handelsmerking ("branding") en sosiale temas rondom identiteit deur die kanaal se metatekstuele produksie van diskoers beïnvloed?

Om dié vraag te beantwoord is MK as 'n etnografiese gevallestudie aan die hand van semigestruktureerde onderhoude met 'n verskeidenheid MK-belanghebbers ondersoek. Die data wat sodoende verkry is, is deur middel van tematiese ontleding, waarby temas sowel induktief as deduktief vasgestel is, ontleed. MK-argiefmateriaal het as 'n verdere bron van inligting gedien.

Ons bevinding is dat MK veelvuldige identiteitsformasies na vore gebring het. Hierby staan nostalgie en sinisme voorop, soos onderskeidelik deur die "De la Rey"-verskynsel en die Zef-kultuur verteenwoordig. Terwyl eersgenoemde die Afrikanerverlede sublimeer, staan

laasgenoemde 'n perverse verdraaiing van uitgediende opvattinge rondom ras, gender, taal en Afrikanerskap voor. Gesigspunte vanuit die poststrukuralistiese denke belig voorts 'n diversiteit van ander alternatiewe Afrikaneridentiteitsposisies wat uit hierdie twee uiteenlopende identiteitskeppings vloei. Aangesien die MK-verskynsel dus betekenisvol bygedra het tot die definiëring en herdefiniëring van begrippe soos *die ander*, *ons*, *self* en *hulle*, regverdig hierdie kultuurverskynsel dieper ondersoek en ontleding.

Trefwoorde: Afrikaanse alternatiewe musiek; handelsmerking (“branding”); identiteitsdiskoerse; kultuurverskynsel; MK-musiekkanaal; postapartheid jeug

Abstract

MK as a cultural phenomenon: A documentation and thematic analysis of the channel's rise and influence on the formation of marginal Afrikaner identity

MK was a channel on the premium package of the paid Digital Satellite Television Service (DStv) of MultiChoice and kykNET during the period from 2005 to 2013. The channel broadcast music 24/7, using mostly Afrikaans as medium. Through its content and programming, it helped to build a new identity for the post-apartheid Afrikaans-speaking youth.

While highlighting issues central to the lives of the Afrikaans youth at the time, MK simultaneously set the scene for unique, dissident forms of expression in Afrikaans. A large following was amassed within its first two years of existence, which turned the channel into a cultural phenomenon. As a social influencer, MK stimulated the formation of new subgenres in the field of Afrikaans rock and alternative music, subcultures representative of the language use and cultural or countercultural practices of the Afrikaans-speaking youth, and of a new-found freedom of self.

Despite the channel's widespread influence on various musical, technical and social platforms, culminating in a lifestyle channel with music videos at its core, no published research on MK exists. To address this hiatus, the objective of our research is to investigate MK's philosophy and its legacy regarding the expansion of marginal Afrikaans identities, as constructed in alternative Afrikaans music and its subgenres, including hip hop and rap. Based on this contextual framing, the research question underpinning the article is: How was the formation of Afrikaans alternative identity related to MK as a cultural phenomenon, and how were branding and social themes concerning identity influenced by the channel's meta-textual production of discourse?

The qualitative methodology of an ethnographic case study was found to be a productive approach for our research, documenting MK as a distinctive, single-case cultural phenomenon. As most of the channel's social media and internet traces have been removed indefinitely, semi-structured interviews with MK stakeholders serve as the primary source for our data collection, supplemented by a study of MK archival material. Interviewees were chosen based on their involvement and field of expertise which constituted and helped to shape the media image of the channel. These include production managers, critics, journalists, band members, and managers actively involved with MK during its existence. Archival materials consulted with a

view to our research include all MK Awards nominees' music videos (2007–2013) and the channel's broadcast programmes.

As our study involved a relatively wide range of data sources, thematic analysis proved to be relevant to the work. While traditionally researchers have applied the method mainly to textual data, more recently interview transcripts, field notes, historical or site documents, digital audio files and video files have come to be included, among other viable sources of information. Concerning the study of MK, the method offered a systematic approach to the analysis of our data, which involves identifying themes or patterns of cultural meaning, coding relevant data according to themes, and interpreting the resulting thematic structures by seeking out overarching configurations, as structured by a conceptual framework based on recent scholarship on Afrikaans identity.

Our research brought to the fore the fact that the channel had been started for a specific target market for whom branding – on TV and at live events – was a major attraction. Visual marketing established MK as a brand and helped to create new platforms for young musicians, artists and technicians, while simultaneously extending the brand to lifestyle choices and social causes, some of which are still operative today. The variety of programmes, aided by young and “funky” presenters, mediated the many facets of being a post-apartheid Afrikaans-speaking youth and provided a cultural safe space within which to rebel and process their troubled history.

On a pragmatic level, MK impacted all Afrikaans rock or alternative bands during its existence, creating a platform which allowed bands to aspire to international standards of music and music video production. While the success and financial viability of MK were underlined by most of our respondents, one participant intimated that the decision to establish the channel had not been inspired ideologically, but rather amounted to a pragmatic business decision. Ironically, MK's focus on an alternative Afrikaans niche market seemed to have failed as an economic strategy and eventually led to the channel's demise.

Post-structuralist thought assisted in underscoring evident contradictions within the channel's projection of multifarious and fluid alternative Afrikaner senses of self. This was most strongly expressed in the opposing identity formations of nostalgia and cynicism, represented in the “De la Rey” phenomenon and Zef culture respectively. While the Afrikaans nostalgia brand foregrounded exclusivist ethnocentric tendencies associated with the “De la Rey” subculture, Zef culture was seen as being supportive of a subversive, heterodox Afrikaner counterculture.

Thus, as MK was found to have contributed to “new” South African discourses grappling with the formation of marginal identities, and to a definition and redefinition of terms such as *other*, *us*, *self* and *them*, this cultural phenomenon is deserving of deeper study and analysis.

Keywords: Afrikaans alternative music; branding; cultural phenomenon; identity discourse; MK Music Channel; post-apartheid youth

1. Inleiding

MK, voorheen bekend as MK89 of Musiekkanaal 89, het gedurende die tydperk 2005 tot 2013 deel van MultiChoice se satellietdiens DSTv (Digital Satellite Television) gevorm. As mondstuk vir die identiteitskrisis wat die postapartheid Afrikaanssprekende jeug binne die “nuwe” Suid-Afrikaanse sosiopolitiese omgewing ervaar het, was die kanaal op die ouderdomsgroep 13–25 gemik. Protes was ’n belangrike aspek van die kanaal se filosofie. Nietemin was MK nie slegs ’n forum om teen diepgesetelde sosiale norme te rebelleer nie, maar het die kanaal ook ’n omgewing geskep waarbinne nuwe opvattinge van Afrikaanse kultuur, taal en identiteit ontgin kon word.

Daar kan kwalik ontken word dat MK se ondermynende invloed sterk tot die kanaal se gewildheid bygedra het. Musiekgroepe (“bands”) van ’n oproerige aard is aktief deur die kanaal bemark, byvoorbeeld Fokofpolisiekar, waarvan die naam ’n Afrikaanse taboewoord blatant paradeer. Ander Afrikaanse groepe het Afrikanerbekrompenheid en politieke inperking op ’n soortgelyke wyse geteiken, byvoorbeeld Brixton Moord en Roof, of Bloedskande, wie se musiekvideo “Duskant ombliksem” vanweë skokkende inhoud verban is. Ander Afrikaanse groepe het met meer speelse of verbeeldingryke name vorendag gekom, soos Moses Metroman, Die Tuindwergies, Straatligkinders, Spoegwolf en Die Heuwels Fantasties.

MK se invloed het spoedig uitgebrei na taalkundige uitdrukkings, musiekgenres, gedrukte en visuele media en die totstandkoming van subkulture en teenkulture, waarvan sommige vandag steeds binne die veld van alternatiewe Afrikaanse musiek ’n rol speel. In ’n breër opsig het die kanaal meer onafhanklike denke rondom Afrikaanse rock- en alternatiewe musiek bevorder. Vernuftige ontginning van ’n teikenmark deur middel van verskeie mediaplatforms het MK in staat gestel om so ’n uitgebreide ondersteunersbasis op te bou dat die kanaal binne die eerste vier jaar van sy bestaan (2005–2009) ’n invloedryke sosiale verskynsel geword het. Gedurende later jare is MK as ’n leefstylkanaal omvorm.

Leefstylprodukte wat deur die kanaal bemark is, het modeprodukte ingesluit (soos deur byvoorbeeld Die Antwoord of Jack Parow geïnspireer), of alkoholiese produkte (soos Fokof Lager, Parow Brandy en Mystic Boer Brandy).

Die bevordering van feeste en regstreekse optredes het verder deel van MK se bemarkingstrategie gevorm. ’n Byproduk hiervan was dat opvattinge van “Afrikaansheid” uitgebrei is aan die hand van nuwe, opkomende subkulture, en dat meer toeganklike uitdrukkingsvorme deel van die Afrikaanse spreektaal geword het. Hierdie tipe verbreding van Afrikaanse kultuur het ’n breër verteenwoordiging van Afrikaanssprekende groepe binne MK se ondersteunersgroep teweeggebring, asook ’n meer demokratiese opvatting van die Afrikaanse taal, wat, in teenstelling met tradisionalistiese opvattinge tydens apartheid, binne die konteks van MK ’n taal van “bevryding” geword het.

In die politieke onstabiele konteks ná 1994 was dié ontwikkelinge belangrik, aangesien heelwat Afrikaanssprekende jeugdiges wat hulle met MK vereenselwig het, geworstel het om ’n nuwe identiteit te vind. MK se visie van insluiting het in hierdie opsig aan hulle ’n veilige kulturele hawe gebied, waarbinne rebelse denke in alternatiewe vorme van musiek en leefstyl uitgedruk kon word – dog steeds binne die fundamentele geworteldheid van die Afrikaanse taal (sien ook die denke van die Kanadese filosoof Charles Taylor soos aangehaal in Sutherland 2013:17 e.v.).

2. Doel van die artikel, en die navorsingsvraag¹

Hierdie artikel het ten doel om MK se ontstaan en invloed te dokumenteer en temas te ontleed, met die fokus op alternatiewe Afrikaanssprekende identiteite wat MK na vore gebring het. Dié identiteite, en die vorming daarvan deur middel van die kanaal se invloed en bemiddeling, word aan die hand van literatuurstudie, data-insameling, asook 'n ondersoek van argiefmateriaal bestudeer. Hierby kom 'n fokus op MK se filosofie en nalatenskap ter sprake, spesifiek betreffende die uitbreiding van marginale Afrikaanssprekende selfheid soos vergestalt in alternatiewe Afrikaanse musiek en die subgenres daarvan.

'n Tema wat spesiaal belig word, is die verband tussen identiteit en handelsmerking ("branding"), waardeur die estetiese en kommersiële plasing van Afrikaanse rock- en alternatiewe groepe wat deur MK bemark is, grootliks bevorder is. Hierby val die soeklig op die onderskeie mediavorme wat aan die kanaal verwant was, soos *JIP* ('n jeugbylaag in *Beeld*), visuele media (musiekvideo's) en kommersiële produkte, soos voorheen genoem is.

Die navorsingsvraag onderliggend aan die artikel is: Hoe is die ontwikkeling van Afrikaanse alternatiewe identiteit deur MK as kultuurverskynsel geraak en hoe is handelsmerking en sosiale temas rondom identiteit deur die kanaal se metatekstuele produksie van diskoers beïnvloed?

Die belang van ons navorsing word onderstreep deur die feit dat, met die uitsondering van Thormählen (2008) se ongepubliseerde werk, geen diepgaande ondersoek oor MK en die wydverspreide invloed daarvan op verskeie musikale, tegniese en sosiale platforms bestaan nie. Die meeste van die kanaal se sosialemedia- en internetoorblyfsels is onbepaald verwyder, wat die noodsaaklikheid vir empiriese navorsing oor die kanaal, en die ontleding daarvan as 'n invloedryke postapartheid sosiale verskynsel beklemtoon.

3. Navorsingsmetodologie en -ontwerp

Ten einde bogenoemde doelwitte aan te spreek, is die kwalitatiewe metodologie van 'n etnografiese gevallestudie gebruik. Vanweë beperkte inligting oor MK en in ooreenstemming met die oogmerke van 'n etnografiese gevallestudie was die hoofmetode van data-insameling semigestruktureerde onderhoude. Alle deelnemers is genader op grond van hul betrokkenheid by MK, asook die veld van deskundigheid waardeur hulle gedurende die kanaal se bestaansjare bygedra het tot die kanaal se mediabeeld.² Dit sluit produksiebestuurders, joernaliste, lede van groepe, asook bestuurders van die kanaal in.³

DeJonckheere en Vaughn (2019:1) skryf dat semigestruktureerde onderhoude gekenmerk word deur 'n dialoog tussen navorser en deelnemer, waarby 'n buigbare onderhoudskedule en opvolgvrage, verdere ondersoek en selfs sydelingse opmerkings van belang is. Die relatiewe oopheid van die benadering maak dit vir die navorser moontlik om die deelnemer se gedagtes, gevoelens en standpunte oor 'n onderwerp te peil en om somtyds dieper in te gaan op sensitiewe aangeleenthede (DeJonckheere en Vaughn 2019:1). Die metode is gevolglik van besondere waarde, deurdat deelnemers met persoonlike ervarings, houdings, waarnemings en oortuigings vorendag kom. In die geval van ons navorsing is betroubaarheid aan die hand van 'n weloorwoë onderhoudskedule en 'n so akkuraat as moontlike dokumentering van die onderhoude nagestreef

(vergelyk Ryan, Coughlen en Cronin 2009:312).⁴ Deelnemers is ook 'n geleentheid gebied om hul stellings na te gaan alvorens dit as deel van ons ondersoek opgeteken is.

Bykomend tot die onderhoude is MK-argiefmateriaal bestudeer. Dit het genomineerde musiekvideo's vir alle MK-toekenningsgeleenthede (2007–2013) ingesluit, asook die kanaal se programreeks. Terwyl die onderhoude meer lig gewerp het op die kanaal se filosofie en sy struktuur binne 'n alternatiewe sosiale konteks, het musiekvideo's en opnames van toekenningsgeleenthede insig verleen in terme van die groei van standarde – nie alleenlik van die kanaal self nie, maar ook van die breër bedryf verwant aan MK.

Argiefmateriaal kon egter slegs by die DStv-argief in Johannesburg geraadpleeg word. Toestemming is verkry om die materiaal in digitale asook analoogformate te besigtig. Terwyl hierdie aspek van die ondersoek waardevolle insigte tot ons navorsing bygedra het, was die argivale data-insameling tydrowend en vol uitdagings. Die belangrikste uitdaging was dat materiaal in baie gevalle foutief, of selfs onvolledig geargiveer was. Dit het meegebring dat dit moeilik was om na behore na die materiaal te kon verwys. Om dié rede is verwysings na argiefmateriaal in hierdie artikel tot algemene waarnemings en tot die bepaling van breër tendense beperk.

