

We houden het lekker ‘straat’

Jan Dirk de Jong¹

Inleiding

Mijn proefschrift *Kapot moeilijk* (De Jong, 2007) kreeg opmerkelijk veel aandacht toen het uitkwam. Vanwege het onderwerp – overlast en criminaliteit van ‘Marokkaanse’ jongens – had ik wel gerekend op een beetje aandacht omtrent mijn promotie. Eerdere publicaties op dit gebied konden stevast rekenen op voldoende belangstelling (zoals Van Gemert, 1998; Werdmölder, 2005; Jurgens, 2007). Maar dat het boek zoveel reacties zou uitlokken, had ik eerlijk gezegd niet durven dromen. De reacties waren overwegend positief, al waren ook kritische geluiden te horen (zie o.a. Scheffer, 2007; Van San, 2008; Weerman, 2008; Bervoets, Van Ooijen en Werdmölder, 2009). De grote hoeveelheid aandacht werd uitgelokt door nieuwe inzichten: het boek plaatste vraagtekens bij de populaire culturele verklaring van overlast en criminaliteit als iets ‘typisch Marokkaans’, en bood een alternatieve verklaring gebaseerd op algemeen menselijke behoeften, groepsdynamiek en straatcultuur.

Bovenop alle aandacht van twee jaar geleden word ik nu ook nog eens beloond met de publicatieprijs van de Stichting Maatschappij, Veiligheid en Politie (SMVP). Uiteraard ben ik de juryleden van de Publicatieprijs SMVP 2009 daar zeer dankbaar voor. Ook al degenen die een bijdrage hebben geleverd aan de conferentie ter gelegenheid van de prijsuitreiking wil ik hartelijk bedanken. Voor mijn bijdrage aan deze conferentie kies ik ervoor om een deelonderwerp uit mijn onderzoek nog eens wat verder uit te diepen: de *straatcultuur*.

Wat is straatcultuur?

Het begrip straatcultuur verwijst naar een stedelijke groepscultuur van ‘straatjongens’. Dit zijn jongens die in een achterstandsbuurt wonen en veel vrije tijd met elkaar doorbrengen in de (semi-)openbare ruimte, zoals op de hoek van straat, op een pleintje, in de gokhal of in het buurthuis. Deze jongens delen een kenmerkende manier van met elkaar omgaan en reageren op de omgeving. Ze zijn herkenbaar aan hun groepseigen ‘straattaal’ en uitspraak, hun haardracht en kledingstijl, en hun stoere lichaamshouding, bewegingen en gebaren.

Een centrale overtuiging die dit soort jongens delen binnen een straatcultuur, zou men als volgt kunnen formuleren: je bent zoveel waard als je hebt en kan behouden. Een straatjongen geniet respect in de buurt op basis van zijn bezit (zijn *doekoes*) en zijn reputatie (zijn *naam* op straat). Die reputatie geeft weer hoe hij dat bezit heeft bemachtigd (snel en gemakkelijk) en of hij het kan beschermen (met geweld).² De gouden schakelketting om zijn nek en zijn vermogen om geweld te gebruiken, zijn bepalend voor zijn gevoel van eigenwaarde. Aan de ‘boekenkennis’ in zijn hoofd of zijn liefde voor de medemens, wordt minder waarde gehecht. Het titel van het debuutalbum van de ‘gangsta-rapper’ 50 Cent vat het eerste gebod van de straatcultuur goed samen: ‘Get rich or die trying!’

In mijn onderzoek heb ik het begrip straatcultuur gebruikt om de groepscultuur van ‘Marokkaanse’ straatjongens te beschrijven, zoals ik die zich aan mij openbaarde tijdens mijn

¹ Dr. Jan Dirk de Jong is universitair docent Criminologie aan de Vrije Universiteit Amsterdam.

² ‘Respect’ op straat betekent meestal niet dat iedereen elkaar netjes en eervol dient te behandelen volgens een zeker gelijkheidsideaal. Het begrip verwijst vaker naar het ontzag dat een persoon (met geweld) kan afdwingen op basis van zijn hogere statuspositie als stoere straatjongen of ‘gangster’. Op straat is sprake van een ongelijkheidsideaal: op basis van geld en geweld verdient de ene straatjongen meer ‘respect’, dan de ander.

veldwerk in Amsterdam Nieuw-West. De straatcultuur van de jongens uit Slotervaart bestaat uit al de gedeelde ervaringen, betekenissen, kennis en symbolen die van belang achten in hun dagelijkse doen en laten op straat. Centraal staan de opvattingen die zij delen over wat binnen hun groep wordt goedgekeurd als ‘dope’ (goed) gedrag en wat juist wordt afgekeurd als ‘faya’ (slecht). Het soort gedrag dat straatjongens in een bepaalde situatie toelaatbaar, toepasselijk of noodzakelijk vinden, wordt soms expliciet uitgesproken. Meestal nemen onderlinge gedragsverwachtingen echter de vorm aan van ongeschreven regels. Uit de manier waarop de jongens op elkaars gedrag reageren (bijvoorbeeld met complimentjes of met rotopmerkingen), heb ik afgeleid welke normen zij gelden in hun groepen op straat. De morele opvattingen die ten grondslag liggen aan deze normen, heb ik hun *straatwaarden* genoemd. Uiteindelijk heb ik een lijst van zeven straatwaarden samengesteld. De lijst is langer te maken en de indeling kan verder worden verfijnd. Maar deze lijst bevat in ieder geval de belangrijkste morele opvattingen die de straatjongens uit mijn onderzoek relevant achten in hun sociale leven op straat. Ik zal ze hieronder kort langslopen.

