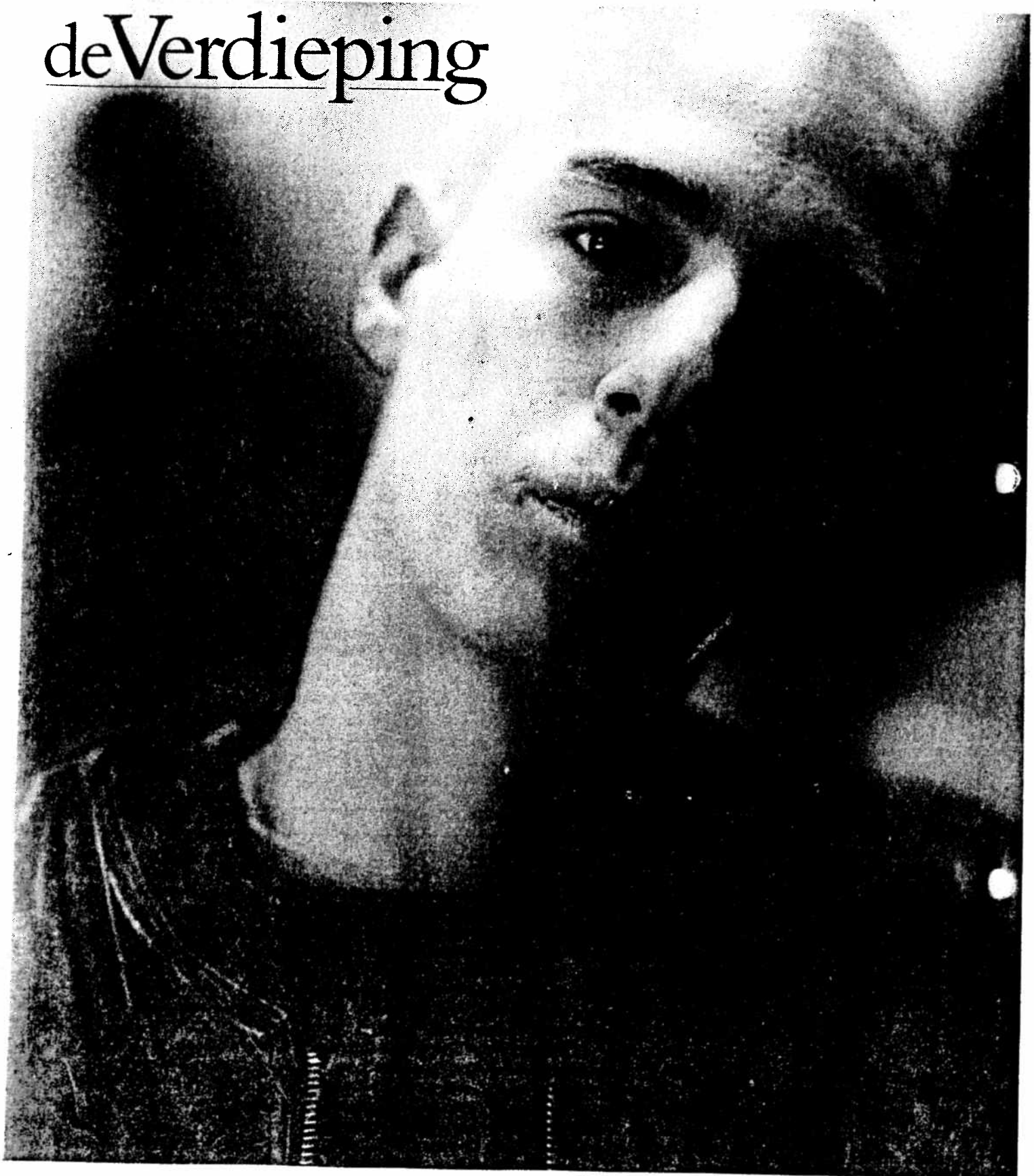