Wat ons data-ontleding betref, het dit geblyk dat tematiese ontleding besonder produktief toegepas kon word. Tradisioneel is tematiese ontleding hoofsaaklik vir tekstuele ontleding gebruik. Deesdae word dit egter aangewend om onderhoude, veldnotas, historiese dokumente, digitale klanklêers of videolêers te ontleed (Mills, Durepos en Wiebe (reds.) 2010:926). In die geval van ons ondersoek is die waarde van die benadering daarin geleë dat ons onderhoude bestudeer kon word in terme van wat Mills e.a. (2010:926) beskryf as “themes or patterns of cultural meaning”. Sodanige tematiese materiaal kon verder ontleed word aan die hand van “[the] coding and clarifying [of] data [...] according to themes; and [by] interpreting the resulting thematic structures by seeking commonalities, relationships, overarching patterns, theoretical constructs, or explanatory principles”.

Die temas waardeur ons navorsing gerig is, is deduktief vasgestel – met ander woorde, ontleen aan teoretiese konstrakte onderliggend aan die ondersoek – asook induktief, deurdat temas vanuit die data na vore gekom het (vergelyk Mills e.a. 2010:926). Daarby moet egter ook die bykomende kontekste van ons eie leefwêreld en persoonlike perspektiewe gevoeg word – in sowel die “alledaagse” as die “intellektuele” wêreld.⁵ Wat die eersgenoemde aspek betref, het die hoofskrywer van hierdie artikel in die dampkring van MK geleef, deurdat sy deur haar man en sy vriende aan alternatiewe Afrikaanse musiek blootgestel is en mettertyd by feeste soos Oppikoppi as deel van 'n musiekgroep opgetree het. Die behoefte om navorsing oor die verskynsel te doen, het hieruit gegroei. Hierdie skrywer was dus vertrouwd met die verloop van die kanaal se ontwikkeling en uiteindelijke ontbinding, waarvan belangrike rolspelers deel gevorm het.

Betreffende die intellektuele omraming van ons ondersoek is besluite geneem wat die omgaan met “patrone van betekenis” sou bemiddel. In postpositivistiese navorsingsbenaderings is metodologiese *self*-bewustheid veral deur die denke van Michel Foucault beïnvloed. Foucault (in Young 1981:53) glo naamlik dat die skrywer van 'n teks betekenis vanuit 'n bepaalde ervaringswêreld skep (maar beklemtoon dat daardie betekenis terselfdertyd deur bepaalde sosiale en dissiplinêre konvensies “beheer” of “ondermyn” mag word):

But I believe that [...] the individual who sets out to write a text on the horizon of which a possible oeuvre is prowling, takes upon himself the function of the author: what he writes and what he does not write, what he sketches out, even by way of provisional drafts, as an outline of the oeuvre, and what he lets fall by way of commonplace remarks – this whole play of differences is prescribed by the author-function, as he receives it from his epoch, or as he modifies it in his turn.

Metodologies gesproke het hierdie denke implikasies vir 'n reeks reflektiewe benaderings waarby data-ontleding as onontkombaar subjektiewe aktiwiteit betrokke is. Soos wat Geertz (1983:41 e.v.) uitwys, kan 'n etnografiese gevallestudie, byvoorbeeld vanuit hierdie perspektief nooit aanspraak op “objektiewe” kulturele optekening maak nie, aangesien alle kennispraktyke sosiaal en kultureel bemiddel is – in die eerste instansie deur die navorser, maar uiteraard ook deur deelnemers wat bepaalde realiteite “skilder”; insluitende konflikterende realiteite wat, soos in hierdie ondersoek, naas mekaar bestaan. Ofskoon etnografiese tekste subjekte se ervarings van 'n bepaalde leefwêreld so “waar” as moontlik wil weergee, word daardie werklikheid dus eerstens deur die navorser se waarnemings en subjektiewe interpretasie gevorm, sodat sodanige tekste slegs as één weergawe van 'n bepaalde realiteit beskou kan word.

Dit geld ook ten opsigte van die huidige projek. Gevolglik het ons besluit om met betrekking tot ons interpretasie op tematiese ontleding te fokus, aangesien die benadering op 'n wye verskeidenheid navorsingsvrae, -ontwerpe en -populasies toepasbaar is en aansienlike vryheid inhou wat teoretiese en epistemologiese omraming betref. Ofskoon die benadering wel 'n bepaalde “gestruktureerdheid” behels, bemiddel dit terselfdertyd 'n soeke na latente of dieper betekenis soos in versamelde data vervat.

Hoewel “gestruktureerdheid” in hierdie konteks op verantwoordbaarheid dui (bepaalde “stappe” en “fases” van ontleding word veronderstel), vrywaar dit die benadering dus nie van dié soort subjektiewe insette waarna Foucault se denke en Geertz se uiteensetting verwys nie. As deel van ons navorsingsproses is besluite gevolglik nie alleen op die min of meer “abstrakte” vlak van die konseptuele raamwerk geneem nie, maar het dit implikasies vir die bepaling van die deelnemers, formulering van die navorsings- en onderhoudsvrae, die keuse van literatuur, en alle fases van die interpretasie ingehou. Op 'n pragmatiese vlak moes besluite rondom onderhoudstranskripsies geneem word, aangesien die deelnemers se uitsprake selektief in die artikel weergegee word. As buigbare metode vir data-insameling was die semigestruktureerde onderhoude ook onderhewig aan subjektiewe insette aan die kant van die navorsers. Ook in hierdie geval kon daar geen sprake van “statiese” dialoog of optekening wees nie.

In die geheel kan ons ondersoek dus gesien word as kennis oor 'n onderwerp wat dissiplinêr en kontekstueel “geplaas” is, dog die stempel van die skrywers se individualiteit, subjektiwiteit en “self” dra (vergelyk Foucault in Young 1981:53).

4. Aanvanklike fases van ons ontleding

In ooreenstemming met die aannames van tematiese ontleding was die eerste stap tot die bepaling van 'n tematiese raamwerk van idees (vergelyk Gibbs 2007:40) die opstel van 'n lys met kodes wat as die basis van ons data-ontleding sou dien. Dié kodes was almal op die een of

ander wyse verwant aan die oorkoepelende tema van identiteit. Gevolglik was die kodes onderling verwant, of het hulle in sommige gevalle beduidend oorvleuel. Temas sowel as kodes was egter nie slegs beskrywend nie, maar het sigself ook tot teoretiese kontekstualisering geleen (vergelyk weer Gibbs 2007:41).

Die onderstaande tema- en kodekategorieë, soos van toepassing op MK, het as die uitgangspunt vir ons ontleding gedien:

Tabel 1. Temas, kodekategorieë en kodevoorbeelde

Temas	Kodekategorieë	Kodevoorbeelde
ANDERSDENKENDHEID	Aksies/gedragspatrone Opinies Begrippe/simbole	Rebellerende teen Afrikaner-nasionalistiese opvoeding en kultuur; verset teen verpligte militêre diens; kultureel vasgelede sosiale kodes en denkpatrone
MK AS SIMBOLIESE IDEEAL	Aksies/gedragspatrone Opinies Begrippe/simbole	MK as simboliese “held”; veilige kulturele hawe; opvattinge rondom taal en kultuur wat idees rondom ras en klas verbreed
ALTERNATIEWE AFRIKAANSE IDENTITEIT	Aksies/gedragspatrone Opinies Begrippe/simbole Geleenthede Aktiwiteite	Die “cool” faktor; intellektualiteit; teenkulture; gebruik van nuwe Afrikaanse “straatwoorde”; onderhandelinge rondom identiteit; Zef-kultuur; hunkering na verlede
LEEFSTYLTYLKEUSES	Aksies/gedragspatrone Opinies Begrippe/simbole Geleenthede Aktiwiteite	Alternatiewe wyses van praat, aantrek en sosiaal verkeer; uitlokkende visuele subkultuur en taalgebruik
HANDELSMERKING	Strategieë Praktyke Geleenthede Aktiwiteite	Kulturfeste; kompetisies; kommersiële produkte; mediasigbaarheid; groepsassosiasie; beroepsmoontlikhede
MK AS KULTUURVERSKYNSEL	Aksies/gedragspatrone Opinies Begrippe/simbole Strategieë Praktyke Geleenthede Aktiwiteite	Bemarkingstegnieke; spesifieke ouderdoms- en kulturele teikengroep, vereenselwiging met “Afrikaansheid”; vereenselwiging met alternatiewe selfheid; subkulture en teenkulture

NOSTALGIE	Gedragspatrone Opinies Begrippe/simbole Bemarkingstrategieë	“Nostalgie-industrie”; Afrikanergeskiedenis en -geheue; ontsnapping
VISUELE ASSOSIASIE	Gedragspatrone Begrippe/simbole Bemarkingstrategieë	Sub- en teenkulture; Afrikanernostalgie; skep van 'n andersdenkende kultus; werkskeppingsgeleenthede; verbetering van produksiestandaarde

Alle insette uit onderhoude wat in hierdie artikel ingesluit is, word, sover as moontlik, anoniem aangebied. Gevolglik word slegs die professionele rolle van individuele deelnemers soos van toepassing op MK hier onder verskaf en word hul identiteit verder beskerm deur slegs by wyse van nommers in die teks na hulle te verwys (vergelyk Creswell 2013:174).

Tabel 2. Deelnemers en hulle hoedanighede/rolle

Deelnemers	Professionele rol binne die bedryf
Deelnemer 1	Sanger en liedjieskrywer 1
Deelnemer 2	Sanger en liedjieskrywer 2
Deelnemer 3	Musiek- en filmvervaardiger
Deelnemer 4	Musiek- en inhoudsvervaardiger
Deelnemer 5	Bestuurspersoon 1
Deelnemer 6	Inhoudsbestuurder
Deelnemer 7	Uitvoerende musiek- en programvervaardiger
Deelnemer 8	Lirieskrywer
Deelnemer 9	Akteur
Deelnemer 10	Musikus en filmvervaardiger
Deelnemer 11	Bestuurspersoon 2
Deelnemer 12	Musiekjoernalis

5. 'n Uitleg van die temas

5.1 Andersdenkendheid

Een van die eerste temas wat in die MK-konteks na vore gekom het, is andersdenkendheid. Binne die veld van Afrikaanse populêre musiek was die bekendste voorbeeld van jeugrebellie voor MK die alternatiewe Afrikaanse beweging van die 1980's. Die oogmerk van dié beweging

was om teen die ideologiese en sosiologiese beperkings van die apartheidsstaat en sy outoritêre, patriargale benaderings tot die Afrikanerjeug se opvoeding te rebelleer.

Heelwat onlangse navorsing het op die sosiologiese impak en invloed van alternatiewe Afrikaanse musiek op postapartheidsidentiteit gefokus – ’n tema waartoe MK later betekenisvol bygedra het.⁶ Binne die konteks van MK het die vereenselwiging met andersdenkendheid egter nie slegs die bevordering van omstrede groepe behels nie, maar ook ondersteuning vir ’n meer inklusiewe opvatting van “Afrikaansheid” en die Afrikaanse taal as die heersende opvatting tydens apartheid – ’n inklusiewe benadering wat veral met die faktor van “cool wees” te make gehad het. In hierdie opsig het MK-programme soos *Ondergrond* (met ’n fokus op heavy metal- en underground-musiek, beide nasionaal en internasionaal), *Hoordosis* (’n sinspeling op die woorde “oordosis” en “hoor”, met as programinhoud ’n mengsel van uiteenlopende musiekvideo’s) en *Hip-Hop* (met ’n fokus op hip-hop-musiek, beide nasionaal en internasionaal) ’n groot rol gespeel. Voorts is die kanaal se invloed landswyd verder uitgebrei deur middel van MK-geborgde verhoë by feeste soos die Klein Karoo Nasionale Kunstefees (KKNK), Aardklop en Innibos. In hierdie opsig het dit veral gegaan oor die bepaalde leefstyle wat deur die kanaal geprojekteer en dalk bevorder is.

5.2 MK as simboliese ideaal

MK het ontstaan gedurende ’n tyd toe die Afrikaanssprekende jeug behoefte daaraan gehad het om op te sien na ’n simboliese “held”. Klopper en Maas (in Thormählen 2008:18) bevind dat die wit postapartheid jeug makliker met musici as met politici kon assosieer – ’n situasie waaruit MK munt geslaan het. Argiefmateriaal toon dat die kanaal se filosofie, soos in programaanbiedings weerspieël, alternatiewe identiteite gekonstrueer het wat, ten spyte van ’n sterk projeksie van “Afrikaansheid”, nie met bepaalde sosiale klasse of etnisiteite geassosieer was nie, maar eerder op kykers se ouderdomspesifieke en sosiokulturele behoeftes ingespeel het. Voorbeelde hiervan is *Studio 1* (regstreekse musiek wat deur opkomende groepe uitgevoer is, asook nasionale én internasionale topverkopers); *AMP* (24-uur-navolging van ’n bepaalde groep of musikus met regstreekse onderhoude); *JIP* (’n regstreekse weergawe van die weeklikse leefstylinvoegsel in *Beeld*, met ’n fokus op huidige of toekomstige “gigs”), *Kraakvars* (beeldsending van musiekvideo’s wat kykers bygedra het), *Af* (’n program waarin die aanbieders sinlose en dikwels lewensgevaarlike toertjies uitgevoer het), die *Rockspaaider*-kompetisie (’n program waarin musiekvideo’s deur opkomende groepe gebeeldsend is met die oog op MK-optredes en musiekkontrakte vir die wengroepe). Indien groepe daarin kon slaag om deur die onderskeie rondes van die kompetisie te vorder, kon hulle ’n regstreekse optrede op die kanaal, asook ’n musiekvideokontrak, wen); *Music Video Projek*, beter bekend as *MVP* (wat die tien beste video’s van die *Rockspaaider*-kompetisie vertoon het), en *Stook* (’n besprekingsprogram oor die nuutste speletjie, musiek en rolprente). ’n Aantal van hierdie programme is strategies ontwerp as plaaslike weergawes van gewilde aanbiedings op die internasionale musiekkanaal MTV, wat ook as deel van die DStv-pakket beskikbaar was (Thormählen 2008:5).

5.3 Alternatiewe Afrikaanse identiteit

Dié onderwerp hang ten nouste saam met die bogenoemde twee temas. Soos aangevoer, het MK sterk gesinspeel op die idee van rebelsheid (teen gevestigde Afrikanernorme) en die skep van ’n alternatiewe selfheid. (Met betrekking tot die idee van bevryding wat deur sodanige “selfskepping” bereik is, kan ’n ironiese parallel moontlik selfs getrek word tussen MK, die naam van die bevrydende Afrikaanse musiekkanaal, en MK, die afkorting vir uMkhonto we

Sizwe, die militêre vleuel van die ANC-bevrydingsgroep tydens die stryd teen apartheid). Benewens programme wat hierdie ideale strategies uitgedra het, was die MK-kanaal se reeds genoemde sigbaarheid by landswye kunstefeeste 'n bepalende faktor. Davies (2009:120) merk op dat Afrikaanse feeste ná apartheid aansienlik in gewildheid toegeneem het. Daar kan geredeneer word dat bedreigde identiteit 'n rol hierin gespeel het. Haupt (2012b:114) skryf voorts die groei en invloed van feeste soos die KKNK, Aardklop en Oppikoppi toe aan die grootskaalse navolging van Afrikaanse sepies soos *7de Laan*, *Binnelanders* en *Villa Rosa* ('n waarneming wat aansluit by ons latere bespreking van die postapartheid sug na ontsnapping).