In de eerste plaats moet een straatjongen ‘schijt’ (maling) hebben aan anderen en voor zichzelf opkomen. Op straat betekent dat al snel grof schelden en dreigen met fysiek geweld, bijvoorbeeld in termen van: “Vieze zwerver, geef terug of ik maak je moer helemaal dèdè (dood)!” In negen van de tien gevallen wordt de soep niet zo heet gegeten, als zij wordt opgediend. Toch wordt een straatjongen geacht daad bij woord te voegen als de tegenpartij niet terugdeinst. Als hij zijn intimiderende woorden niet kan waarmaken, gaat hij ‘gruwelijk’ (heel erg) af in de ogen van de andere jongens.

Ten tweede dient een straatjongen loyaal te zijn aan zijn ‘matties’ en ‘homies’ (vrienden en bekenden) uit de buurt en voor hen op te komen, indien nodig met geweld. Het zou een vergissing zijn om te denken dat dit betekent dat de straatjongens van de buurt allemaal dikke maatjes zijn. Onderling is er opvallend veel onenigheid, haat en nijd. Ze maken houden elkaar voortdurend voor de gek, maken steeds ruzie, vechten met elkaar en pakken elkaars spullen af (wat bijdraagt aan het belang van de eerste straatwaarde: voor jezelf opkomen). Maar zodra sprake is van een bedreiging is van buitenaf, dan sluiten zich de gelederen en steunen de jongens elkaar. Als een jongen zich teveel afzijdig houdt in een conflict met voorbijgangers, buurtbewoners, winkeliers, bewakingspersoneel of politie, vermindert zijn aanzien binnen de groep. En als hij de groep helemaal in de steek laat bij een gevecht of als hij verraad pleegt door te ‘snitchen’ (klikken), dan ligt hij er uit (vaak met een stevig pak slaag als oprotpremie).

In de derde plaats wordt het gewaardeerd als een jongen laat zien dat hij ‘bikkel’ (hard) is en tegen een stootje kan. Dit betekent dat hij niet mag ‘huilen’ (kwetsbaarheid tonen), wanneer hij lichamelijk pijn heeft (na een vechtpartij) of als hij zich verdrietig voelt (doordat zijn vriendin het uitmaakt). Wanneer een jongen een vechtpartij verliest of een meisje hem verlaat, betekent dit niet per definitie gezichtsverlies. Er zijn excuses aan te dragen, zoals “Hun waren met meer en hadden wapens” of “Die meisje was toch maar een sletje”. Belangrijk is dat een straatjongen geen eerverlies lijdt. Hij kan zijn waardigheid behouden door te laten zien dat de situatie hem niet deert. Hij gaat gewoon verder gaat zonder er één traan om te laten. Als hij ‘bikkel’ blijft, dient hij als een voorbeeld voor anderen ondanks het geleden verlies.

De vierde straatwaarde geeft aan dat het goed is wanneer je ‘ballen’ (lef) toont en uitdagingen aangaat. Daarbij gaat het niet om ‘burgerlijke’ uitdagingen als het halen van een schooldiploma of solliciteren voor een baan, maar om het soort uitdagingen dat betekenis heeft op straat. Zo kunnen jongens indruk maken door gevaarlijke stunts uit te halen met hun brommer (zoals een ‘wheelie trekken’: bij hoge snelheid op het achterwiel rijden), een ruitje in te gooien, of door voorbijgangers te intimideren en toezichhouders uit te dagen. Waaghalzen die een ‘actie zetten’ waarbij ze de politie te slim of te snel af zijn, kunnen in het

bijzonder rekenen op veel waardering van de andere jongens. Met uitdagend risicogedrag laat een straatjongen zien dat hij ‘geen vrees’ heeft (niet bang is), hetgeen waardevol is voor een groep in een onveilige omgeving. Ook biedt zulk gedrag een welkom verzetje voor de groep. De stoere ‘acties’ zijn gemakkelijk om naar te kijken en de spannende verhalen daarover worden succesvolle anekdotes die soms nog jaren meegaan.

De vijfde waarde benadrukt het belang van ‘scherp’ (streetwise) zijn. Een slimme straatjongen laat zich de kaas niet van het brood eten. ‘Scherp’ zijn verwijst naar een staat van waakzaamheid die twee kanten heeft. Enerzijds moet een straatjongen opletten dat hij niet wordt benadeeld door anderen (inclusief zijn eigen vrienden). Als hij niet goed oplet is de kans aanwezig dat hij zijn deel van iets niet misloopt of iemand iets van hem steelt. Aan de andere kant moet een straatjongen goed in de gaten houden of zich een gelegenheid voordoet om zichzelf te bevoordelen ten koste van anderen (inclusief zijn eigen vrienden). Zo kan hij een groter deel van iets te bemachtigen dan waar hij recht op heeft of iets van iemand afpakken die ‘slipt’ (niet goed oplet). Dit benadelen van anderen wordt gerechtvaardigd vanuit de gedachte: als jij het niet doet, iemand anders wel. Dus als je dergelijke kansen niet pakt, ben je volgend deze jongen geen eerlijke padvinder, maar een dief van je eigen portemonnee.

De zesde waarde geeft aan hoe belangrijk het is om te ‘draaien’ (succes uit te stralen) met ‘doekoes’ (geld), ‘bling, bling’ (overdadige luxe) en ‘chickies’ (meisjes) bij de vleet. Het materiële succes van de ‘gangster’ (stoere straatjongen) en het succes bij vrouwen van ‘pimps’ en ‘players’ (pooiers en versierders), staan hoog aangeschreven. De jongens zijn het allemaal eens dat je alleen iemand bent als je veel hebt en het breed laat hangen. Ze quoten onderling om de haverklap de bekende Cubaans-Amerikaanse filmgangster *Scarface* (gespeeld door Al Pacino): “First you get the money, then you get the power, and then you get the women”. Ze proberen dan ook zoveel mogelijk luxe bezittingen te vergaren en daarmee succes uit te stralen. Als een jongen met weinig geld heeft en toch één broek van een duur merk weet te bemachtigen, zal hij deze broek elke dag dragen om zo de schijn op te houden dat hij wel ‘draait’.