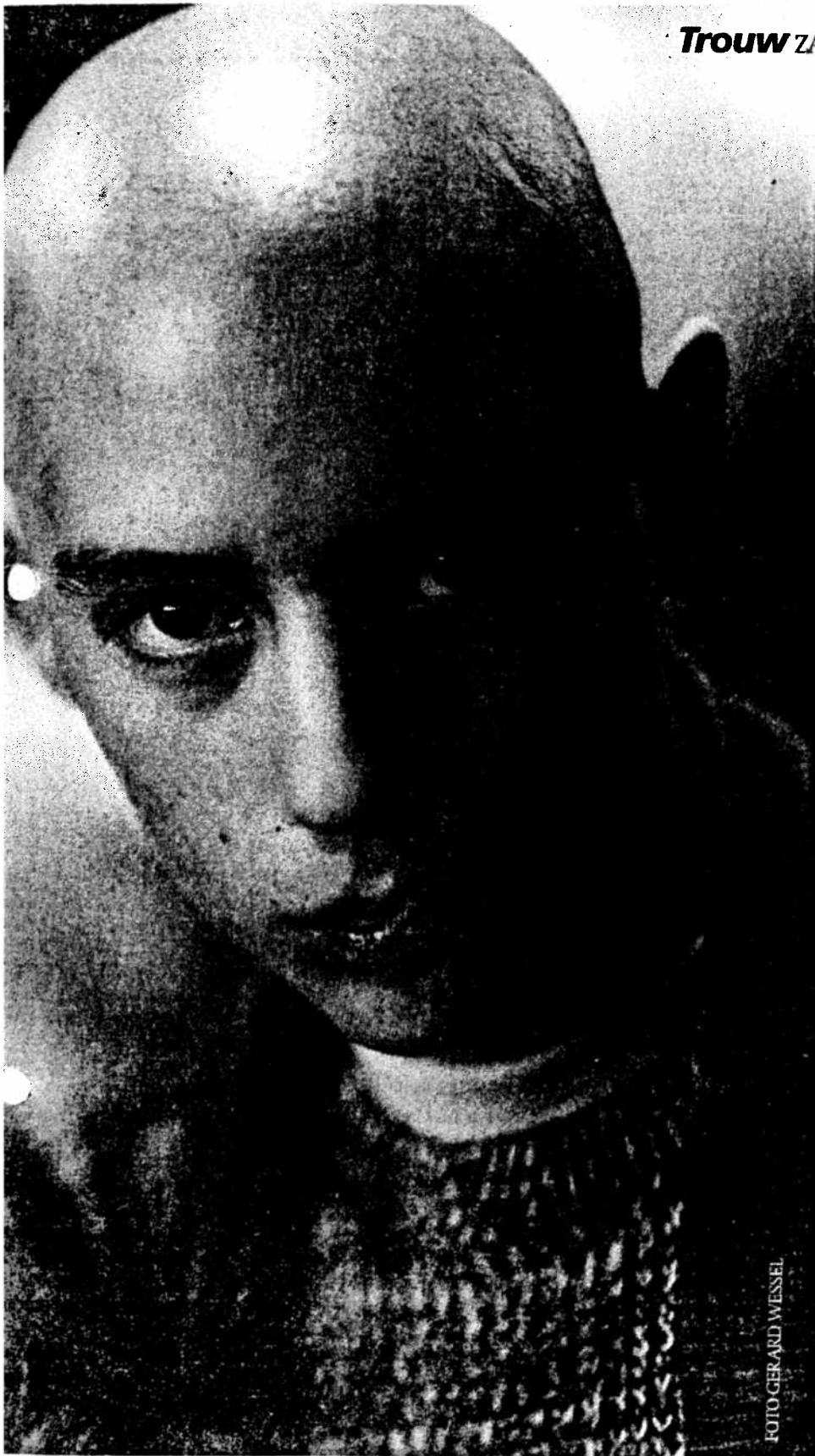


