

# Staat het huwelijk tussen hiphop en straatcultuur op de tocht?

*J.B.A. van den Broek*

Hiphop<sup>1</sup> en de straat kunnen niet zonder elkaar. Hiphop(cultuur) en straatcultuur zijn zo met elkaar vergroeid dat een onderscheid nauwelijks meer op zijn plaats is. Beide culturen hebben al decennialang een innig huwelijk waarbinnen sprake is van constante wederzijdse beïnvloeding. De oorspronkelijk uit Amerika overgewaaide hiphopcultuur beïnvloedt de Nederlandse straatcultuur, doordat jongeren zich spiegelen aan de voorbeelden die hen voorgeschoteld worden via muziek, televisie en social media. Andersom is de cultuur van de straat van grote invloed op hiphopmuziek, omdat rappers er veel aan gelegen is hun connectie met de straat te bewijzen (Keyes, 2002: 122). Naast deze wederzijdse beïnvloeding, kan betoogd worden dat hiphop een belangrijk middel vormt voor jongeren binnen de straatcultuur om zich een identiteit aan te meten of om carrière te maken.

## Hiphop als legale boterham

In dit laatstbenoemde scenario dient hiphop als alternatieve doch legitieme manier om geld te verdienen. Waar jongeren binnen de straatcultuur over het algemeen minder sociaal en economisch kapitaal hebben dan anderen, beschikken zij bij uitstek over 'subcultureel kapitaal' (Quinn, 2005: 52); zij weten als geen ander hoe het is om op te groeien in een achtergestelde situatie. Het harde straatleven voorziet hen van motivatie en inspiratie, en met de opkomst van hiphop hebben zij een manier gevonden om hun uitsluiting en armoede te gebruiken als middel om aan deze zelfde zaken te ontsnappen (Quinn, 2005: 53). Door te rappen over het opgroeien in een achterstandswijk, het uitzitten van een celstraf of het reilen en zeilen van het gangsterleven, kunnen rappers zich onderscheiden van andere artiesten en bouwen aan een legitieme carrière.

## Hiphop als podium voor de performance van straatcultuur

Naast een legale carrière, biedt hiphop jongeren een kader waarbinnen zij hun identiteit kunnen uitdragen. Deze identiteit wordt binnen de criminologie steeds meer gezien als een 'performance':

---

<sup>1</sup> Waar binnen de oorspronkelijke hiphopcultuur vier elementen vallen te onderscheiden, te weten: rappen, breakdance, graffiti en turntabelism, zal ik mij binnen dit artikel slechts richten op rappen. Wanneer ik in het vervolg van dit artikel rep over 'hiphop' zal ik dan ook doelen op hiphopmuziek. Binnen deze hiphopmuziek is vooral het subgenre *gangsta rap* van evident belang voor de invloed van hiphop op de straatcultuur in Nederland.

een vormbare, contextafhankelijke eigenschap. Het idee van 'identity as performance' werd reeds in 1959 door Goffman geïntroduceerd, maar wordt vandaag de dag door steeds meer criminologen gebruikt om processen binnen de straatcultuur te verklaren. Zo stelt Hallsworth dat het verkrijgen van respect op straat gebeurt door 'cultivating and constructing a social presentation of self that is appropriate to the field' (2013: 149), spreekt Hellemont (2012) over het 'communiceren van gang-ness' en betoogt Garot (2010: 13) dat 'gang identity' opvallend fluïde is. Hiphop leent zich uitstekend voor de performance van straatcultuur; het vervaardigen van hiphopmuziek geeft jongeren binnen de straatcultuur de kans het door hen zo nagestreefde straatimago te construeren. Uit mijn onderzoek (2013) is gebleken dat dit straatimago onder andere gestalte krijgt door het verbeelden van criminaliteit, het afzetten tegen de politie, het benoemen van lokale context en het etaleren van geld en dure producten<sup>2</sup>. In de eerste plaats dienen videoclipps als podium voor de hierboven benoemde elementen. Clips van hiphopnummers, vervaardigd door jongeren binnen de straatcultuur, worden vaak gekenmerkt door (vuur)wapens, dikke stapels geld en dure auto's of andere luxeproducten. Ook de teksten van hiphopnummers blijken uitstekend geschikt ter betoging van bovengenoemde elementen. In lijn met de eerder gedane uitspraken over subcultureel kapitaal, *berappen* jongeren hun problematische relatie met de politie, het feit dat zij in een achterstandswijk wonen of de delicten die zij hebben gepleegd.