Ten slotte heeft een goede straatjongen de sociale vaardigheden om ‘chill’ (relaxt in de omgang) en ‘fatoe’ (vermakelijk) te zijn. De jongens zijn onder meer op straat om plezier te maken en de verveling te verdrijven. Om mee te draaien in de groep moet een jongen praten zoals de andere jongens praten. Hij moet weten om welke grappen wordt gelachen en om welke niet. Verder moet hij leren om de opschepperige ‘tories’ (verhalen) te vertellen die op straat worden gewaardeerd. Een jongen die hierin slaagt is ‘chill’ en waardevol vanwege zijn ‘coole’ manier van doen. Iemand kan ook waardevol zijn door de anderen te vermaken met bepaalde ‘skillz’ (vaardigheden), zoals bijzondere trucjes bij het straatvoetbal of zijn talent om te ‘spitten’ (rapen).

De bovenstaande zeven waarden heb ik steeds weer tot uitdrukking zien komen in de onderlinge omgang van groepen ‘Marokkaanse’ straatjongens uit Slotervaart. Ze stemmen hun gedrag af op de normen die horen bij deze straatwaarden. Iedereen kan zich een voorstelling maken van alle mogelijke vormen van hinderlijk, overlastgevend en crimineel gedrag binnen deze straatcultuur gelden als toelaatbaar, functioneel of noodzakelijk gedrag (in het bijzonder het gebruik van geweld). Buiten het toezicht van betrokken volwassenen en in een sociale omgeving die de jongens ervaren als achtergesteld en vijandig, kunnen zij van elkaar leren welk ‘slecht’ gedrag binnen hun groep op straat wordt gewaardeerd als ‘goed’.

Bij deze beschrijving van straatcultuur moeten twee kanttekeningen worden geplaatst. Ten eerste moet worden benadrukt dat *vermogenscriminaliteit geen vereiste* is om als ‘kapot moeilijk’ (heel stoer) te worden gezien. Als een jongen op een andere (legale) wijze aan geld weet te komen, te koop durft te lopen met zijn bezittingen en zich kan verdedigen tegen kapers op de kust, voldoet hij aan de straatwaarden en is hij ‘gangster’. Maar aangezien een

‘scherpe’ straatjongen via de gemakkelijkste route snel aan veel geld wil komen om op korte termijn zijn behoeften te bevredigen, komen verschillende vormen van vermogenscriminaliteit al snel om de hoek kijken (van helen tot stelen).

Een tweede kanttekening is dat de straatwaarden bij nadere beschouwing misschien *niet zo onconventioneel* zijn, als ze er in de eerste plaats lijken. Zoals de straatwaarden hierboven zijn beschreven, wijken ze inhoudelijk af van de gangbare opvattingen in de Nederlandse samenleving (evenals van de conventionele islamitische levensbeschouwing). Maar op een meer algemeen niveau weerspiegelen de straatwaarden ook conventionele opvattingen die gelden binnen dominante samenleving. In Nederland vindt men over het algemeen ook dat iemand voor zichzelf moet opkomen (individualisme en assertiviteit), dat iemand uitdagingen niet uit de weg moet gaan (zich ontwikkelen, groeien en carrière maken), dat materieel succes veel oplevert (aanzien, macht en aandacht van vrouwen) en dat men met sociale vaardigheden verder komt in het leven (door zijn houding, zijn kleding en zijn anekdotes aan te passen aan de verwachtingen van die omgeving). Deze achterliggende gedachten uit de conventionele cultuur stemmen overeen met opvattingen binnen de straatcultuur, maar de alternatieve invulling ervan maakt de straatwaarden deviant. Wat deze waarden afwijkend maakt, is straatjongens vinden dat zij zich ‘goed’ kunnen gedragen (hun behoeften mogen of zelfs moeten bevredigen) met bedrog, bedreiging en geweld.³

De jongens ontwikkelen hun gedeelde morele opvattingen en gedragsregels in groepsprocessen op straat. In *Kapot moeilijk* (De Jong, 2007) werk ik verder uit hoe en waarom deze groepsprocessen ontstaan en hoe gedragsafstemming werkt binnen deze groepen. Verder toon ik aan hoe het negatieve stigma van ‘allochtoon’, ‘kut-Marokkaan’ of ‘straatterrorist’ van invloed is op deze groepsprocessen en leidt tot versterking van de groepsidentiteit, een verhoging van de groepsdruk en een verheving van wij-zij tegenstellingen. Mijn analyse van deze groepsprocessen en de intensivering daarvan, heeft een alternatieve verklaring opgeleverd voor opvallend delinquent groepsgedrag van ‘Marokkaanse’ straatjongens. Zoals eerder gezegd, is deze verklaring niet gebaseerd op ‘de’ Marokkaanse cultuur (mocht er zoiets bestaan), maar op algemeen menselijke behoeftebevrediging, groepsdynamiek en straatcultuur binnen de bijzondere omstandigheden van een etnische minderheid in een achterstandswijk. Voor meer over deze verklaring en het onderliggende theoretische model, verwijst ik naar het boek. In het onderstaande ga ik na wat mijn alternatieve verklaring voor onbedoelde en onhandige gevolgen heeft gehad voor het gebruik van het begrip straatcultuur als nieuwe verklaring voor (allochtone) jeugdcriminaliteit.

Straatcultuur: het nieuwe, allochtone gevaar?