5.4 Leefstylkeuses

Benewens die reeds genoemde kommersiële produkte wat met MK vereenselwig is (soos aantrekstyle en alkoholiese produkte), is die MK-konteks ook beïnvloed deur internasionale ontwikkelings in die musiekbedryf, soos die persoonlike aflaai van musiek en individuele speellyste. Hierdie tendense het nie net op die manier waarop musiek uitgeruil is, 'n groot invloed gehad nie, maar ook op die gepaardgaande bevordering van gedeelde sosiale identiteite en -ervarings. Die deel van musiek op persoonlike toestelle deur middel van sogenaamde Peer 2 Peer- (P2P)-platforms soos Napster, asook die ontstaan van iTunes en die beskikbaarheid van toestelle soos iPads, het beide wettige en onwettige musiekverbruik bevorder. Kunstenaars het toenemend self van tegnologie gebruik begin maak om opnames te produseer en vry te stel en om sosiale media en die internet as bemarkingsmiddele te gebruik. Hierdie ontwikkelings het MK se invloed aanvanklik versterk. Die sosialemediaplatforms wat MK vanaf die vroeë 2000's begin gebruik het, sluit (tot 'n mate) YouTube, MySpace, Twitter en Mxit in. Betreffende die bemarking en bevordering van MK-kompetisies het die kanaal Mobi en MK-spesifieke internettuistes gebruik.⁷

5.5 Handelsmerking

As opkomende handelsmerk het MK invloedryke internasionale instansies soos Warner Brothers, 20th Century Fox en Disney Studios binne minder as vier jaar ná die kanaal se ontstaan geklop en die gesiene Promax-toekenning in 2009 ingepalm (Thormählen 2008:6). Volgens argiefmateriaal was die kanaal se handelsmerking veral sigbaar in musiekvideo's en dokumentêre materiaal. Hul invloed kon egter ook in ander aspekte van MK-handelsmerking gesien word, soos in Die Antwoord se modereeks, of in alkoholieseprodukreekse soos Valiant Swart se Mystic Boer Brandy. Hierdie strategieë het tot gevolg gehad dat MK as 'n uiters effektiewe bemarkingsmasjien met sterk elemente van groepsidentifikasie na vore getree het.

5.6 MK as kultuurverskynsel

Ten einde as 'n leefstylkanaal te ontwikkel, het MK in alles wat kernelemente van 'n musiek-kanaal en musiekvideoproduksie vorm, belê. Hierdie strategie was 'n grootskaalse spanpoging wat die insette van akteurs, aanbieders, modestiliste, grimeerkunstenaars, musici en tegnici behels het (MK-argiefmateriaal). Terwyl die kanaal 'n stimulerende omgewing gebied het waarbinne bestaande en nuwe musiekgroepe kon ontwikkel, het dit dus terselfdertyd 'n platform gebied waarbinne jong, opkomende professionele rolspelers ervaring kon opdoen. Benewens dié pragmatiese bydrae het MK, aan die hand van 'n wye verskeidenheid programme, op simboliese vlak 'n kulturele hawe aan 'n soekende Afrikaanssprekende jeug gebied waarbinne die samestelling van alternatiewe identiteite bevorder is.

5.7 Nostalgie

Nostalgie – nog ’n tema wat binne die MK-konteks in verband gebring word met alternatiewe identiteit – is ’n invloedryke bemarkingstrategie in die veld van postapartheid Afrikaanse musiek- en filmmedia. (’n Bekende voorbeeld, wat sterk deur MK bemark is, is Bok van Blerk se musiekvideo “De la Rey”). Sonnekus (2016:463) beskou sodanige kommersialisering van Afrikanergeskiedenis en -geheue as “die bemarking van identiteitsdiskoerse wat (sommige) Afrikaners internaliseer om hul selfheid met die postapartheidrealiteit te versoen”.

5.8 Visuele assosiasie

Visuele assosiasie was nog ’n belangrike aspek van MK se sukses en het nie slegs op ’n ideologiese nie, maar ook op ’n pragmatiese vlak invloed uitgeoefen. Terwyl MK se benutting van visuele assosiasie veral op die vorming van sub- en teenkulture (insluitende Afrikaner-nostalgie) gemik was, het die kanaal se noukeurig saamgestelde omgewing werkskeppings-geleenthede vir jong professionele rolspelers binne die musiek- en mediabedrywe geskep en het dit, soos reeds genoem, bygedra tot ’n grootskaalse verbetering van plaaslike produksie-standaarde. In die geval van musiekvideoproduksie, asook advertensies, is nuwe standaarde gestel wat nie slegs binne die MK-konteks gegeld het nie, maar mettertyd ook die breër terrein van plaaslike verfilming positief beïnvloed het. ’n Voorbeeld hiervan, wat in argiefmateriaal waargeneem kon word, is die gebruik van die sogenaamde spookkamera (“phantom camera”), ’n hoëspoedkamera wat 100 keer meer raampies per sekonde kan verfilm as ’n normale kamera. Dié tegnologie het dit moontlik gemaak om visuele materiaal suksesvol in stadige beweging te verfilm, en is vanuit die MK-konteks na ander platforms uitgebrei.

6. Konseptuele raamwerk

In hierdie afdeling van die artikel word begrippe onderliggend aan die teoreties-filosofiese raamwerk vir ons latere tematiese ontleding bespreek. Dié begrippe sluit die idee van ’n *Afrikanerverstrooiing* (diaspora), *veelvuldige selfheid*, *die verharding van Afrikaneringesteldhede* (in teenstelling met die utopiese idee van die “reënboog”), asook die sogenaamde *onwetendheidskontrak* in.

Visser (2007:335 e.v.) belig ’n “nuwe” postapartheid breinerosie-verskynsel (“brain drain”) wat hy in verband bring met postapartheid pogings om Afrikaneridentiteit te herdefinieer. Eerstens beskryf hy die “interne migrasie” van regsgesinde Afrikaners na die wit enklawe van Orania – ’n veronderstelde tuisland vir konserwatiefgesinde Afrikaners. Op ’n meer metafisiese vlak sonder hy afgesperde woongebiede uit waar konserwatiefgesindes hulle veilig kan terugtrek of, meer radikaal, fisiek en sielkundig kan onttrek aan die werklikhede van die alledaagse Suid-Afrikaanse bestaan. In ons databespreking sal ons aantoon hoe MK hierdie tipe “ontliggaamde” oorlewingstaktieke indirek bemiddel het.

Wat die idee van veelvuldige selfheid betref, is die rol van Afrikaans – MK se hoofmedium van kommunikasie – sentraal tot ons bespreking. As postapartheid taal het Afrikaans die teiken geword van protesaksies wat sy ontwikkeling as ’n heterogene konstruk enersyds teengestaan het of wat hom (andersyds) gemarginaliseer het as ’n bedreigde puritiese medium van uitdrukking (Visser 2021:335). In teenstelling met hierdie uiteenlopende moontlikhede het MK

'n meer demokratiese opvatting van die taal voorgestaan. Soos wat reeds opgemerk is, het die kanaal egter terselfdertyd die breër tema van nostalgie bevorder (MK-argiefmateriaal) – 'n tema wat sterk vereenselwig is met idees van wit bedreiging.

Rakende wit postapartheid ervaring stel Steyn (2012:21) die term *onwetendheidskontrak* ("ignorance contract") voor. Sy beskryf dit as 'n ooreenkoms wat binne die konteks van gedeelde sosiale ervaring gesmee word (byvoorbeeld by 'n "braai"), met as doel die uitwissing van ontstellende, gesamentlike herinneringe. Vestergaard (2000:123) bied egter 'n meer heterogene perspektief op postapartheid Afrikaneridentiteit. Vir hom kan dit strek vanaf samewerking met Afrikaanssprekendes van kleur (sien ook Nel 2010:29) tot by die staat van Orania of – aan die teenoorgestelde kant van die ideologiese spektrum – 'n satiriese dekonstruksie van Afrikanernorme, soos in die strokiesprentreeks *Bittercomix*.

Vanuit hierdie oogpunte is Vanderhaegen (2014:242) se interpretasie van die poststrukturelistiese begrippe *andersheid* en *self-andersheid*, asook *viktimisasie*, van besondere belang.⁸ Al hierdie begrippe dui op gevoelens van angs, haat, skuld en skaamte, terwyl dit ook 'n verharding van gesindhede en 'n terugkeer na wat hy tipeer as Calvinistiese en Nasionalistiese ideologie veronderstel, in teenstelling met die gedeelde menslike waardes van *ubuntu* (Vanderhaegen 2014:242).⁹ In ons data-ontleding sal ons aandui hoe sodanige reaksionêre denke ook 'n plek gevind het in MK se programinhoud – ten spyte van die kanaal se betekenisvolle bydrae tot die vorming van 'n oorwegend "bevryde" alternatiewe Afrikaanssprekende identiteit.

7. MK se (a)simbiotiese verhouding met die identiteit van postapartheid Afrikaanse jeug

7.1 Die hervoorstelling van wit identiteit

Ons het reeds aangetoon dat die wit Afrikaanssprekende jeug in postapartheid Suid-Afrika op die mees basiese vlak met identiteitsvrae gekonfronteer is. As deel van 'n etniese minderheidsgroep en -kultuur was hulle nie langer deel van die heersende "meerderwaardige" ras nie. Gebuk onder onsekerheid en die las van die ongeregthede van apartheid moes hulle nuwe identiteite en 'n nuwe plek in die samelewing vind. Terselfdertyd moes hulle nuwe betekenis aan die begrip *die ander* gee – 'n begrip wat tydens apartheid op alle rasse en kulture buiten wit Afrikanerskap gedui het (Fourie 2008:244).

Te midde van hierdie omwentelings het die wêreld soos hulle dit geken het, 'n onstabiele terrein geword. Gedurende die vroeë postapartheidsjare het alle hoofmedia van kommunikasie in die land nuwe gedaantes aangeneem, byvoorbeeld kykNET, MNet, die SABC, Radio Sonder Grense (RSG), 5FM en 94.7, en vertroude tydskrifte soos *Sarie* en *VISI*. Meer drasties was die hersiening van kulturele identiteit wat die herbenoeming van kulturele landmerke behels het, asook 'n herinterpretasie van simbole wat ten nouste met uitgediende opvattinge van Afrikanerskap vereenselwig was. Voorbeelde sluit die landsvlag, die nasionale embleem (die Springbok) en openbare vakansiedae in, asook plekname en straatname (Vestergaard 2001). Afrikaners, insluitende die Afrikaanse jeug, moes hulself gevolglik herposisioneer as deel van 'n nuwe bestel, waarby nuwe opvattinge van "die ander" en van "self" ter sprake was (Steyn 2003; Giliomee 2003; Davies 2009; Bosch 2014; Vanderhaeghen 2014).

Om terug te keer na Vanderhaegen se denke, kan daar, met betrekking tot hierdie punt, opgemerk word dat sy term/begrip *self-andersheid* van toepassing is op die postapartheid Afrikaanssprekende jeug se stryd om nuwe identiteite te vestig te midde van pogings om ideologiese opdrifsels uit hul verlede te hanteer. Vanderhaegen (2014:1) bevind dat idees van 'n Afrikaner-etniese identiteit sterk na vore gekom het in die “nuwe” Suid-Afrika, ten spyte van diskoerse van versoening. Sodanige opvattinge van identiteit het te make met idees van beskermde selfheid, waarby die subjek van skuld onthef word, terwyl onreg teenoor die historiese slagoffer ontken word: “Within the resulting ‘protected’ sense of self, the subject is (self)absolved of guilt, leaving the historical (racial) victim ‘un-grieved’ as the boundary of difference hardens into a frontier of antagonism” (Vanderhaegen 2014:10). Dié tipe gesindheid kan duidelik gesien word in onlangse Afrikaanse protesliedjies soos “Die land behoort aan jou” (Steve Hofmeyr en vriende) en “Ons sal dit oorleef” (Steve Hofmeyr).¹⁰ In teenstelling met sodanige reaksionêre houdings bevind Klopper (2017:292) dat wit kletsrymers soos Die Antwoord, Jack Parow en Bittereinder postapartheid identiteit bemiddel deur herinterpretasies van swart kulturele vorme wat juis die idee van essensiële of onbuigbare selfheid doelbewus ondermyn.¹¹

Daar is reeds gesuggereer dat MK albei voorbeelde van postapartheid-identiteitsvorming bevorder het (MK-argiefmateriaal). Dieselfde tweeslagtigheid kan ook in die kanaal se bemarking van Fokofpolisiekar gesien word. 'n Hele aantal studies bevind dat die groep sterk bygedra het tot alternatiewe identiteitsvorming onder die Afrikaanssprekende jeug, te midde van 'n politieke en eksistensiële postapartheidskrisis (kyk Loubser 2014; Klopper 2009; Grundlingh en Huigen 2008; Davies 2009). Terwyl die groep hoofsaaklik met skerp kritiek op konserwatiewe Afrikanerdom vereenselwig is, het hul musiek soms terselfdertyd 'n nostalgiese of utopiese “werklikheid” gesuggereer, of selfs 'n ontsnapping aan die realiteite van die Nuwe Suid-Afrika (vergelyk Davis 2004; Sutherland 2013:144; Loubser 2014:25; Truscott 2011:94; Klopper 2009:129). In “Brand Suid-Afrika” byvoorbeeld dui die liriek op 'n verlore onskuld en die gewig van historiese verontregting: “Vir jou is daar nog messe wat wag / In die bosse buite jou huis in die nag / Ons sal mos veilig wees / Ons sal mos veilig wees / Ons hou ons gewetens skoon / Ons sluit toe die deur / Ons het petrol gevat / En ons het al ons brûe afgebrand / Voordat ons aan die anderkant was”.

'n Soortgelyke gedagtelyn blyk in Erasmus (2017) se kritiese bespreking van Van Coke Kartel (VCK) se herinterpretasie van Carike Keuzenkamp se “Dis 'n land” (1988). In Keuzenkamp se weergawe is die kind 'n figuratiewe fokuspunt wat die heteronormatiewe van apartheid moet bewaar (Erasmus 2017:176). Hierteenoor dui VCK – 'n splintergroep van Fokofpolisiekar – se herinterpretasie (2011) van die lied op geweld en satire, met elemente van onenigheid, ontnugtering en verdeeldheid. In kontras met Keuzenkamp se idealistiese (apartheids-)idee van “eenheid-in-andersheid” (Erasmus 2017:177–8) vereenselwig die groep hulle dus met 'n chaotiese, verdeelde en desperate land (Erasmus 2017:179). Teen die einde van die lied wysig VCK Keuzenkamp se oorspronklike “Dis 'n land” egter na “Dis *ons* land” (ons kursief). Hierdie tweeslagtigheid dui vir Erasmus (2017:181) op 'n vereenselwiging met Keuzenkamp se “wit vrees”: “By claiming ‘it is *our* land’, VCK refuse to relinquish ‘the land of colours and sounds’ [...] which they, as the ‘children of apartheid’, must yield.”