### **Staat de relatie onder druk?**

Patton, Eschmann en Butler (2013: 58) betogen dat social media de plaats van hiphop hebben ingenomen als podium waarop de vorming van een straatimago – door hen 'het opbouwen van street credibility' genoemd – plaatsvindt. Waar ik op basis van mijn eigen onderzoek het belang van social media binnen de performance van straatcultuur volledig onderschrijf, ben ik het oneens met de stelling dat deze de plaats van hiphop hebben ingenomen. In mijn ogen faciliteren social media de performance van straatcultuur via hiphop juist en hebben zij zodoende een versterkend effect op dit proces. Dit is terug te zien op platformen als YouTube, waarop het voor jongeren steeds gemakkelijker wordt hun hiphop (en bijbehorend imago) aan de man te brengen. Het bereik van dergelijke platformen is enorm, waardoor videoclips vol performance met een druk op de knop aan een praktisch onbegrensd publiek kunnen worden getoond. Ook platformen als Twitter dragen bij aan de relatie tussen hiphop en straatcultuur. Jongeren delen veelvuldig

---

<sup>2</sup> Andersom wijst Hayward (2004: 181) erop dat hiphop op zijn beurt kan dienen als voorbeeld voor deze zogenaamde 'opzichtige consumptie' (Veblen, 2005). Hiphopmuziek confronteert jongeren met allerlei luxeproducten en vormt zo een drijfveer om het bezitten van deze producten na te streven.

teksten van hiphopnummers, vaak om uitdrukking te geven aan hun eigen gevoelens van het moment.

Al met al ben ik van mening dat de opkomst van social media als podium voor de performance van straatcultuur niets afdoet aan de relatie tussen hiphop en straatcultuur. Hiphop blijft jongeren voorzien van een interpretatief kader waarbinnen zij hun straatimago kunnen uitdragen en de mogelijkheden die social media bieden voor de verspreiding van hiphopmuziek en het claimen van een hiphopimago dragen hier alleen maar aan bij. Het huwelijk tussen hiphop en straatcultuur is sterker dan ooit.

- Broek, J.B.A. van den (2013). *Van de straathoek naar Facebook: een onderzoek naar het gebruik van social media door jongeren binnen de straatcultuur*. Ongepubliceerde masterscriptie. Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Garot, R. (2010). *Who you claim: Performing gang identity in school and on the streets*. New York: NYU Press.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Hayward, K. (2004). *City limits: Crime, consumer culture and the urban experience*. London: Glasshouse press.
- Hellemont, E. van (2012). Gangland Online: Performing the Real Imaginary World of Gangstas and Ghettos in Brussels. *European Journal of Crime, Criminal Law and Criminal Justice*, 20(19), 165-180.
- Keyes, C. L. (2002). *Rap music and street consciousness*. Illinois: University of Illinois Press.
- Patton, D. U., Eschmann, R. D., & Butler, D. A. (2013). Internet banging: New trends in social media, gang violence, masculinity and hip hop. *Computers in Human Behavior*, 29(5), A54-A59.
- Quinn, E. (2005). *Nuthin' but a "G" thang: the culture and commerce of gangsta rap*. New York: Columbia University Press.
- Veblen, T. (2005). *Conspicuous Consumption*. New York: Fordham University