Sinds het verschijnen van *Kapot moeilijk* duikt het begrip straatcultuur regelmatig op in discussies over overlast en criminaliteit van jongeren, in het bijzonder van niet-Westerse allochtone jongens.⁴ Als het gaat over de jeugdcriminaliteit van ‘Marokkaanse’ of ‘Antilliaanse’ jongens, wordt hun harde straatcultuur nu regelmatig aangedragen als een

³ Deze kanttekening sluit aan bij een criminologische discussie die is begonnen in de jaren zestig van de vorige eeuw. Creëren jongens in delinquente jeugdgroepen hun eigen, unieke en deviante doelen om alsnog succesvol te kunnen zijn in een dominante samenleving met conventionele doelen die voor hen niet haalbaar zijn? In dat geval spreekt men van een *delinquente subcultuur* (Cohen, 1955). Of zijn de doelen niet zozeer anders, maar wijken jongens in delinquente jeugdgroepen alleen af in de wijze waarop zij hun doelen nastreven? In dat geval is hun straatcultuur een *subcultuur van delinquentie* (Cloward en Ohlin, 1960). Op basis van mijn onderzoek zou mijn voorkeur uitgaan naar de tweede zienswijze.

⁴ Het begrip staat ook centraal in populaire boeken en trainingen over hoe men de jeugd van tegenwoordig moet aanspreken die hinderlijk, overlastgevend en crimineel gedrag vertoont (zie bijvoorbeeld Kaldenbach, 2008).

nieuwe vruchtbare verklaring van het probleem. De PvdA gebruikt deze verklaring bijvoorbeeld in de discussienota over de aanpak van ‘Marokkaanse’ probleemjongeren (*De vrijblijvende aanpak voorbij*, november 2008). We komen hem ook tegen in een recente studie van Politie en Wetenschap naar het ‘Marokkanenprobleem’ (Toussaint, 2009). De Amsterdamse korpschef Welten wees op het gevaar van de straatcultuur van “knapen uit de Caribische regio” door hun voorkeur voor ‘gangsta-rap’ in verband te brengen met de toename van het aantal schietpartijen in de Bijlmer (*De Telegraaf*, 22 en 23 augustus 2009). En op de televisiezender AT5 bestempelde SP-raadslid Evert Hartog de straatcultuur van de ‘Antilliaanse’ jeugd in Amsterdam-Zuidoost zelfs als een “primitieve holbewoners mentaliteit”.

Door met zoveel woorden naar *hun* negatieve en agressieve straatcultuur te verwijzen, lijkt het begrip straatcultuur te worden gekoppeld aan niet-Westerse allochtonen. Overlast en criminaliteit van dit soort allochtone jongeren worden nu weliswaar minder vaak verklaard als iets ‘typisch Marokkaans’ of ‘typisch Antilliaans’.⁵ Maar het fenomeen van een straatcultuur waarin (ernstig) delinquent gedrag wordt gezien als gepast of noodzakelijk, wordt blijkbaar nog wel gezien als ‘typisch voor allochtonen’. In deze analyse wordt geen gebruik gemaakt van de nieuwe inzichten uit mijn onderzoek, maar wordt het accent slechts iets anders gelegd. Zo blijft jeugdcriminaliteit iets bijzonders dat vooral hoort bij niet-Westerse allochtonen en *hun* straatcultuur. Het wordt nog steeds niet gezien voor wat het werkelijk is: een fenomeen dat voortkomt uit algemeen menselijke behoeftebevrediging binnen de bijzondere omstandigheden van deze ‘nieuwe Nederlanders’ in hun achterstandsbuurt.⁶

Het NOS-journaal van 11 november 2009 bevatte een onmiskenbaar voorbeeld van deze ‘etnisering’ van het begrip straatcultuur. In de uitzending werd een opmerkelijk angstbeeld geschetst aan de hand van een pas verschenen boek over straatcultuur: *Van de straat* (Van Strijen, 2009). Straatcultuur zou niet langer alleen maar een grootstedelijk probleem zijn, maar vormde nu ook een gevaar voor de brave burgersamenleving dat zich als een soort nieuw virus over ons land verspreidt. Steeds meer ‘nette’ jongeren op onverwachte plekken (goede buurten, goede scholen) zouden er door besmet raken. De besmette jeugd gaat het agressieve, individualistische en hedonistische machogedrag vertonen dat bij de straatcultuur hoort. Ouders en docenten zitten met de handen in het haar. Iets wat thuishoort in de allochtone achterstandswijk en op de zwarte school, zou zijn weg hebben gevonden naar de autochtone Vinex-wijk en de witte school. Straatcultuur dreigt volgens de berichtgeving binnenkort zelfs de dominante jeugdcultuur te worden in ons land! En hoe heeft die verderfelijke nieuwe jeugdcultuur zich in *onze* buurten en op *onze* scholen kunnen verspreiden? U raadt het al: dat hebben *zij* gedaan. In de uitzending is men er stellig over: die straatcultuur “komt oorspronkelijk van *allochtone* leerlingen”.⁷

⁵ Een voorbeeld hiervan is het recente onderzoek van Stevens, Veen en Vollebergh (2009) naar ‘Marokkaanse’ en Nederlandse jeugd-delinquenten in preventieve hechtenis. Daarin blijken de criminele ‘Marokkanen’ beter geïntegreerd te zijn dan hun niet-criminele ‘Marokkaanse’ generatiegenoten: ze spreken minder vaak Arabisch of Berbers met familie of vrienden en ze zien zichzelf vaker als Nederlander. Bovendien hebben ze verhoudingsgewijs lichtere vergrijpen gepleegd dan jongens van Nederlandse komaf. Ook in een opiniestuk van de Rotterdamse criminoloog Thaddeus Müller (NRC Handelsblad, 25 november 2009) wordt de opvatting ontkracht dat jeugdcriminaliteit typisch iets zou zijn van allochtonen. Müller onderbouwt zijn betoog onder meer met recente bevindingen ten aanzien van autochtoon jeugdgeweld.