'n Bespreking van die amptelike musiekvideo waarmee VCK se weergawe vrygestel is, ontbreek egter in Erasmus se bespreking. Hierdie leemte ontnem hom van 'n belangrike visuele merker van betekenis, waarin die beeld van “die volksmoeder”/“koeksuster”/“Afrikaanse tannie” toenemend subversief voorgestel word. Anargistiese elemente in die rockbegeleiding (teenoor

Keuzenkamp se soetlike weergawe) sou ook verdere aandag regverdig.¹² In hulle ondersoek na die herinterpretasie van FAK-liedjies deur alternatiewe Afrikaanse sangers en musiekgroepe dui Charla Schutte en Martina Viljoen (2021:75 e.v.) byvoorbeeld aan hoe figuratiewe “posture van protes” deur middel van rock- en ander musikale elemente uitgebou word.

7.2 Taal en kultuur

Van der Waal (2008:57) beskou taal as ’n kernaspek van kultuur, aangesien dit sosiale interaksie fisies, asook intellektueel, bevestig. Soos reeds genoem is, het die idee van “suiwer” Afrikaans in postapartheid Suid-Afrika onder druk gekom deur die opkoms van ’n verskeidenheid Afrikaanse “dialekte” en subkulture. MK het hierby aangesluit deur die beeldsending van programme wat ’n toenemend demokratiese perspektief op Afrikaans en “Afrikaansheid” gebied het, asook deur ’n sigbaarheid by kunstefeeste dwarsoor die land, waar ’n soortgelyke insluiting van verskillende etniese groepe nagestreef is. Op hierdie wyse het MK betekenisvol bygedra tot die vorming van nuwe genres binne die terrein van alternatiewe Afrikaanse musiek, terwyl die kanaal terselfdertyd ’n smeltkroes van Afrikaanse dialekte in hul program-aanbiedings bevorder het (MK-argiefmateriaal). Hierdeur is uitgediende idees van Afrikaans en Afrikanerskap uitgedaag en nuwe identiteite voorgehou wat nie deur oorheersende etniese of geografiese afbakening beperk was nie.

Ofskoon dié benadering binne die “nuwe” Suid-Afrikaanse konteks lofwaardig was, is MK se pogings tot kulturele inklusiwiteit oënskynlik hoofsaaklik deur ekonomiese oorwegings gerig. Soos wat later uit ons data-ontleding sal blyk, het dié benadering ’n keersy gehad, en was Afrikaans steeds ’n kulturele merker in terme van die toekenning van kontrakte. Van der Merwe (2015:14) bevestig inderdaad dat Afrikaanse groepe van kleur ná apartheid steeds met rassediskriminasie gekonfronteer is, ’n faktor wat hulle kommersiële sukses gestrem het. ’n Verdere faktor was dat Afrikaans, ofskoon dit op dié stadium deur ’n groter verskeidenheid etniese groepe toegeëien was, steeds as ’n “bevoordeelde” taal beskou is. Nieteenstaande MK se sorgvuldig beplande strategieë het vooropgestelde idees rondom Afrikaans en Afrikaanse musiek bly voortbestaan. Klopper (2009:16) merk byvoorbeeld op dat Afrikaanse rockmusiek postapartheid steeds hoofsaaklik as “wit” gesien is.

7.3 Aansprake op inklusiewe identiteit

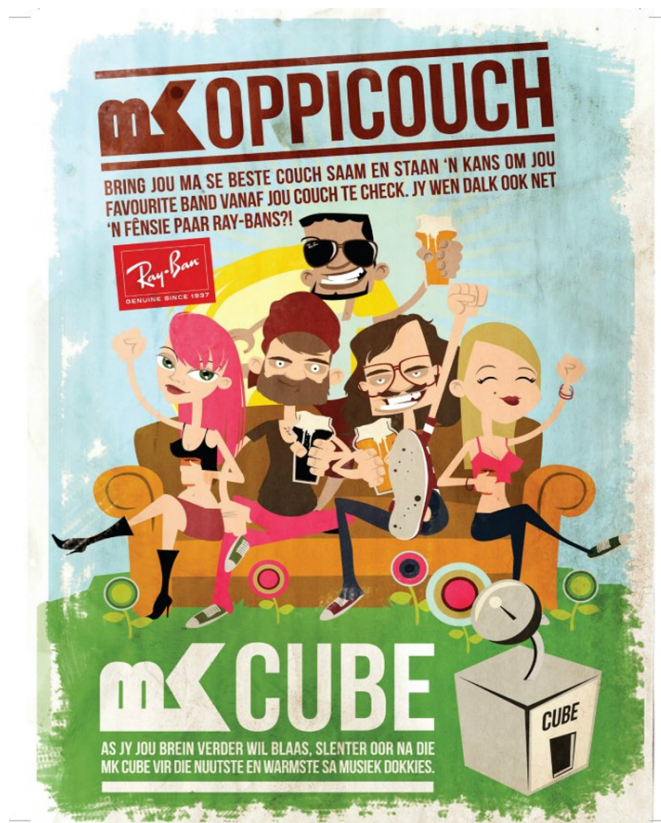
Ofskoon MK ongetwyfeld ingestel was op die postapartheid milieu en die kanaal daarop gefokus was om sy ondersteuningsbasis so inklusief as moontlik uit te brei, is die sosiale faktor van die Afrikaanse taal strategies aangewend – nie slegs ideologies nie, maar ook “ekonomies”. Dié strategie het egter nie verhoed dat die wit Afrikaanssprekende jeug binne die MK-konteks kennis kon maak met ’n nuwe “ander”, en op daardie wyse voorheen onbekende kulture of etniese groepe kon ervaar en aanvaar nie. Voorbeelde in die MK-argiefmateriaal van programme wat hierdie ideale gedien het, is *MK Skole* (’n 30-minuut-episode waarby leerders van verskeie skole hul instansie se “top tien” liedjies kon aanbied), *Draadloos* (akoestiese [unplugged] aanbiedings deur bekende sowel as opkomende kunstenaars), *Hip-Hop* (waarin toonaangewende musici van kleur, soos Brasse van die Kaap, dekking geniet het) en *Wys my jou huis* (waarin videomateriaal van musici se huise vertoon is).

7.4 MK en die bemarking van emosies

Binne die MK-konteks was die volhoubaarheid van verbruikersbehoefte gekoppel aan 'n uitbreiding van handelsmerke wat op markgeoriënteerde kulturele identiteite gemik was. In hierdie geval het alkoholiese produkte 'n groot rol gespeel, soos die reeds genoemde Fokof Lager (Fokofpolisiekar), Mystic Boer Brandy (Valiant Swart) en Parow Brandy (Jack Parow).

Heelwat groepe het besef dat 'n simbiotiese verhouding met MK en opnamemaatskappye tot die finansiële voordeel van die bemarking van hul optredes en kommersiële produkte kon werk. Op hierdie wyse is nuwe Afrikaans-verwante identiteite doelbewus bemark (Van der Merwe 2015:12). Terwyl dié strategie ongetwyfeld 'n bepaalde verbruikersbehoefte aangespreek het, het dit binne die postapartheid, en selfs post-MK, omgewing daartoe gelei dat hoofstroom Afrikaanse musiek en kunstenaars steeds hoofsaaklik wit was, en as sulks bemark en “verkoop” is (Van der Merwe 2017:144).

Benewens dié strategie het MK spesiale handelsware met beide die kanaal en groepe se logo's begin bemark wat onder die jeugdiges besonder gesog was as “versamelstukke”. “Trofee”, soos getekende CD's en handelsware waarvan 'n beperkte oplaag slegs by feeste te koop was, het sterk bygedra tot 'n vereenselwiging met MK en groepe wat deur die kanaal bevorder is, terwyl die kanaal terselfdertyd as 'n kommersiële “masjien” gevestig is.¹³ MK het dus letterlik munt geslaan uit die emosionele aantrekkingskrag van goedgekose kommersiële stimuli wat gemik was op verbruikersbehoefte waarmee die Afrikaanssprekende jeug hulle sterk kon vereenselwig. Soos wat die illustrasies hier onder duidelik maak, het dit veral om “leefstylprodukte” en 'n tipe “bevryde” lewensuitkyk gegaan.



Figuur 1. Oppicouch-advertensie vir Oppikoppi 2012¹⁴

8. Data-ontleding en -bespreking

Soos voorheen genoem, wil ons navorsingsvraag vasstel hoe die ontwikkeling van alternatiewe Afrikaanse identiteit deur MK as kultuurverskynsel geraak is en hoe handelsmerking en sosiale temas rondom identiteit deur die kanaal se metatekstuele produksie van diskoers beïnvloed is. In hierdie afdeling van die artikel word die sleutelbevindings van ons ondersoek, uit die onderhoudmateriaal verkry, gedokumenteer en ontleed. Vervolgens word die bevindings aan die hand van die bogemelde konseptuele raamwerk bespreek, met die idee van alternatiewe Afrikaanse identiteit as rigtinggewende komponent.

'n Hoofbevinding van ons ondersoek, soos bevestig deur MK-argiefmateriaal en ons onderhoud met MK-belanghebbers, is dat die kanaal nie slegs gedien het as 'n platform vir opstand teen uitgediende sosiale norme nie, maar dat dit die behoefte aan 'n "nuwe" Afrikaanse kultuur, taal en identiteit ontgin het (of moontlik selfs uitgebuit het). Dié strategie het ruimte gebied vir die opkoms van verskeie vorme van andersdenkendheid in Afrikaans, soos wat blyk uit die eklektiese reeks programme wat op die kanaal uitgesaai is. As sosiaal invloedryke platform het MK se invloed mettertyd uitgebrei na linguistiese uitdrukkings, musiekgenres, gedrukte en visuele media, asook die totstandkoming van sub- en kontrakulture, waarvan sommige vandag steeds 'n rol speel. Argiefmateriaal het getoon dat alternatiewe identiteitsdiskoerse betekenisvol deur MK bemiddel is deur programme soos *JIP*, *Ondergrond*, *Kraakvars* en *Wys my jou Huis*. Terwyl hierdie programme 'n sterk Afrikaanse "gevoel" geprojekteer het, asook 'n sterk aanwesigheid van kulturele toe-eiening, was dit terselfdertyd duidelik dat daar binne hierdie konteks ruimte geskep is vir meer demokratiese opvattinge van die Afrikaanse taal en van Afrikaansheid. Dit het veral opgeval dat uitgediende "grense" ten opsigte van etnisiteit en gender deur MK-inhoude uitgedaag is (MK-argiefmateriaal).

Andersdenkendheid en rebelsheid was kenmerkend van die kanaal se aanbiedings en het tot die gewildheid daarvan bygedra. Groepe soos Fokofpolisiekar en Die Antwoord het sinoniem met MK se benaderingswyse geword. Deur middel van lirieke, kleredrag en algemene ingesteldheid het hierdie groepe Afrikaanse teenkulture uitgedra wat MK-ondersteuners aangemoedig het om alternatiewe weergawes van "Afrikaans-wees" te ontgin. In die literatuur, asook in ons onderhoud, is veral die belang van Fokofpolisiekar beklemtoon. Terselfdertyd het argiefmateriaal getoon dat nostalgie (byvoorbeeld die "De la Rey"-verskynsel) en Zef-kultuur (Die Antwoord) die mees invloedryke subkulture was wat binne die MK-konteks na vore getree het.

Vanuit hierdie oogpunte word ons bevindings, soos aan die onderhoud ontleen, vervolgens onder die temas wat vantevore voorgestel is, aangebied. Die betrokke temas word ontleed in terme van bepaalde ooreenkomste, verhoudings, oorvleuelende patrone, gedeelde teoretiese veronderstellings en kulturele betekenis (vergelyk Mills e.a. 2010:926).

8.1 Andersdenkendheid

Soos voorheen genoem, was andersdenkendheid 'n beduidende faktor binne die MK-konteks. Ons onderhoud het bevestig dat die postapartheid Afrikaanssprekende jeug by 'n nuwe en politieke onstabiele omgewing moes aanpas. Hulle was moeg daarvoor om verantwoordelik gehou te word vir die wandade van die vorige bestel, maar kon nie aan daardie "erflating" ontkom nie. Deelnemer 3 stel dit só: "Jy gaan nooit daai stigma verloor nie"; "die generasies daarna [dra] die sondes van die vaders op hul skouers [...] en dis 'n baie swaar las om te dra." Volgens dié deelnemer het MK "met hierdie vraagstukke begin praat". Hy skets die

verseurdheid tussen opstand teen en verbondenheid aan 'n Afrikanerherkoms soos volg: “[D]ieselfde outjie wat Fokopolisiekar geluister het, het ook dieselfde identiteitskrisis gehad van waar af hy kom. En daar was ook 'n waarde nodig vir hom om te besef dat, alhoewel ek rebelleer teen authority en die rock ding doen, is daar 'n diepere ding wat binne-in my praat. En daai sal altyd daar wees.”

Terwyl hierdie deelnemer voorts beklemtoon dat andersdenkendheid binne die MK-konteks ook met gevoelens van gesamentlike skuld verbind kon word, wys ander deelnemers op die “‘cool’ faktor van 'n nuwe soort Afrikaansheid”. Deelnemer 8 gee byvoorbeeld toe dat hy op daardie stadium nie met Afrikaans vereenselwig wou wees nie. Deur 'n ondermynende gebruik van die taal het MK egter daartoe bygedra dat Afrikaans sy negatiewe assosiasies ten minste gedeeltelik kon afskud. Deelnemer 10 beklemtoon dat die MK-generasie “kwaad was vir die sisteem [...] en Fokof het die fakkel gedra vir dit”. As simboliese ideaal het die kanaal opstand teen uitgediende sosiale norme bevorder, by name deur aantrekstyl en taal (Deelnemers 6 en 7). Dit was moontlik egter veral die ideologiese opstand wat die grootste invloed uitgeoefen het. Deelnemer 8 meen dat die trefkrag van MK daarin lê dat hulle dit duidelik gemaak het dat daar 'n faksie Afrikaners is wat “nie tradisionalistiese, rassistiese wesens is nie”. Deelnemer 10 stel dit selfs sterker: Vir hom was opstand in die MK-konteks “super hard”; “al die groepe wat deur MK bevorder is, het iets van die fok die sisteem houding gehad.”

8.2 MK as simboliese ideaal

Wat die kanaal se programkeuses betref, dui Deelnemer 7 aan dat MK doelbewus 'n platform geskep het waar verskeie fasette van alternatiewe identiteit bevorder is. Dit het kategorieë soos geselsprogramme (*Gons*, *MK 8–5*, *Geraas*), tydskrifaanbiedings (*JIP*), leefstylprogramme (*JIP*, *Studio1*), poetse (*Af*, *Hoenner*) en 'n aantal plaaslike “eerstes”, soos die “date show” *Heikie*, die regstreekse aanbieding *Studio1* en eie keuse-programme soos *Skole Top 10*, *MK Live* en *Studio1* ingesluit. Die strategie om spesifieke materiaal vir bepaalde teikengroepe aan te bied, het grootliks bygedra tot MK se “cool” faktor. In hierdie opsig het die kanaal nie gekroom om benaderings wat deur die internasionale musiekkanaal MTV populêr gemaak is, na te boots nie. Deelnemer 1 wys gevolglik daarop dat MK “die MTV van Suid-Afrika” was. As simboliese “held” van die postapartheid Afrikaanssprekende jeug was die grootste impak van die kanaal vir dié deelnemer egter 'n geprojekteerde andersdenkendheid, en “'n nuwe tipe vryheid”. Hierdie standpunt word onderskraag deur Deelnemer 7 se stelling dat MK “ruimte geskep het vir die Afrikaanse jeug om te rebelleer, al het hulle uit goeie huise gekom”.