⁶ Als alternatief voor de term ‘allochtoon’ heeft minister Eberhard van der Laan (Integratie) het begrip ‘nieuwe Nederlander’ geïntroduceerd in de nieuwe integratienota van de regering (november 2009). Los van de goede bedoelingen die achter dit nieuwe begrip schuil gaan, is hiermee het aloude onderscheid tussen ‘wij’ en ‘zij’ binnen de gemeenschap – tussen gevestigden en buitenstaanders (Elias en Scotson, 1965) – nog niet opgelost.

⁷ Voor deze uitzending (http://www.nos.nl/nosjournaal/artikelen/2009/11/10/101109_straatcultuur.html) over de verspreiding van ‘straatcultuur’ heeft een medewerkster van het NOS-journaal mij ook geraadpleegd als ‘expert’. Aan de hand van dezelfde argumenten als u aantreft in dit hoofdstuk, heb ik hen duidelijk proberen te maken dat hun berichtgeving over ‘het nieuwe, allochtone gevaar’ wellicht wat eenzijdig en kort door de bocht was. Ik

Het gaat te ver om in deze tekst alles recht te zetten wat er mis is met de bovenstaande beweringen over straatcultuur, deviant gedrag van jongeren en allochtonen (misschien deugt het hele begrip straatcultuur zelfs niet). Maar een ding is zeker: het begrip is een eigen leven gaan leiden. Het wordt te pas en te onpas handig gebruikt door politici, verslaggevers en onderzoekers om hun eigen belangen mee te dienen. Om toch iets van nuance aan te brengen in deze dynamiek wil ik kort vier misvattingen aanstippen die volgens mij van groot belang zijn om te benoemen. Vervolgens wil ik wijzen op een aspect dat in mijn ogen ten onrechte onderbelicht blijft in de discussies: de grote *marktwaarde* van straatcultuur.

Vier misvattingen over straatcultuur

Ten eerste zou het een vergissing zijn om te denken dat straatcultuur iets nieuws is in Nederland. Straatcultuur is *van alle tijden* en overal ter wereld te vinden. Jonge mannen die relatief arm zijn, in een achterstandsbuurt wonen en gebukt gaan onder een stigma (als ‘asociale’ of ‘ontoelaatbare’, en tegenwoordig ook als ‘allochtoon’ of ‘moslim’)⁸, zullen op straat groepen vormen om samen in hun noodzakelijke sociale bestaansvoorwaarden te voorzien. Daarbij ontwikkelen ze omgangsvormen en gedragsverwachtingen die afwijken van de conventionele cultuur van de dominante samenleving. Deze groepswaarden en –normen zijn te beschrijven als een verschijningsvorm van straatcultuur. De precieze invulling van hun straatwaarden en –normen zal verschillen afhankelijk van uiteenlopende invloeden uit hun sociale omgeving en de bijzondere omstandigheden die horen bij specifieke groepen. Maar een ding zal altijd en overal hetzelfde zijn: bepaalde vormen van gedrag die in de dominante samenleving ‘slecht’ worden gevonden, zien straatjongens als ‘goed’ voor de eigen behoeftebevrediging. Zij rechtvaardigen hun deviante gedrag vanuit een gedeelde ervaring van relatieve deprivatie. Ze voelen zich achtergesteld ten opzichte van degenen in de samenleving die het beter hebben en in hun ogen op hen neerkijken.

Een tweede misvatting is dat het overnemen van rituelen en symbolen uit de zwarte Amerikaanse straatcultuur – de hiphopcultuur en de ‘gangsta-rap’ in het bijzonder –, in Nederland zou zijn begonnen bij allochtonen. De eerste bekende rapgroep van Nederlandse bodem die ‘gangsta-rap’ maakte, was *wit*. In 1989 richt rapper Def P samen met zijn vrienden de Osdorp Posse op (onder meer bekend van nummers als ‘Moordenaar’ en ‘Katholieke trut’). Deze autochtone Amsterdammers lieten zich onder meer inspireren door de Amerikaanse ‘gangsta-rappers’ van N.W.A. (Niggaz With Attitude). De witte Nederlandse rapper Ijsblok nam zelfs letterlijk de naam over van de zwarte Amerikaanse rapper Ice Cube. Het zou kunnen dat het ‘gekleurde’ karakter van de zwarte Amerikaanse ‘gangsta-rap’ deze verschijningsvorm van straatcultuur nog aantrekkelijker maakt voor allochtone jongeren, dan voor autochtone jongeren. ‘Surinaamse’, ‘Antilliaanse’ en ‘Marokkaanse’ jongeren kunnen zich misschien gemakkelijker identificeren met een hapklare verzetscultuur van een jonge

werd vriendelijk bedankt voor mijn tijd, maar de medewerkster zei er direct bij dat ze mijn bijdrage waarschijnlijk niet konden gebruiken. De programmamakers hadden al ‘een lijn’ gekozen voor het nieuwsitem. Daar paste mijn verhaal nu eenmaal niet in. Na een radio-uitzending van BNR Nieuwsradio op de ochtend van de prijsuitreiking van de SMVP, heb ik Frank van Strijen zelf kunnen spreken over de manier waarop zijn boek voor het NOS-journaal is gebruikt. Hij bleek zeer ontevreden over hoe het in het nieuws was gekomen. Hij vroeg me om aan iedereen die het horen wil, duidelijk te maken dat hij met zijn boek *niet* heeft willen betogen dat straatcultuur een typisch allochtone uitvinding is. Bij deze.

⁸ Op welke manier autochtone Nederlanders armoede als een stigma hebben ervaren in Amsterdam-Noord en welke gevolgen dit heeft gehad voor hun ‘groepscultuur’, is onder meer beschreven in *Zo dicht bij Amsterdam* (Donkers, 1996) en *Het pauperparadijs* (Janssen, 2008). In een VARA-documentaire die in november 2009 werd uitgezonden, muntte Marcel van Dam een nieuwe term voor zowel allochtone als autochtone burgers die in armoede leven: de ‘onrendabelen’ (<http://omroep.vara.nl/De-Onrendabelen.5741.0.html>).

buitenlandse minderheidsgroepering. Maar het is feitelijk onjuist om te stellen dat in Nederland ‘zij’ ermee zijn begonnen. Bovendien blijkt in heel Europa dat de zwarte Amerikaanse ‘gangsta-rap’ en straatcultuur zeer aantrekkelijk is voor de witte jeugd (en niet in de laatste plaats ook in Amerika zelf). Het feit dat de zwarte Amerikaanse rappers Engels spreken en hun rituelen en symbolen uitvoerig toelichten in hun muziek en de bijbehorende films, maakt hun straatcultuur zo toegankelijk voor jongeren over de hele wereld.

In discussies over het gevaar van straatcultuur in Nederland wordt vaak gewezen op een invloed van die zwarte Amerikaanse straatcultuur. In populaire geweldsfilms over ‘streetgangs’ (jeugdbendes) en de hedonistische videoclippen van ‘gangsta-rappers’ worden macho-gedrag, criminaliteit en geweld verheerlijkt, en worden vrouwen onderdrukt en homoseksuelen gediscrimineerd. In deze weergave van de zwarte Amerikaanse straatcultuur neemt een geromantiseerd beeld van jeugdbendes een centrale plek in. Een derde vergissing zou zijn om te denken dat deze Amerikaanse straatcultuur pas is ontstaan toen in de jaren zestig van de 20^e eeuw een aantal beroemde zwarte jeugdbendes werden opgericht, zoals de ‘Bloods’ en de ‘Crips’ (dit wordt bijvoorbeeld beweerd door Van Strijen, 2009). Al vanaf halverwege de 19^e eeuw is het bestaan van jeugdbendes onlosmakelijk verbonden met het stedelijke leven in Amerika en wordt hun deviante straatcultuur uitvoerig beschreven (eerst alleen door journalisten en later ook door sociale wetenschappers)⁹. De jeugdbendes wiens straatcultuur als eerste een stempel drukte op het stedelijke leven in Amerika bestonden vooral uit kinderen van *witte migrantengroeperingen*, zoals Ieren, Polen, Italianen en Joden die waren overgekomen *uit Europa*.

De vierde en laatste misvatting die ik wil aanstippen is de overtuiging dat straatcultuur in Nederland een soort besmettelijke jeugdcultuur zou zijn die wordt overgedragen van allochtone op autochtone jeugd. Het kan best zijn dat witte Nederlandse jongens de houding, de kledingstijl en het taalgebruik van allochtone jeugd stoer vinden en dit gedrag kopiëren. Het bewijs daarvoor hoor ik dagelijks als ik langs de schoolpleinen fiets van Amsterdam-Zuid. Daar proberen witte jongens indruk te maken op elkaar en op de meisjes door met een ‘Marokkaans’ accent te praten en ‘Surinaamse’ straatwoorden te gebruiken. Maar dit deel van de Nederlandse jeugd komt te weinig in aanraking met de allochtone jeugd uit de achterstandswijken om hun gedrag direct te kunnen overnemen. De verspreiding van de houding, de symbolen en de taal van de straatcultuur lijkt veel meer plaats te vinden via de televisie, de radio en het internet. Vandaar dat straatcultuur niet in de eerste plaats iets is dat van allochtoon op autochtoon wordt overgedragen, maar iets dat *via commerciële kanalen* wordt overgebracht. Die sociale overdracht zal pas goed op gang zijn gekomen toen het aantrekkelijk werd om producten aan de jeugd te verkopen met behulp van beelden en begrippen uit de straatcultuur. Dit brengt ons bij de vraag: waarom heeft straatcultuur zo’n grote marktwaarde?

Straatcultuur is ook big business

Een volledig antwoord op die vraag kan ik hier niet geven, aangezien ik het veld van de commerciële markt voor jeugdproducten onvoldoende overzie. Wel ga ik een poging doen om uit te leggen wat er zo aantrekkelijk moet zijn aan straatcultuur vanuit een commercieel oogpunt. Om dat duidelijk te maken, onderscheid ik allereerst drie groeperingen: de producenten van straatcultuur, de makelaars en de consumenten.

⁹ Al wordt het begrip ‘straatcultuur’ pas tegen het einde van de 20^e eeuw als zodanig gebruikt om te verwijzen naar de deviante groepscultuur van jeugdbendes. Zie de bijdrage van Willem de Haan in dit boek voor meer details hierover.

Straatcultuur ontstaat in achterstandswijken en meestal in een grote stad. Daar ontwikkelen straatjongens deviantie groepswaarden en –normen die uitermate relevant zijn binnen hun omstandigheden. Hun gedragsregels weerspiegelen hoe zij denken dat ze het beste hun behoeften aan erkenning, veiligheid en plezier kunnen bevredigen binnen die omstandigheden (onder meer door het vertonen van diverse vormen van overlastgevend en crimineel gedrag). Naast hun waarden en normen, maken hun unieke manier van praten, poseren, gebaren en kleden onderdeel uit van hun straatcultuur. Met een unieke groepsidentiteit proberen zij zich als groep ‘positief’ te onderscheiden van andere jeugdgroepen in hun sociale omgeving en zich af te zetten tegen de dominante samenleving (waarvan zij zich buitengesloten voelen). Het is hun manier van ‘standing out’ (opvallen). Zo bieden straatjongens elkaar bevestiging binnen hun groep en kunnen zij een positief zelfbeeld ervaren als ‘goed’ groepslid (ondanks relatieve deprivatie en stigma). Straatjongens ontwikkelen en verinnerlijken op deze wijze de geuzenidentiteit van de ‘gangsta’. Zij zijn de oorspronkelijke *producenten* van de straatcultuur.