Uit hierdie standpunte kan afgelei word dat MK opstand teen konserwatiewe opvattinge van Afrikanerkultuur bevorder het en terselfdertyd ruimte geskep het vir nuwe opvattinge oor Afrikaanse kultuur, taal en identiteit. Ofskoon die indruk bestaan het (en steeds bestaan) dat die kanaal “oorwegend wit en Afrikaans was” (Deelnemer 6) of “verskriklik wit en Afrikaans” (Deelnemer 8), meen Deelnemer 7 dat die MK-handelsmerk “almal ingesluit het” en om daardie rede subversiewe vorme van uitdrukking soos alternatiewe rock en Afrikaanse kletsrym as deel van sy aanbiedings bevorder het. Deelnemers 6 en 7 beklemtoon ook die uitgebreide mentorskap van MK.

8.3 Alternatiewe Afrikaanse identiteit

MK se simboliese invloed is tot 'n groot mate versterk deur die kanaal se “cool faktor”, waardeur 'n direkte skakel tussen die kanaal se beeld en sy aanbod gesmee is (Deelnemer 8).

'n Beduidende faktor in dié verband was die *Rockspaaider*-kompetisie, wat dit “‘cool’ gemaak het om op die verhoog en in ’n ‘band’ te wees” (Deelnemers 1, 2, 4, en 6). Verder het ondersteuners van MK hulle met groepe vereenselwig wat blootstelling gekry het op die program *AMP*. Hierdeur is die idee om “‘n rocker in Afrikaans te wees” (Deelnemer 8) gewild gemaak. Die “cool faktor” is visueel uitgebeeld op leefstylprogramme soos *JIP*, spesifiek met betrekking tot aantrekstyle soos dié van invloedryke musiekgroepe. Dit is verder uitgedra deur jong, onkonvensionele aanbieders, met wie die kykers hulle maklik kon vereenselwig (Deelnemer 7).

MK se invloed is grotendeels versterk deur regstreekse aanbiedings by kunstefeeste soos die KKNK, Oppikoppi en Innibos, wat deur groot getalle aanhangers bygewoon is. Dit het bygedra tot ’n vorm van handelsmerkherkenning wat met ’n bepaalde kwaliteit van uitvoering geassosieer is en, bowenal, met die “cool faktor”. Deelnemer 11 merk op dat MK lewensvatbaarheid aan die handelsmerk verleen het “sodat die handelsmerk groter as die kanaal was”. Dié faktor kon as ’n besonder invloedryke element van alternatiewe identiteitsvorming gesien word, aangesien beroemdheid en die “cool faktor” versterk is deurdat ondersteuners van die kanaal gevoel het hulle “ken” groepslede as gevolg van veelvuldige blootstelling op MK (Deelnemer 11). Deelnemer 8 beskryf hierdie verskynsel as “feitlik Kardashian-like”.

Die kanaal se uitsendings- en bemarkingsfilosofie was dus uitstekend beplan en uitgevoer. Die bevordering van voorheen onbekende genres in Afrikaans, soos wit en bruin kletsrym, het (veral) opvattinge rondom Afrikaanse musiek verbreed (Deelnemer 4). Deelnemers 3 en 8 merk op dat MK aanvanklik meer oop was teenoor ’n verskeidenheid van genres, maar dat dit later meer op kommersiële en alternatiewe musiek gefokus het. Dié verskuiwing in fokus mag invloed uitgeoefen het op die kanaal se finansiële volhoubaarheid. Deelnemers 6 en 7 wys daarop dat “Afrikaanse musiek [...] ’n klein mark [is]”. Deelnemer 8 deel dié standpunt, terwyl hy ook die volhoubaarheid van die “tipiese” MK-afsetgebied bevraagteken: “Ek weet nie of jy regtig kan geldmaak in so ’n klein mark nie.” Die kanaal se potensiaal vir kommersiële wins word deur Deelnemer 3 gekwantifiseer as “‘n alternatiewe ‘niche’-mark wat slegs 2–3% van die [totale] mark beslaan het”.

8.4 Leefstylkeuses en identiteitsvorming

Ons onderhoude het dit duidelik gemaak dat MK op die hoogtepunt van die kanaal se bestaan ’n wydverspreide teenwoordigheid was. Volgens Deelnemer 8 was MK “in elke huishouding”. Leefstylkeuses wat deur verskeie programme op die kanaal bevorder is, insluitende *AMP* en *JIP*, het kykers nuwe identiteite help vorm aan die hand van hul gunstelingprogramme, -aanbieders, en -kunstenaars. In ooreenstemming met gegewens vanuit argiefmateriaal karakteriseer Deelnemer 7 MK as “inklusief en vir almal”.

Soos reeds uitgewys is, het leefstylkeuses wat die kanaal voorgestaan het, kommersiële MK-produkte ingesluit, soos T-hemde, pette en CD’s. Getekende CD’s is deur aanhangers as spesiale trofee beskou, terwyl die meeste kunstenaars gedurende die beginjare van die kanaal finansiële by CD-verkope gebaat het. Gedurende die vroeë 2000’s het verkope egter begin daal as gevolg van tegnologie waardeur verbruikers musiek onwettig kon aflaai en deel, of slegs enkelsnitte kon aankoop (Deelnemers 2, 3 en 10). Om dié rede het groepe begin om hul CD’s verniet weg te gee. Dié ontwikkelinge het MK tot voordeel gestrek en selfs geleenthede geskep om die kanaal se ondersteuningsbasis op ’n ongekennde wyse uit te brei. Soos Deelnemer 10 opmerk, was die kanaal se teikenmark hoërskoolleerders en studente wat min besteebare inkomste gehad het en musiek dus eerder gekopieer het as om dit wettiglik aan te koop. In die geval van

universiteitstudente het MK groot aanhang geniet. Ofskoon daar in koshuise moontlik slegs een TV-stel was, het aansienlike getalle studente MK daarop gekyk (Deelnemers 6 en 10).

Hoewel Deelnemer 4 aanvoer dat MK “nooit oor geld gegaan het nie”, het Deelnemers 6, 7, 10 en 11 bevestig dat inkomste ingebring is deur aggressiewe handelsmerking en die bemarking van MK-verhoë by musiek- en kunstefeeste. Uiteraard het dié transaksies ’n ideologiese aspek ingehou, deurdat MK se leefstylkeuses aan die kanaal se ondersteuners ’n gevoel van gedeelde identiteit gewaarborg bevorder het (Deelnemers 1 en 7).

8.5 Handelsmerk-assosiasie

Deelnemer 6 voer aan dat handelsmerkassosiasie ’n visuele strategie was wat MK met groot sukses ontgin het. Dié strategie is veral toegepas met betrekking tot die kanaal se borgskappe deur MK-verhoë tydens feeste, die sigbaarheid van MK-opnamewaens gedurende die vroeë jare van die KKNK en Aardklop, asook kompetisies wat in samewerking met programme soos *JIP*, die *MVP* en die *Rockspaaider*-kompetisie aangebied is. Deelnemer 7 beskryf laasgenoemde kompetisie as die “Rock en Roll weergawe van Oprah”, terwyl die *MVP* jong en talentvolle regisseurs kans gegee het om nuwe idees te ontwikkel (Deelnemer 5). Enige tipe musiek, van rock ’n roll, pop en rock tot alternatief, kon ingeskryf word (Deelnemer 11). Dié pogings het ’n hoogtepunt bereik in die jaarlikse MK-toekennings, waar ondersteuners vir die “snaaksste, coolste, of sexy’sste liedjies” kon stem (Deelnemer 11).

Deur middel van MK se ondersteuning van handelsmerke het jong professionele werkers geleenthede gekry om bydraes te lewer tot informele program materiaal wat eiesoortig aan die kanaal was. Hierdeur het MK nie alleen ’n tipe kultusstatus verwerf nie, maar ook ’n waardevolle platform geskep waardeur tegniese spanne beroepsgerigte ervaring kon opdoen. Vir Deelnemer 11 het dié werkwyse die grondslag gevorm van die kanaal se strategie om “niks alleen te doen nie [...] maar altyd saam met die industrie en die mense op pad te wees”. Die meerderheid van die lede van MK se tegniese spanne was jonger as 25, wat daartoe bygedra het dat die kanaal se atmosfeer “jonk en vars was” (Deelnemer 6). ’n Aantal deelnemers (6, 10, 12) het bevestig dat dit ’n groot pluimpie vir AFDA-filmstudente was as hulle ’n top MK-musiekvideo vervaardig het – ’n ingesteldheid wat vir gesonde kompetisie gesorg het. Argiefmateriaal het ook getoon dat MK-beroepsgeleenthede uitgebrei is na sosiale uitruilskemas met meriete, soos Bands for Bricks, Blood Brothers, Vrede Foundation en Relate Bracelets, waarvan die meeste vandag steeds bestaan.

8.6 MK as kulturele verskynsel

As uitvloeisel van die bogemelde beroepsmoontlikhede en die strategie van handelsmerk-uitbreiding het MK se invloed gedurende die laaste drie jaar van die kanaal se bestaan (2010–2013) ’n hoogtepunt bereik. Hierbenewens was MK toenemend daarop toegespits om ’n stem aan die postapartheid Afrikaanssprekende jeug te bied, asook ’n ruimte waarbinne hulle alternatiewe opvattinge van hul kultuur, taal, en erfenis kon ontgin. Deelnemers 1, 9 en 11 stem saam dat televisie die nuwe “babawagter” geword het en dat Afrikaanssprekende ouers steeds meer verdraagsaam begin word het teenoor gekruide taal en “gewaagdheid” op MK, omdat hulle die oorkoepelende kykNET-handelsmerk – die enigste kanaal wat op daardie stadium volledig Afrikaans was – vertrou het. Dit het meegebring dat MK-idees en -ideologieë onbelemmerd in die “heilige” spasie van konserwatiewe Afrikaanse huishoudings ingedra is. Deelnemer 1 stel dit só: “Enigiets wat op TV gebeur was dadelik vir jou ouers meer aanvaarbaar

as iets wat in 'n donker drinkhool plaasgevind het; die medium van [Afrikaanse] televisie het die hele 'band scene' regverdig." Dié deelnemer wys ook daarop dat Afrikaanse protesmusiek 'n "polities-onbewuste Afrikaanssprekende gemeenskap deur middel van MK bereik het" en sodoende andersdenkendheid begin bevorder het.

Dit blyk egter dat MK mettertyd toenemend onafhanklik van kykNET begin raak het – veral betreffende die kanaal se bemarkings- en bedryfsfilosofie. Terwyl die genoemde strategieë, by name die kanaal se unieke inslag, asook die indiensnemingsbeleid om jong tegnici aan te stel, aan MK 'n eie karakter en bestaansreg gegee het, kon dié geleidelike "bevryding" van die kykNET-moederkanaal later tot MK se ondergang bygedra het (Deelnemer 4).

8.7 *Nostalgie*

Steyn (2003; 2012), Fourie (2008), Vanderhaegen (2014), Verstergaard (2000), Van der Waal en Robins (2011) asook Visser (2007) redeneer almal dat die idee van "Afrikanertrots" binne die konteks van Afrikanerkultuur met die begrip *nostalgie* verband hou. Dames (2010:269) sien dié tipe nostalgie as "a collective invocation [...] of a shareable potent mnemonic alchemy". Vanuit sy perspektief sou die nostalgiese neerslag in musiekvideo's wat op MK vertoon is, verbind kon word met idees van "plesier" en "vertroosting" (Dames 2010:269). Deelnemer 3 merk op dat nostalgie egter nie slegs van die MK-musiekvideo's deel gevorm het nie, maar ook van die oorkoepelende simboliek waarmee die kanaal vereenselwig is – "'n kanaal wat 'n verlore identiteit binne 'n nuwe politieke regime help soek het". 'n Soortgelyke mening word deur Deelnemer 8 gehuldig: "MK kykers het iemand nodig gehad om na op te sien wat leiding in die destydse politieke landskap kon gee." Dié uitsprake sluit aan by Deelnemer 11 se siening dat daar 'n postapartheidsbehoefte was aan leiding vir die jeug: "iemand om hulle in die regte rigting te stuur [...] om te weet dit is wie ek is in Suid Afrika". Deelnemer 10 meen dat MK op hierdie wyse vaderlandsliefde onder die kanaal se kykers bevorder het.

Sommige deelnemers het egter negatief gereageer op die romantiese sienings van Afrikaner-nostalgie wat deur MK bevorder is. Deelnemer 2 het sterk hieroor gevoel: "Nou hoef hulle by niks aan te pas nie. En baie mense worstel hiermee. Hulle gebruik blaam slegs as 'n verskoning, en dit is vir hulle die maklikste manier om die situasie te verwerk." Vir Deelnemer 10 was weergawes van Afrikaner-nostalgie soos op MK voorgestel slegs maar ontkenning, wat op "Afrikaner-angst" dui en op "pyn wat oorgedra word, eerder as dat dit verwerk word". MK-argiefmateriaal het gewys dat verskillende vorme van nostalgie waarneembaar was in die musiekvideo's wat gedurende 2007–2014 toekennings ontvang het. Dié produkte het voorstellings van nostalgie soos volg vertoon: die verlange na 'n "onskuldig" verlede (Bok van Blerk – "De la Rey"), romantisering (Chris Chameleon – "Die onverkrygbare"), sinisme (Fokofpolisiekar – "Brand Suid-Afrika") of, alternatiewelik, nostalgie as fantasie of ontvlugting (Straatligkinders – "Avontuur van 'n hartbreek").

8.8 *Visuele voorstelling*

Ons onderhoude het aan die lig gebring dat visuele voorstelling op sowel die pragmatiese as die ideologiese vlak 'n belangrike aspek van MK se sukses was. Ofskoon MK se ontginning van 'n jong groep tegnici en vervaardigers na waarde geskat is, meen Deelnemer 3 tog dat dit 'n mate van uitbuiting ingehou het, aangesien die werkers teen relatief lae vergoeding ervaring opgedoen het. Tegnologiese vernuwings wat deur MK bekendgestel is, kan egter nie ontken

word nie – asook die feit dat nuwe kennis oor plaaslike regstreekse televisieuitsending aansienlik deur die kanaal bevorder is, tesame met algemene standaarde van produksie.

Terwyl ideologiese oorwegings sterk op MK-inhoude ingespeel het, is Deelnemer 6 oortuig dat die besluit om MK te stig ’n “besigheidsbesluit was om die kykNET-familie te bevorder” en “nooit ’n besluit om die taal te red nie”. Kunstenaars wat deur die kanaal ondersteun is, het ongetwyfeld daarby gebaat, en in ooreenstemming met internasionale tendense van die tyd het musiekvideo’s baie gewild geword. Deelnemer 4 merk op dat hierdie produksiestrategie sterk deur visuele kultuur, soos op MTV gesien, beïnvloed is, terwyl Deelnemer 7 ook voel dat MK se navolging van MTV tot gevolg gehad het dat die kanaal MTV bewustelik nagevolg het, dog met plaaslike inhoude. Op hierdie wyse het plaaslike groepe beroemdheid verwerf (Deelnemers 5 en 10).