Commerciële bedrijven hebben blijkbaar de marktwaarde van deze geuzenidentiteit gezien. De straatcultuur weerspiegelt onder meer individualisme (alles draait om jou), consumentisme (je waarde wordt bepaald door wat je hebt) en het gevoel van een generatieconflict (samen met je ‘homies’ ben je tegen de gevestigde orde en in het bijzonder tegen het gezag van toezichhouders). Daarnaast is de straatcultuur spannend vanwege de openlijke associaties met seks, drugs, criminaliteit en geweld,. De vroegere slogan van de jeugdzender Veronica was: ‘Je bent jong en je wil wat!’ Blijkbaar zit veel van wat de jeugd wil in de straatcultuur. Er lijkt namelijk geen einde te komen aan het aantal producten dat tegenwoordig wordt verkocht met behulp van beelden en begrippen uit de straatcultuur. Naast de populaire muziek en films moet men denken aan eten en drinken, kleding, sieraden, websites, sieraden, kunst, videogames, mobiele telefoons, ringtones. Zelfs een studentenrekening bij een grote bank wordt aangeprezen met het predikaat ‘pimp’ (pooier). En een uitvaartmaatschappij kwam op het idee om reclame te maken voor zijn product met de leus: ‘Pimp your grave!’ Maar ook aan de allerkleinsten is gedacht. Inmiddels zijn er al ‘gangsta-baby’-poppen te koop en worden koekjes verkocht door kleuters te laten rappen in televisiereclames: “Kijk, die chickies (meisjes) naar me lachen, want ik ben gewoon dé man!” Ook de media herkennen de aantrekkingskracht van de ‘gangsta’ en berichten graag over onderwerpen die hieraan verwant zijn. Samen met de commerciële bedrijven vormen zij de *makelaars* die de straatcultuur weten te verpakken in goed verkopende producten en spannende verhalen.

En dan zijn er de *consumenten* van de straatcultuur: een grote hoeveelheid jeugd met vrije tijd en geld te besteden (waaronder ook weer straatjongens die de gebruiken en symbolen van de straatcultuur oorspronkelijk hebben vormgegeven). Er is maar één ding wat jeugd wil meer dan wat dan ook, en dat is: erbij horen. Op tv, op internet en in de bladen zien ze de clips, de films, de programma’s, de artikelen, de websites, de kleding, de schoenen, de telefoons en alle andere producten die volgens de makelaars het ‘urban’-imago van de stoere, stedelijke straatjongere ideaal weergeven. De jeugd neemt dit ideaalbeeld massaal af. Exacte verkoopcijfers zijn mij niet bekend, maar als je alle ‘gangsta’-producten bij elkaar zou optellen die worden bekeken, beluisterd, gedragen of anderszins geconsumeerd, moet het om een astronomisch bedrag gaan. De jeugd die afneemt, wil net zo uniek en ‘real’ (oorspronkelijk) zijn als de idolen waaraan zij zich spiegelen. De straatcultuur is weliswaar gebaseerd op het idee van ‘standing out’ (opvallen), maar het gaat deze jonge consumenten vooral om ‘fitting in’ (erbij horen).

Om echt vast te kunnen stellen hoezeer straatcultuur ‘big business’ is geworden, zou men eigenlijk exact moeten weten hoeveel eraan wordt verdiend. Verder zou het interessant zijn om precies te onderzoeken wat de straatcultuur zo aantrekkelijk maakt om er een product

mee te verkopen aan de jeugd. Mijn eerste gedachte hierover is dat straatcultuur voor elke jongere wat wils biedt: los van de buurt waar je bent opgegroeid, los van hoeveel geld je ouders hebben en los van de etnische achtergrond van je familie. Identificatie met straatcultuur is aantrekkelijk voor zowel stads- als dorpsjeugd, zowel arm als rijk, en zowel allochtoon als autochtoon. In de ervaring van de ene persoon weerspiegelt straatcultuur iets herkenbaars en ‘eigens’: iets dat past bij zijn buurt, bij zijn sociaal-economische achtergrond of bij zijn donkere huidskleur. In de ogen van de ander is straatcultuur juist aantrekkelijk vanwege het exotische, sensuele, rebelse en stoere karakter. Straatcultuur staat vooral ook symbool voor jongeren die niet ‘nep’ zijn, maar ‘real’ (in tegenstelling tot volwassenen). En een jongere wil nu eenmaal liever ‘echt’ zijn, dus die houdt het liever ‘straat’.

Een jongere die producten consumeert die horen bij de straatcultuur (althans, volgens de reclames) kan zich maatschappelijk een rebel voelen, terwijl diegene in commerciële zin eigenlijk een conformist is. *A rebel without a cause, but with a brand*. Precies vanwege deze schijnbare tegenstelling, is het gebruik van straatcultuur misschien wel een van de meest succesvolle marketingstrategieën om producten te slijten aan de jeugd, maar dat zou verder uitgezocht moeten worden.

In zijn essay *Alles is in beginsel overal* over het ‘wereldcultuurstelsel’, doet socioloog Abram de Swaan (2008) een oproep om de vermaakindustrie economisch te beschrijven ‘als elke andere tak van nijverheid’. Daarbij pleit hij voor een analyse van de machtsverhoudingen, in het bijzonder van het “web van eigenaars en makelaars die beslissen wie wordt aangekocht en wie wordt afgeschaft, wat vertoond, uitgegeven of uitgevoerd wordt en wat ongehoord en ongezien zal blijven” (2008: p.248). In navolging van De Swaan zou ik onderzoekers willen oproepen om uit te pluizen wie met welk belang toon zetten en smaak maken in Nederland, als het gaat om ‘gangsta-rap’ en andere vormen van de commerciële exploitatie van straatcultuur.¹⁰ In de eerste plaats moet duidelijk worden gemaakt hoe de makelaars zich oorspronkelijk hebben laten leiden door bepaalde verlangens van het publiek bij hun beslissing om hun producten met behulp van de straatcultuur uit te venten.¹¹ Ten tweede moet worden nagegaan hoe de producten die zij vervolgens aan de man brengen aan de hand van beelden en begrippen uit de straatcultuur, op hun beurt weer de wensen en verwachtingen van het publiek beïnvloeden. Pas als dit plaatje compleet is, kunnen we niet alleen verklaren waarom ‘Marokkaanse’ straatjongens uit de stedelijke achterstandswijken *kapot moeilijk* (verschrikkelijk stoer) willen zijn. We kunnen dan ook beter begrijpen waarom zoveel allochtone én autochtone jongeren die we niet direct tot de straatjeugd zouden rekenen, zich tegenwoordig toch het liefst voordoen als *gangster* (stoere straatjongen).