9. MK ná 2013

MK se nalatenskap rakende bemarking, tegniese ontwikkeling, stilering, ontwerp, samewerkingsooreenkomste tussen platemaatskappye en kunstenaars, asook interaksie tussen kunstenaars en hul aanhangers, is ’n tema wat ten nouste met dié van visuele voorstelling in verband gebring is. Volgens ons deelnemers het al die genoemde aspekte ’n beduidende invloed op die plaaslike musiekbedryf gehad, en kan die positiewe uitwerking daarvan geensins in twyfel getrek word nie.

Oor die sluiting van die kanaal wou die deelnemers hulle egter nie uitlaat nie. Slegs Deelnemer 4 het hieroor ’n sterk mening gehad: “MK is nie aan natuurlike oorsake dood nie [...] [die kanaal] is vermoor en sy keel afgesny.” Volgens dié deelnemer was MK se “dood” te wyte aan “burokrate se besluite” en die sny van befondsing wat deur hulle afgedwing is.

Insake ’n moontlike toekoms vir MK wys Deelnemer 6 daarop dat ’n gebrek aan befondsing só ’n onderneming “selfs as ’n aanlynprojek sou kelder”. Dié deelnemer herinner ons daaraan dat die meeste van MK se internetgegewens onbepaald verwyder is, ’n feit wat Deelnemer 7 daaraan toeskryf dat “MK as handelsmerk nie vorentoe kon beweeg nie” en daarom “nie moes aangaan nie”. Ofskoon twee deelnemers meen dat die kanaal wel op ’n digitale of aanlyn portaal voortgesit sou kon word, mits dit voldoende sosialemediapublisiteit sou geniet (Deelnemers 3 en 9), betwyfel Deelnemer 2 die lewensvatbaarheid van só ’n onderneming, omdat hy voel dat die aanhoudende heruitsending van musiekvideo’s nie in die huidige mediakonteks sou slaag nie.

Deelnemers 3, 4, 9 en 12 wys ook op probleme rondom kapitaalinkomste, terwyl Deelnemers 7 en 8 meen dat selfs inkomste wat aan die hand van genoegsame intekengeld of advertensies bekom sou word, nie volhoubaar sou wees nie. Netwerk- en bandwydteprobleme word deur Deelnemer 4 genoem terwyl Deelnemer 10 voel dat wyses van verbruik té veel verander het om ’n kanaal soos MK te kan akkommodeer. Deelnemer 3 is meer uitgesproke in sy mening dat MultiChoice “prehistories is”, terwyl Deelnemer 9 glo dat selfs nostalgie as basiese bemarkingstrategie MK nie sou kon red nie kon gered het nie en dat die kanaal dalk eerder as ’n radio-aanbieding kon gerealiseer het.

Die kwessie van inklusiwiteit is ook genoem. Deelnemers 3, 4 en 10 het gevoel dat Afrikaans se toekoms by die Kaapse bruin mense gesetel is. Deelnemer 8 hou egter 'n breër Suid-Afrikaanse of selfs "Afrika"- alternatiewe platform voor. Dié deelnemer huldig ook die mening dat MK verdere bestaansreg sou hê slegs indien dit as 'n oop platform na die LGBTQ-gemeenskap uitgebrei sou word en kruisaktiwiteite soos "mode, musiek en ekstreme sport" sou insluit.

Inklusiwiteit is ook in die konteks van musiekgenres genoem. Deelnemer 4 meen dat kykNET die soort hip-hop-musiek wat voorheen deur MK uitgesaai is, op die bruin mark sou kon fokus. Vir Deelnemer 6 is rhythm & blues egter "die hoofgenre van die oomblik".

10. 'n Konseptuele uitleg van ons bevindings, en finale gevolgtrekkings

Vroeër in hierdie artikel het ons die konseptuele raamwerk vir ons ontleding verduidelik. Idees wat toe uitgelig is, het die begrip van veelvuldige selfheid, soos van toepassing op MK, 'n Afrikanerdiaspora en 'n verharding van Afrikanergesindhede – in teenstelling met utopiese opvattinge van die "reënboognasie" – ingesluit. In die laaste afdeling keer ons terug na hierdie idees, ten einde hoofbevindings van ons navorsing aan die hand van postapartheid teoretisering te ontleed.

Die uitwerking van diepgesetelde sosiopolitiese en kulturele vraagstukke op die Afrikaanssprekende postapartheid jeug is telkens in ons betoog beklemtoon. Terwyl dié konteks deur literatuur oor die onderwerp bevestig is, het deelnemers aan ons ondersoek ook daarop klem gelê dat marginale en liminale ervarings van "witheid" en "Afrikaansheid" in postapartheid Suid-Afrika selfbeskermende posisies na vore gebring het of, alternatiewelik, posisies wat uitgediende idees van wit magmisbruik teenstaan. Daar is vroeër in die artikel aangedui dat Afrikaanse alternatiewe musiek reeds sedert die laat-apartheidsjare andersdenkende posisies rakende kwessies van ras, etnisiteit en mag bevorder het. In die MK-konteks het die onwortelde Afrikaanssprekende jeug en rebelse Afrikaanse groepe byeengekom in wat as 'n kulturele veilige hawe beskryf is. As bemarkingsmedium het MK in die behoefte vir 'n eiesoortige, alternatiewe musiekplatform voorsien wat alternatiewe Afrikaanse identiteit help vorm en bevestig het. Verder het die kanaal meer demokratiese opvattinge van Afrikaans voorgestaan, asook uitdrukkingswyses wat die kulturele verteenwoordiging van uiteenlopende, opkomende subkulture bevorder het.

Dit is duidelik dat MK aan die hand van hierdie strategieë 'n aansienlike ondersteuningsbasis opgebou het. Dit kan ook nie betwyfel word dat die kanaal meer onafhanklike denke bevorder het nie, spesifiek binne die veld van Afrikaanse rock- en alternatiewe musiek. Op die kommersiële vlak is MK-kultuur uitgebrei na aantrekstyle en alkoholiese produkte. Die kanaal se bydrae tot beroepsontwikkeling vir tegnici, asook sy invloed op die gehalte van plaaslike televisieproduksie, kan ook nouliks oorskat word.

Ons bevindings het egter na vore gebring dat MK se nalatenskap omstrede is. Dit raak veral die kanaal se sterk vereenselwiging met Afrikaans en Afrikaanse kultuur. Enersyds het MK alternatiewe Afrikaanse identiteit bevorder deur middel van 'n bevryding van die taal wat, benewens andersdenkendheid, vorme van uitdrukking bevorder het wat afgewyk het van die idee van "suiwer" Afrikaans en verteenwoordigend was van 'n steeds breër geografiese

en demografiese verteenwoordiging. Andersyds het die kanaal Afrikaner-nostalgie openlik bevorder – ’n “beweging” wat nie sonder meer op die “sagter” kant van wit postapartheid weerstand gedui het nie.

MK se tweeslagtigheid kan moontlik ten beste gesien word in die kanaal se bevordering van dié groepe wat dit op die mees ooglopende wyse ondersteun het. Ons het aangevoer dat taal een van die belangrikste boustene van kultuur en identiteit is (sien Delport en Olivier 2003 in Sutherland 2013:121; Van der Waal 2008:52). Hierdie uitgangspunt is ook deur sommige van ons deelnemers beklemtoon. Die literatuur het die aansienlike invloed van Fokofpolisiekar beklemtoon – ’n waarneming wat ook deur heelwat van ons deelnemers bevestig is. Terwyl die groep egter blatant rebels was, en tradisionalistiese opvattinge van Afrikanerkultuur verwerp het, was hul (rumoerige) taal van kommunikasie Afrikaans en het dié groep ook soms na vorme van nostalgie geneig. Soos wat aangedui is, is Afrikaanse alternatiewe musiek boonop steeds as ’n “wit” verskynsel gesien.

Al hierdie elemente het deel uitgemaak van MK as kulturele verskynsel, soos deur die verskeidenheid van die kanaal se aanbiedings en die identiteitspolitiek daarvan uitgebeeld. Daar is bevind dat die kanaal, ten spyte van oënskynlike teenstrydighede, ’n sterk “gedeelde” kultuur laat posvat het; egter altyd met ’n fokus op Afrikaans en, moontlik onbedoeld, ’n onderliggende gevoel van “witheid”.

Dit was daarom opvallend dat MK, ten spyte van die kanaal se bevordering van andersdenkendheid en opstand teen uitgediende opvattinge van Afrikanerdom, terselfdertyd aktief meegedoen het aan die nostalgieprojek – by name deur ’n grootskaalse bevordering van Bok van Blerk se “De la Rey”, wat as invloedryke idealisering van ’n Afrikanerverlede groot aanhang onder regsgesinde Afrikaners geniet het. Ofskoon “De la Rey” en Fokofpolisiekar aan die teenoorgestelde kant van die ideologiese spektrum aanhang geniet het, is daar, soos reeds opgemerk, waargeneem dat hierdie groep, nieteenstaande hul rebelse andersdenkendheid, ook wel ’n subtiële vorm van selfbewaring en “Afrikaanse behoort” in hul musiek voorgestaan het – byvoorbeeld in “Antibiotika”, “Brand Suid-Afrika” en “Ek (skyn) heilig”.

Die lirieke van “Ek (skyn) heilig” maak dit egter duidelik dat selfs geromantiseerde voorstellings van die Afrikanerverlede in dié groep se geval duidelike verwysings na skuld en skaamte bevat: “Genade onbeskryflik groot / Ek is die Hel in / Bibber en beef die boerebedrieër / Die wêreld gaan jou haat, my seun / As jy die waarheid praat gaan hulle jou wil doodmaak.”¹⁵

In hierdie opsig is Vanderhaeghen (2014) se denke van toepassing, by name sy sienings rondom *die ander*, wat nie slegs op politieke opponerende etniese groepe dui nie, maar ook op wit Afrikaanse selfheid betrekking kan hê. Soos aangedui, mag sy begrip *self-andersheid* gevolglik van toepassing wees op gemarginaliseerde Afrikanerskap, of op Afrikanerskap wat van alle skuld onthef is. In albei gevalle het *self-andersheid* inderdaad met diskoerse van skuld, verlies, vrees, behoort, transformasie en versoening te make (Vanderhaeghen 2014:1, 30–2).

’n Meer produktiewe ontginning van *self-andersheid* word egter in die werk van Alison Brown (2000:72) gesuggereer. Haar uitbreiding van Foucault se idee van die term fokus op die begrip *groupscule*, wat na die aanwesigheid van teenstrydige gesigspunte binne die self se leefwêreld verwys waarmee die self in gesprek tree. Brown se opvatting is dat sodanige dialoog ’n skeuring in die self se realiteit teweeg mag bring, en dat nuwe insigte hierdeur na vore mag kom.¹⁶

Soos wat ons elders in hierdie artikel voorgehou het, het MK se bemiddeling van postapartheid-identiteit-vraagstukke dus 'n tweeslagtigheid openbaar, deurdat die kanaal 'n ruimte geskep het vir die uitleef van alternatiewe, andersdenkende wit identiteit, maar terselfdertyd meer “ortodokse” en selfs nostalgiese weergawes van Afrikaner-selfheid bevorder het. Dit het waarskynlik op 'n kommersiële eerder as 'n ideologiese strategie berus. Om hierdie rede suggereer een van ons deelnemers dat MK sy vereenselwiging met die “betroubare” kykNET-handelsmerk uitgebuit het om die vertroue en steun van behoudende Afrikaanssprekende kykers te wen, veral gedurende die beginjare van die kanaal se bestaan.

In terme van ons konseptuele raamwerk is daar dus opgemerk dat MK se akkommodering van “Afrikaanse kulturele toe-eiening” nie slegs vir 'n vernuwende andersdenkendheid voorsiening gemaak het nie, maar ook vir dié tipes ontvlugting wat aansluit by Visser (2007:335 e.v.) se begrip “*nuwe*” *Afrikanerdiaspora*, wat op 'n ontkenning van en onttrekking aan postapartheid realiteite dui.

Terselfdertyd het ons deelnemers beklemtoon dat MK inklusiwiteit bevorder het en gevolglik toenemend 'n insluitende Afrikaanssprekende kykersbasis bereik het as gevolg van meer demokratiese opvattinge rakende Afrikaansheid en die Afrikaanse taal as wat voorheen deur Afrikaanse media uitgedra is. Hierdie doelwit het egter lynreg met die kanaal se bevordering van tradisionalistiese weergawes van Afrikanerkultuur gebots. Een van ons deelnemers stel dit as volg: “MK het teenstellende kante gehad.” Dit sou sekerlik erken moet word dat nostalgie ook “genesende” aspekte kan hê. Boym (2007:10) redeneer byvoorbeeld dat nostalgie “trots” kan veronderstel eerder as “skaamte”; hy verstaan die begrip vanuit hierdie perspektief as “'n gedeelde verlange na kontinuïteit in 'n gefragmenteerde wêreld”, en “'n herstel van die verlore, ideologiese ‘tuiste’” (Boym 2007:13).

Hierdie uitgangspunte bring inderdaad die vraag na vore of MK strategies deur ideologiese, of eerder deur ekonomiese oorwegings gedryf is. Ook in hierdie opsig blyk teenstrydigheid te heers. Terwyl die meeste van ons deelnemers die sukses en lewensvatbaarheid van die kanaal beklemtoon, glo een deelnemer dat die besluit om MK te stig “nooit daarom gegaan het om Afrikaans te red nie” – vanuit sy perspektief was dit suiwer 'n besigheidsbesluit om die kykNET-“familie” te bevorder. MK se fokus op 'n Afrikaanse alternatiewe nismark wat slegs 2–3% van die totale mark beslaan het, het gevolglik as 'n ekonomiese strategie misluk en meegewerk tot die ondergang van die kanaal.

Die klaarblyklike teenstellings binne MK se uitsaai- en bemarkingsfilosofie kan egter moontlik ten beste verstaan word in terme van Kim (2013:45) se stelling dat sosiaalgekonstrueerde identiteite ten nouste met die verlede, hede en toekoms verbind is. Ons literatuur, onderhoude, asook argiefondersoek het die lied/video “De la Rey” en Die Antwoord as sosiale verskynsel as twee van die mees invloedryke identiteite wat met MK vereenselwig is, na vore gebring. Deur MK se bemiddeling het beide verskynsels kultusstatus bereik. Verteenwoordigend van onderskeidelik die subkulture van nostalgie en sinisme kan dié identiteite inderdaad met die Afrikaner se problematiese verlede, ingewikkelde hede en twyfelagtige toekoms verbind word. Haupt (2012b:113) verstaan dié identiteite soos volg:

If Bok van Blerk is the troubadour and selective historian of a glorious Afrikaner past, then Die Antwoord is Van Blerk's poorer, less educated, crass, and decidedly more embarrassing relation who parodically draws attention to the fact that not all white Afrikaners fit squarely into dominant representations of Afrikanerdom.

“De la Rey”, wat op groot skaal deur MK bemark is, is deur sommige van ons deelnemers as “’n volkslied” beskryf “wat diepgesetelde Afrikanermoraal en nasionalistiese simboliek kon laat herleef”. In teenstelling hiermee sien Scott (2012:754) Die Antwoord as “’n kontra-narratief van die nasie”. Marx en Milton (2011:739) glo dat dié groep se nihilistiese soort Zef-kultuur kritiese kommentaar op Afrikanerkultuur verteenwoordig wat ’n beduidende invloed op alternatiewe, wit postapartheid Afrikaneridentiteit uitgeoefen het en dat hulle hul luisteraars of kykers se fokus vestig op alles wat ongemaklik, onsmaklik en ongewens is rondom “wit” as ’n rassekategorie. In haar ideologie-kritiese interpretasie van Jack Parow se “Cooler as ekke” plaas Viljoen (2011) banaliteit egter binne die kader van minder tegemoetkomende weergawes van Afrikaner-identiteit waarby ’n veronderstelde gedeelde afkoms deur ’n een-sydige (hipernormatiewe) tekening van Afrikanerskap weerspreek word. Sodanige vloei-bare opvattinge van identiteit kan weer eens in terme van Kim (2013:45) se gesigspunt verstaan word: dat sosiaalgekonstrueerde identiteite altyd na ’n verlede, hede en toekoms verwys.

Said (1975) se onderskeid tussen die begrippe *oorsprong* en *begin* kan daarom as verdere verryking van teenstellende identiteite wat deur MK bevorder is, dien. Said (1975:5) argumenteer dat ’n *begin* die eerste, konkrete stap in die skep van betekenis verteenwoordig; dit is dus “sekulêr”, “menslik” en “doelbewus”. Hierteenoor beskou hy *oorsprong* as “godelik” en “mities” (Said 1975:5) – ’n gesigspunt wat aansluit by die nostalgiese tema soos in hierdie artikel beredeneer. Terwyl die idee van die *begin* met rebelse Afrikaanse groepe se strewe om Afrikaneridentiteit radikaal te herskep, verbind kan word, sou die nostalgiese groepering se soeke na ’n verlore kulturele “tuiste” as *oorsprong*-georiënteerd verstaan kon word. Said (1975:xiii) redeneer egter dat ’n begin nooit radikaal breek met wat dit voorafgegaan het nie: “Beginning is basically an activity which ultimately implies return and repetition rather than simple linear accomplishment.” In hierdie opsig verwys hy gevolglik na die histories-georiënteerde begrip *beginning-again*. Hierdie denke sou as opklaring kon dien van die ambisieuse “terugkeer” na geromantiseerde voorstellings van die Afrikanerverlede soos in die voorheen genoemde “Ek (skyn) heilig” (Fokofpolisiekar), of Van Coke Kartel se dubbelsinnige vereenselwiging met Carike Keuzenkamp se “Dis ’n land”.

Die idee van “land” en van “kulturele toe-eiening” raak ook ’n deel van die breër “nostalgiese”-tema aan en wel in die konteks van Visser (2007:335 e.v.) se verwysing na ’n “nuwe” Afrikanerdiaspora: ’n soort ontvlugting wat verband hou met vorme van nostalgie, wat met viktimisering te make het en ook met die koestering van Afrikanertrots.

Ter uitbouing van die diaspora-beginsel en in navolging van Stuart Hall se bekende woordspeling tussen “roots” en “routes”, ondersoek Clifford (1997) die moontlikheid dat ontwrigtende praktyke van verplasing die skep van kultuur kan stimuleer. Hierdie denke is moontlik van toepassing op die gewilde Afri-Frans-, Afri-Spaans- en Afri-Italiaans- projekte, wat “Sonvanger” (Valiant Swart) en “Victoriabaai” (Lucas Maree) as gewilde voorbeelde insluit. Ofskoon hierdie liedjies oorspronklik in “vreemde” tale gesing is en die “herskepping” daarvan aan die een kant sterk nostalgiese vereenselwiging met vervloë “beskawings” en Europese “wortels” (“roots”) meebring, hou dit terselfdertyd beloftes van “nuwe”, “verbeelde” Afrikaner-identiteit (“routes”) in (Alant 2013:xx; vergelyk weer Said se idee van die verband tussen *origin*, *beginning* en *beginning-again*). Clifford (1997:3) se opvatting van *routes* hou egter met die opheffing van etniese absolutisme verband. Ofskoon die genoemde Afri-Frans-, Afri-Spaans- en Afri-Italiaans-projekte Afrikaanse herinterpretasies nader aan die “hart” van ’n gekoesterde Europese “oorsprong” bring, is daar hierby geen sprake van etniese versoening met “die plaaslike ander” nie. Vanuit die perspektief van Steyn (2012:21) se idee van die

onwetendheidskontrak is dit daarom van belang dat die terugvoering uit sommige onderhoude noem hoe MK die ideale omgewing gebied het vir nostalgiese etniese binding – binne die beskermde konteks van die “in groep”.

Daar kan dus tot die slotsom gekom word dat MK uiteenlopende identiteitsformasies bemiddel het en sodoende op dubbelslagtige wyses bygedra het tot postapartheid-identiteit-diskoerse. Hierdeur het die kanaal die definisies en herdefiniëring van begrippe soos *die ander*, *ons*, *self* en *hulle* na die voorgrond gebring. Volgens ons bevindinge is dit tot ’n groot mate teweeggebring deur die kanaal se soeklig op die teenkulture van nostalgie en sinisme, waarvan eersgenoemde die Afrikanerverlede verheerlik en laasgenoemde idees van ras en taal, soos deur die apartheidbestel voorgedraai, verdraai en perverteer. Gesigspunte vanuit die literatuur, by name poststrukuralistiese denke, het egter die vloeibaarheid en gevolglike diversiteit van alternatiewe Afrikaneridentiteite belig. Sodoende bring ons dokumentering en tematiese ontleding van MK se “verhaal” die kanaal se dubbelsinnigheid as diskursiewe “onderhandelaar” van postapartheid identiteit en ideologie na vore. Gegronde op belanghebbende se insette, asook ’n ondersoek van MK-argiefmateriaal, beklemtoon dit die rykheid en ingewikkeldheid van die onderwerp – en die noodsaaklikheid vir verdere kritiese denke rondom marginale postapartheid Afrikaneridentiteit.

Bibliografie

- Alant, J. 2013. Afrikaans is nostalgierig: Afri-Frans as vertaling van identiteit. *LitNet Akademies*, 10(2):555–76. [https://www.litnet.co.za/assets/pdf/joernaaluitgawe_10_2/10\(2\)_GW_Alant.pdf](https://www.litnet.co.za/assets/pdf/joernaaluitgawe_10_2/10(2)_GW_Alant.pdf).
- Bekker, I. en E. Levon. 2020. Parodies of whiteness: Die Antwoord and the politics of race, gender, and class in South Africa. *Language in Society*, 49(1):115–47.
- Bloomberg, C. 1990. *Christian-Nationalism and the rise of the Afrikaner Broederbond in South Africa, 1918–48*. Londen: Macmillan Press.
- Bosch, T.E. 2014. Commercial music radio, race and identity in South Africa. *Culture, Media and Society*, 36(7):1–15. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443714536076> (18 Augustus 2018 geraadpleeg).
- Boym, S. 2007. Nostalgia and its discontents. *The Hedgehog Review*, 9(2):7–16.
- Brown, A.L. 2000. *On Foucault: A critical introduction*. Belmont, California: Wadsworth Publishing.
- Chomsky, N. en M. Foucault. 2006. *The Chomsky-Foucault debate on human nature*. New York, Londen: The New Press.
- Clifford, J. 1997. *Routes: Travel and translation in the late twentieth century*. Cambridge: Harvard University Press.

- Coplan, D. 2005. God rock Africa: Thoughts on politics in popular black performance in South Africa. *African Studies*, 64(1):9–27.
- Creswell, J.W. 2013. *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. Londen: Sage Publications.
- Dames, N. 2010. Nostalgia and its disciplines: A response. *Memory Studies*, 3(3):269–75.
- Davies, R. 2009. Afrikaners in the new South Africa: Identity politics in a globalised economy. Londen: IB Tauris Publishers. https://www.sahistory.org.za/sites/default/files/archive-files/rebecca_davies_afrikaners_in_the_new_south_africbookos.org_.pdf.
- Davis, A. 2004. Straight to hell. *Mail & Guardian*, 7 Mei. <https://mg.co.za/article/2004-05-07-straight-to-hell> (1 Julie 2021 geraadpleeg).
- DeJonckheere, M. en L.M. Vaughn. 2019. Semi-structured interviewing in primary care research: a balance of relationship and rigour. *Family Medicine and Community Health*, 7:1–8. <https://fmch.bmj.com/content/fmch/7/2/e000057.full.pdf>.
- Emerson, R.M. (red.). 1983. *Contemporary field research: A collection of readings*. Boston: Little Brown.
- Fourie, W. 2008. Afrikaner identity in post-apartheid South Africa: The self in terms of the other. In Hadland e.a. (reds.) 2008:239–89.
- Geertz, C. 1983. Thick description: Toward an interpretive theory of culture. In Emerson (red.) 1983:37–59.
- Gibbs, G.R. 2007. *Analyzing qualitative data*. Londen: Sage.
- Giliomee, H. 2003. *The Afrikaners: Biography of a people*. Kaapstad: Tafelberg.
- Grundlingh, A. en S. Huigen (reds.). 2008. *Van volksmoeder tot Fokofpolisiekar: Kritiese opstelle oor Afrikaanse herinneringsplekke*. Stellenbosch: Sun Press. <https://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/101885> (14 April 2017 geraadpleeg).
- Hadland, A., E. Louw, S. Sesanti en H. Wasserman (reds.). 2008. *Power, politics and identity in South African Media: selected seminar papers*. Kaapstad: HSRC Press. <https://www.hsrcpress.ac.za/books/power-politics-and-identity-in-south-african-media> (22 April 2021 geraadpleeg).
- Hauman, N.J. 2020. Monstrous transformations: Cosmopolitanism and nationalism in post-apartheid portrayals of Afrikaners. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/informit.752008105170485> (7 Desember 2022 geraadpleeg).
- Haupt, A. 2012a. Part IV: Is Die Antwoord Blackface?. *Safundi*, 13(3/4):417–23. <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17533171.2012.715486> (8 Desember 2022 geraadpleeg).

—. 2012b. *Static: Race and representation in post-apartheid music, media and film*. Kaapstad: HSRC Press.

Jury, B. 1996. Boys to men: Afrikaans alternative popular music 1986–1990. *African Languages and Cultures*, 9(2):99–109.

Kim, E.D. 2013. Keepin' it real: From the Bronx to Cape Town, an analysis of hip-hop in South Africa. BA(Hon)-verhandeling, Universiteit van Michigan. <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/98923/erwinkim.pdf?isAllowed=y&sequence=1> (10 November 2018 geraadpleeg).

Klopper, A.E. 2009. Die opkoms van Afrikaanse rock en die literêre status van lirieke, met spesifieke verwysing na Fokofpolisiekar. MSocSci-verhandeling, Universiteit Stellenbosch. <https://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/2201> (19 April 2018 geraadpleeg).

—. 2017. Identiteitskonfigurasies in wit Afrikaanse rap-musiek met spesifieke verwysing na Die Antwoord, Jack Parow en Bittereinder. DPhil-proefskrif. Universiteit Stellenbosch. <https://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/102957> (19 April 2018 geraadpleeg).

Loubser, L. 2014. Afrikaner identity in the born-free generation: Voortrekkers, farmers and Fokofpolisiekar. MA-verhandeling, Universiteit van die Witwatersrand. https://wiredspace.wits.ac.za/bitstream/handle/10539/18368/Afrikaner%20identity%20in%20the%20born-free%20generation_Linda%20Loubser.pdf?sequence=2&isAllowed=y (14 Augustus 2018 geraadpleeg).

Marx, H. en V.C. Milton. 2011. Bastardised whiteness: “Zef”-culture, Die Antwoord and the reconfiguration of contemporary Afrikaans identities. *Social Identities*, 17(6):723–45.

Megill, A. 1985. *Prophets of Extremity. Nietzsche, Heidegger, Foucault, Derrida*. Berkeley en Los Angeles, CA: University of California Press.

Mills, A.J., G. Durepos en E. Wiebe (reds.). 2010. *Encyclopedia of case study research*, Vol. I en II. Thousand Oaks, CA: Sage.

Nel, R. 2010. Myths of rebellion: Afrikaner and countercultural discourse. MA-verhandeling, Universiteit Kaapstad. https://open.uct.ac.za/bitstream/item/10836/thesis_hum_2010_nel_r.pdf?sequence=1 (9 Oktober 2018 geraadpleeg).

Nell, W.D. 2014. Afrikaanse liedtekste in konteks: Die liedtekste van Bok van Blerk, Fokofpolisiekar, The Buckfever Underground en Karen Zoid. MA-verhandeling, Universiteit van Suid-Afrika. http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/18832/dissertation_nell_wd.pdf?sequence=1&isAllowed=y (27 Junie 2017 geraadpleeg).

Ryan, F., R.F. Coughlen en P. Cronin. 2009. Interviewing in qualitative research: The one-on-one interview. *International Journal of Therapy and Rehabilitation*, 16(6):309–14.

Said, E.W. 1975. *Beginnings: Intention and method*. New York: Basic Books.

Schutte, C. en M. Viljoen. 2021. Postures of protest: The reinterpretation of FAK folk songs as expressions of (a new) nationalism and nostalgia. *Acta Academica*, 53(1):68–91.

Scott, C. 2012. Die Antwoord and a delegitimised South African whiteness: a potential counter-narrative? *Critical Arts*, 26(5):745–61. https://www.academia.edu/5256597/Die_Antwoord_and_a_delegitimised_South_African_whiteness_a_potential_counter-narrative (27 Maart 2018 geraadpleeg).

Sonnekus, T. 2016. Seeing ghosts: The past in contemporary images of Afrikaner self-representation. PhD-proefskrif, Universiteit Stellenbosch. <https://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/100052> (23 April 2018 geraadpleeg).

Steingo, G. 2016. *Kwaito's promise: Music and the aesthetics of freedom in South Africa*. Chicago: University of Chicago Press.

Steyn, M.E. 2000. New shades of “whiteness”: White identity in a multicultural, democratic South Africa. *Communitas*, 5:1–18.

—. 2003. White talk: White South Africans and the strategic management of diasporic whiteness. PhD-proefskrif, Universiteit Kaapstad. <https://open.uct.ac.za/handle/11427/8605> (19 April 2018 geraadpleeg).

—. 2012. The ignorance contract: Recollections of apartheid childhoods and the construction of epistemologies of ignorance. *Identities: Global studies in Culture and Power*, 19(1):8–25. <http://dx.doi.org/10.1080/1070289X.2012.672840>.

Sutherland, C. 2013. Afrikaner student identity in post-apartheid South Africa: A case study. MSocSci-verhandeling, Universiteit van Pretoria. <https://repository.up.ac.za/handle/2263/25679> (4 Maart 2019 geraadpleeg).