¹⁰ Er zijn al studies gedaan naar het culturele fenomeen van hiphop in Nederland, bijvoorbeeld door Saul van Stapele (2002) en Mir Wermuth (2005). In deze boeken wordt vooral beschreven welke ontwikkelingen ertoe hebben bijgedragen dat de populariteit van rapmuziek (waaronder ‘gangsta-rap’) zo enorm is toegenomen in Nederland. De studie die ik voor ogen heb zou meer in het bijzonder moeten aantonen waarom het ‘gangsta’-imago dat onderdeel uitmaakt van de Amerikaanse hiphopcultuur zo aantrekkelijk maakt vanuit een commercieel oogpunt. Het zou een analyse moeten bevatten van de bedrijfsmatige keuzen die gemaakt zijn voor succesvolle exploitatie van diverse producten in Nederland aan de hand van straatcultuur en het ‘gangsta’-imago in het bijzonder.

¹¹ In Mediapolis hebben Alex de Jong en Marc Schuilenburg (2006) al een basis gelegd voor een dergelijk onderzoek. Zij gaan in op de betekenis, de ontstaansgeschiedenis en de wereldwijde verspreiding van de ‘Urban-culture’. In deze cultuur worden allerlei producten in verband gebracht met het ‘typisch stedelijke’, waaronder de identiteit van de ‘gangsters’ uit de grootstedelijke achterstandswijken.

Literatuur

Bervoets, Eric, Huug van Ooijen en Hans Werdmölder (2009) Cultuur onder vuur. Kanttekeningen en opmerkingen bij het proefschrift *Kapot Moeilijk* van Jan Dirk de Jong over delinquent gedrag van Marokkaanse jongeren. *B en M, Tijdschrift voor Beleid, Politiek en Maatschappij*, (36), 72-76.

Cloward, Richard en Lloyd Ohlin (1960) *Delinquency and opportunity. A theory of delinquent gangs*. New York: Free Press.

Cohen, Albert (1955) *Delinquent boys. The culture of the gang*. New York: Free Press.

Donkers, Jan (1996) *Zo dicht bij Amsterdam*. Amsterdam: Atlas.

Elias, Norbert en John Scotson (1965) *The established and the outsiders. A sociological enquiry into community problems*. London: Sage Publications.

Janssen, Suzanna (2008) *Het pauperparadijs. Een familiegeschiedenis*. Amsterdam: Uitgeverij Balans.

Jong, Alex de en Marc Schuilenburg (2006) *Mediapolis. Populaire cultuur en de stad*. Rotterdam: Uitgeverij 010.

Jurgens, Fleur (2007) *Het Marokkanendrama*. Amsterdam: Meulenhoff

Gemert, Frank van (1998) *Ieder voor zich. Kansen, cultuur en criminaliteit van Marokkaanse jongens*. Amsterdam: Het Spinhuis.

Kaldenbach, Hans (2008) *Respect! 99 tips voor het omgaan met jongeren in de straatcultuur*. Amsterdam: Prometheus.

San, Marion van (2008) Het is de schuld van de samenleving! Of toch niet? Groepsgedrag van Marokkaanse jongens in Slotervaart. *Tijdschrift voor Criminologie*, (50), 290-294.

Scheffer, Paul (2007) Al die chickies hiero? Ik play hun allemaal. *NRC Handelsblad, Boeken*, (7 december 2007), 6-7.

Stapele, Saul van (2002) *Van Brooklyn naar Breukelen. 20 jaar hiphop in Nederland*. Houten: Uitgeverij het Spectrum.

Stevens, Gonneke, Violaine Veen en Wilma Vollebergh (2009) *Marokkaanse jeugd-delinquenten: een klasse apart? Onderzoek naar jongens in preventieve hechtenis met Marokkaanse en Nederlandse achtergrond*. Den Haag: Nicis Institute.

Strijen, Frank van (2009) *Van de straat. De straatcultuur van jongeren ontrafeld*. (onder redactie van Stijn Postema) Amsterdam: Uitgeverij SWP.

Swaan, Abram de (2008). *De draagbare De Swaan*. Amsterdam: Bert Bakker.

Toussaint, Paul Anderson (2009) *Staatssecretaris of seriecrimineel. Het smalle pad van de Marokkaan*. Amsterdam: Bert Bakker/Prometheus.

Weerman, Frank (2008) Het belang van straatcultuur voor delinquent groepsgedrag. Bespreking van: J.D. de Jong, Kapot moeilijk: een etnografische onderzoek naar opvallend delinquent groepsgedrag van 'Marokkaanse' jongens. *Delikt en Delinkwent*, (38), 984-992.

Werdmölder, Hans (2005) *Marokkaanse lieverdjes. Crimineel en hinderlijk gedrag onder Marokkaanse jongens*. Amsterdam: Balans.

Wermuth, Mir (2005) *No sell out. De popularisering van een subcultuur*. Amsterdam: Aksant.

Bovenstaande bijdrage is gepubliceerd in:

Jong, J.D.A. de

(2010) 'We houden het lekker 'straat'.' In: Deelman, P. (ed.) [*Over straatcultuur en groepsdynamiek*](#). Dordrecht: Stichting Maatschappij, Veiligheid en Politie, p. 13-28