Thormählen, R. 2008. MK-rewolusie – Suid-Afrika se eerste Afrikaanse musiekkanaal. BPhil-miniverhandeling, Universiteit Stellenbosch.

Tirkkonen, S. 2015. Power, religion, and Simulacrum-Foucault on the cult of Dionysus. *Stasis*, 3(2):302–21.

Truscott, R. 2011. National melancholia and Afrikaner self-parody in post-apartheid South Africa. *Psychoanalysis, Culture & Society*, 16:90–106. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1057/pcs.2010.42.pdf>.

Vanderhaeghen, Y.N. 2014. Other than ourselves: An exploration of “self-othering” in Afrikaner identity construction in *Beeld* newspaper. DPhil-proefskrif, Universiteit van KwaZulu-Natal. <https://researchspace.ukzn.ac.za/xmlui/handle/10413/12106> (19 April 2018 geraadpleeg).

Van der Merwe, S.D. 2015. The dynamics of the interaction between music and society in recorded popular Afrikaans music, 1900–2015. DPhil-proefskrif, Universiteit Stellenbosch. <https://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/97935> (14 Oktober 2018 geraadpleeg).

—. 2017. *On record. Popular music & society: 1900–2017*. Stellenbosch: Sun Press.

Van der Waal, K. 2008. Essentialism in a South African discussion of language and culture. In Hadland e.a. (reds.) 2008:52–72.

Van der Waal, K. en S. Robins. 2011. “De la Rey” and the revival of the “Boer heritage”: Nostalgia in the post-apartheid Afrikaner culture industry. *Journal of Southern African Studies*, 37(4):763–79.

Van der Westhuizen, C. 2018. Afrikaner identity in post-apartheid South Africa remains stuck in whiteness. *The Conversation*, 8 Januarie. <https://theconversation.com/afrikaner-identity-in-post-apartheid-south-africa-remains-stuck-in-whiteness-87471> (28 September 2019 geraadpleeg).

Van Zyl, D. 2008. “O, boereplaas, geboortegrond!” Afrikaner nostalgia and the Afrikaner nation of the platteland in post-1994 South Africa. *South African Journal of Cultural History*, 22(2):126–48. <https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/EJC30726> (15 Julie 2018 geraadpleeg).

Vestergaard, M. 2000. Afrikanerdoom? Negotiating Afrikaner identity in post-apartheid South Africa. MSocSc-verhandeling, Universiteit van Kaapstad. <https://open.uct.ac.za/handle/11427/9736> (24 April 2021 geraadpleeg).

—. 2001. Who’s got the map? The negotiation of Afrikaner identities in post-apartheid South Africa. *Daedalus*, 130(1):19–44.

Viljoen, M. 2011. Die banale as (rap-) identiteit: Jack Parow se “Cooler as ekke”. *LitNet Akademies*, 8(2). https://www.litnet.co.za/wp-content/uploads/2021/01/LA_8_2j_viljoen.pdf.

Visser, W. 2007. Afrikaner responses to post-apartheid South Africa: Diaspora and the re-negotiation of a cultural identity. *New Contree*, 54:1–30. [https://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/5293/No_54\(2007\)_Visser_W.pdf?sequence=1](https://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/5293/No_54(2007)_Visser_W.pdf?sequence=1) (24 Junie 2018 geraadpleeg).

Wilkins, I. en H. Strydom. 2012. *The Super-Afrikaners: Inside the Afrikaner Broederbond*. Jeppestown: Jonathan Ball Publishers.

Young, R. 1981. *Untying the text: A post-structuralist reader*. Londen: Routledge and Kegan Paul.

Disko-/Videografie

Carike Keuzenkamp. 1988. Dis ’n land. Album: *Ek sing*. https://www.youtube.com/watch?v=HAQhk_emo50 (9 Desember 2022 geraadpleeg).

Die Antwoord. 2012. Fatty Boom Boom. Album: *Tension*, Zef Records. <https://www.youtube.com/watch?v=AIXUgtNC4Kc> (9 Desember 2022 geraadpleeg).

Fokofpolisiekar. 2006. Brand Suid-Afrika. Album: Enkelalbum, Rhythm Records. <https://www.youtube.com/watch?v=PawGE2m466o> (9 Desember 2022 geraadpleeg).

—. 2008. Antibiotika. Album: *Antibiotika*, Rhythm Records. <https://www.youtube.com/watch?v=zsZbmeBUEAE> (8 Desember 2022 geraadpleeg).

—. 2014. Ek (skyn) heilig. <https://www.youtube.com/watch?v=hDdnz4j6f7E> (9 Desember 2022 geraadpleeg).

Van Coke Kartel. 2011. Dis 'n land. Album: *Wie's bang?*: Bellville Studios. <https://www.youtube.com/watch?v=vGdSyK81-U0> (9 Desember 2022 geraadpleeg).

Eindnotas

¹ Hierdie artikel is ontleen aan 'n meer omvattende navorsingsprojek wat onderneem is aan die Odeion Skool vir Musiek, Universiteit van die Vrystaat. Die hoofskrywer was verantwoordelik vir die literatuurstudie, asook die versameling, opskryf en ontleding van die navorsingsgegewens, terwyl die medeskrywer bygedra het met betrekking tot die konseptualisering van die artikel.

² Die omvattende empiries-georiënteerde aard van die projek, soos in hierdie artikel beskryf, het meegebring dat daar slegs op MK-rolspelers en MK-argiefmateriaal gefokus is. Soos elders in die artikel uiteengesit, was daar reeds in hierdie opsig aansienlike uitdagings wat te bowe gekom moes word, terwyl die navorsing om praktiese en institusionele redes binne 'n bepaalde tydsbestek afgehandel moes word. Die skrywers spreek egter die hoop uit dat toekomstige navorsing rolspelers in die breër musiekbedryf sou kon insluit wat bykomende perspektiewe op Afrikaneridentiteitsformasies sou kon belig. Binne 'n breër kulturele verband sou navorsing kon uitkring na raakpunte of verskille met ander post-1994 jeugkulture, byvoorbeeld die identiteitsvormende invloed van kwaitokultuur, soos onder meer deur Steingo (2010) en Coplan (2005) ondersoek. Sodanige navorsing sou ooreenstem met Steyn (2000:10) se pleidooi vir inklusiewe studies, soos van toepassing op die (steeds) gelaaide sosiopolitiese Suid-Afrikaanse konteks.

³ Etiese klaring vir dié projek is toegestaan deur die Etiese Komitee van die Fakulteit Geesteswetenskappe, Universiteit van die Vrystaat.

⁴ Die onderhoudskedule is aangeheg as Bylae 1.

⁵ Foucault beskou beide die “alledaagse” en die “intellektuele” as deel van 'n fiktiewe “teks” waaraan niemand kan ontsnap nie. In hierdie fiktiewe teks is die waarheid, volgens Tirkkonen (2015:309), 'n effek wat geskep word, waarin die fiktiewe nie in dinge of mense is nie, maar in die voorstelling van “waarheid” wat tussen hulle lê.

⁶ Vergelyk Grundlingh en Huigen (2008); Klopper (2017 en 2009); Marx en Milton (2011); Nel (2010); Nell (2014); Scott (2012); Van der Merwe (2017 en 2015); Van der Waal en Robins (2011).

⁷ Persoonlike ervaring van die hoofnavorser.

⁸ Megill (1985:39, 46–7) ondersoek die idee van *die ander*, ’n kernbegrip in hierdie ondersoek, aan die hand van Foucault se denke rondom Nietzsche se interpretasie van die Apolloniese en Dionysiese. Terwyl die Apolloniese begrip op rasionaliteit en ’n berekende oprig van grense tussen die self en die ander dui, verwys die Dionysiese na ’n tipe “selfvergeet” waarby ’n ekstatische “ooreenheid” met andere en die natuur moontlik word. In terme van Vanderhaegen (2014) se idees sou die Apolloniese begrip op die idee van ’n verharding van Afrikanergesindhede kon dui. Binne die konteks van ons redenasie sou die Dionysiese begrip van toepassing kon wees op rebelse musiekgroepe wat gevestigde Afrikanernorme ondermyn en uitdaag en daardeur – soos wat inderdaad binne die konteks van MK blyk – kontak met *die ander* bewerkstellig.

⁹ As politieke ideologie is Afrikanernasionalisme ten nouste met bepaalde Calvinistiese opvattings verweef. In hierdie verband word die 19de-eeuse Nederlandse teoloog en staatsman Abraham Kuyper (1837–1920) met die begrip *Christelik-Nasionaal* en die ontstaan van apartheid en die Afrikaner Broederbond verbind. Kuyper het groot aanhang onder preapartheid en apartheid-Afrikanerleiers geniet; Bloomberg (1990:10) suggereer dat sy denke ’n deurslaggewende faktor in die opbou van kulturele, politieke en ekonomiese Afrikanermagsbeheer was. Wilkins en Strydom (2012:1) beskryf die Broederbond as “an ultra-secret organisation” wat gedurende die apartheidsera deur middel van geheime agendas beheer oor politieke, sosiale en ekonomiese mag in Suid-Afrika bewerkstellig het. Verder bevestig hulle die Broederbond se diepgewortelde Calvinisties-geïnspireerde “geloof” in die Godgegewe “reg” van die Afrikaner om die Suidpunt van Afrika te regeer (Wilkins en Strydom 2012:190vv.).

¹⁰ “Die land behoort aan jou” is in 2018 op die album *Hoor ons!* vrygestel deur die Afrikaanse sangers Steve Hofmeyr, Jay du Plessis, Bobby van Jaarsveld, Bok van Blerk en Ruhan du Toit. Steve Hofmeyr se liedjie “Ons sal dit oorleef” is in 2011 op die album *Haloda* vrygestel.

¹¹ Onlangse studies bevraagteken egter (onder meer) die beperkings van parodie en metaparodie in Die Antwoord se werk (Bekker en Levon 2020), of wanvoorstellings van identiteit waarmee die groep hulle vereenselwig (Hauman 2020). Haupt (2012a) stel die vraag of Die Antwoord “blackface” is en beantwoord dit soos volg: “In a word, yes” (Haupt 2012a:417). Volg hierdie skakel om na Die Antwoord se omstrede “Fatty Boom Boom” te luister: <https://www.youtube.com/watch?v=AIXUgtNC4Kc>.

¹² Volg hierdie skakels om na Keuzenkamp en VCK se weergawes van “Dis ’n land” te luister:

https://www.youtube.com/watch?v=HAQhk_emk50
<https://www.youtube.com/watch?v=vGdSyK81-U0>.

¹³ Persoonlike ervaring van die hoofnavorser.

¹⁴ Hierdie advertensie is vrygestel met die oog op Oppikoppi van 2012, en is beskikbaar by <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.406960946006060.80467.121422841226540&type=3>. In later jare is die idee van die “sitkamerbank” met Oppikoppi vereenselwig. Tydens

die 2017-fees is 'n aantal banke op die feesterrein geplaas sodat ondersteuners na hulle gunstelinggroepe kon luister.

¹⁵ Video's van hierdie liedjies kan gesien word deur die skakels hier onder te volg:

<https://www.youtube.com/watch?v=zsZbmeBUEAE>

<https://www.youtube.com/watch?v=PawGE2m466o>

<https://www.youtube.com/watch?v=hDdnz4j6f7E>.

¹⁶ Ironies genoeg dui *groupscule* in die konteks van politieke mediadebatte en populistiese mediadiskoerse op die idee van 'n kultus of sekte. Volg die onderstaande skakel vir 'n bespreking met 'n linksgesinde, Marxistiese inslag:
<https://theleftwind.org/2018/08/13/delusions-of-grandeur>.

Die konteks waarin die term in die betrokke artikel gebruik word, is nie slegs ironies omdat dit verwys na 'n geslote groep nie. Die gebruik van die term in 'n Marxistiese konteks is ook ironies weens die onversoenbaarheid tussen Foucault se verwerping van enige "absolute" begrippe en Marxisme se implementering van dergelike begrippe. Hierdie radikale verskil is veral duidelik in die debat tussen Foucault en Chomsky (2006).

Bylae 1

Onderhoudskedule (MK-belanghebbers)

1. Wat was die filosofie onderliggend aan MK?
2. MK was eiesoortig omdat dit 'n 24/7-musiekkanaal was met geen advertensies nie, in Afrikaans uitgesaai het, en 'n platform gebied het vir die Afrikaanssprekende jeug om 'n nuwe, postapartheidsidentiteit te vorm. Die musiek en programinhoud was op 'n bepaalde ouderdomsgroep gemik. Wat was vir jou die voor- en nadele daarvan om 'n platform te hê wat uiteindelik 'n kulturele verskynsel geword het; wat die skryf en sing van lirieke in Afrikaans, die kwaliteit van musiekvideo's wat vir kompetisies gemaak is en die uitbreiding van subkulture beïnvloed het?
3. Stem jy saam met die aanname in Vraag 2 dat MK op 'n bepaalde ouderdomsgroep gemik was?
4. Dink jy dat MK méér op 'n spesifieke (geografiese) deel van Suid-Afrika afgestem was?
5. Hoe is MK se kykers geteiken wat betref bemarking en handelsmerking?
6. Sou jy sê dat MK se teenwoordigheid by kunstefeeste soos KKNK en Aardklop méér steun vir bepaalde kunstenaars verwerf het?
7. Wie, vanuit jou perspektief, het meer gebaat by die MK-verhoë – die groepe (in terme van bemarking en die werf van 'n groter ondersteunersbasis), of MK (deur die groepe as bemarkingsmateriaal te gebruik)?
8. Sou jy MK se verhouding met die groepe en die gehore as "simbioties" of "parasities" beskryf?

9. Kan jy 'n aantal groepe as voorbeeld noem?
10. Wat het MK uitsonderlik gemaak in terme van “musiek-TV”?
11. MK het baie spesifieke programinhoud aangebied. Kan jy uitbrei oor Rockspaaider, Studio1 en Hoordosis, om slegs enkele te noem, en die filosofie onderliggend aan elk beskryf?
12. Hoe sou jy MK se bydrae tot identiteitsvorming onder die “vrygebore” Afrikaanssprekende jeug beskryf?
13. Hoe sou jy die sosiale identiteit, asook kulturele voor- en afkeure [sic] van hierdie Afrikaner-“subspesie” beskryf?
14. Sommige van die kunstenaars en groepe wat gedurende MK se bestaansjare beroemd geword het, soos Fokofpolisiekar, Die Antwoord en Jack Parow, het hul eie handelsmerkprodukte begin, soos mode-items en alkoholiese produkte. Sou jy dié produkte as die kunstenaars of groepe se “nalatenskap” beskou? Of eerder as 'n korttermynoorlewingsstrategie [sic] wat tot stand gebring is nadat MK gesluit is, of as 'n uitbreiding van die betrokke kunstenaars se langertermyn- finansiële lewensvatbaarheidbeplanning – as deel van hul kommersiële beeld?
15. Waarom is MK gesluit of na 'n internetplatform verskuif?
16. Dink jy dat MK tans nog 'n rol kan speel?
17. Sou daar tans nog 'n afsetgebied wees vir 'n kanaal soos MK, waarmee die postapartheid Afrikaanssprekende jeug kan identifiseer?