deVerdieping



De
tragiek
van de
gabber

FOTO GERARD WESSEL



Jeugdcultuur

Stijn Verhagen

Gabber is de populairste jeugdcultuur van de jaren negentig. Een op de zeven jongeren voelt zich ertoe aangetrokken. Dat blijkt uit een in maart 1998 afgenomen enquête onder ruim 1 200 jongeren. Is dat nog wel normaal?

Het gaat immers om een slordige 150 000 Nederlandse gabbers, wier cultuur de afgelopen jaren regelmatig negatief in het nieuws kwam. Gabbers zouden houden van 'snoeiharde, monotone muziek', 'gaan op speed en peppers' en staan bekend als 'schaamteloze debielen, nietsnutten en agressieve lamzakken'. Daarnaast hangt er een 'geur van extreem-rechts rondom de kaalkoppen'. In 1995 werden gabbers in maar liefst drie van de vier krantenartikelen met racisme geassocieerd, blijkt uit hetzelfde onderzoek waarin naast gabbers zelf het media-beeld over hen onder de loep wordt genomen.

Wat betekent het dat gabber is uitgegroeid tot de populairste jeugdcultuur van Nederland? Is de jeugd massaal aan het verloederen? Hoe verontrustend is deze gang van zaken eigenlijk? Hoewel er zeer weinig over deze jongeren bekend is, werpt een tweetal onderzoeken hierop een eerste licht. Zo stelt onderzoeker Schoppen (in: 'Het zijn onze feesten; jeugdcultuur en geweld tegen allochtonen in Nederland', 1997) dat gabbers de afgelopen jaren veelvuldig betrokken zijn geraakt bij agressie tegen allochtonen. Tegelijkertijd benadrukt hij dat veel gabbers racisme verafschuwen en dat slechts een minderheid zich racistisch manifesteert. De precieze omvang van het probleem van etnische intolerantie blijft in zijn onderzoek echter onduidelijk. Daarnaast concludeerde het Centrum voor Verslavings Onderzoek in 1997 dat er betrekkelijk weinig schadelijke effecten uitgaan van het bezoeken van party's en xtc-gebruik. Hoewel het merendeel

De Boekman-Trouw Scriptieprijs 1998 is gistermiddag toegekend aan Stijn Verhagen voor 'To be or to wannabe. Over gabbers, jeugdculturen en de media'. Hij studeerde hiermee af als cultuursocioloog aan de Rijksuniversiteit Utrecht. Verhagen behandelt in zijn scriptie een tot dusver weinig onderzocht onderdeel van de hedendaagse jeugdcultuur: de muziekvoorkeuren, gedragingen en opvattingen van gabbers en de wijze waarop daar van buitenaf – in de media en door andere groepen jongeren – tegen aan wordt gekeken. Volgens de jury getuigt zijn onderzoek van een grondige beheersing van uiteenlopende onderzoeksmethoden: het omvat een zorgvuldig uitgevoerde inhoudsanalyse van kranten en tijdschriften en een dito enquête onder een groot aantal gabbers en andere jongeren. Bovendien was de scriptie goed en *to the point* geschreven.

De Boekman-Trouw Scriptieprijs is een samenwerkingsverband tussen de Boekmanstichting – studieceterum voor kunst, cultuur en beleid – en *Trouw*. De jury stond onder voorzitterschap van Susanne Janssen, als sociologe verbonden aan de Erasmus Universiteit Rotterdam.

deel van de gabbers gebruikt, doen de meesten dat hooguit één keer per maand.

Beide onderzoeken weerspiegelen slechts een tijdopname van de gabbercultuur en beperken zich tot potentieel negatieve eigenschappen van gabbers. 'To be or to wannabe' brengt gabbers representatief in kaart, vergelijkt ze met andere jongeren en is bovendien gericht op de ontwikkeling van hun cultuur vanaf begin jaren negentig.

Zoals gezegd was de beeldvorming van gabbers aanvankelijk puur negatief. Uit een analyse van ruim vierhonderd persberichten blijkt dat gabbers grofweg werden beschouwd als 'onopgeleid, ongearticuleerd, gewelddadig, racistisch en seksistisch'. Gabbers zouden niet zelden het decor vormen voor het brengen van de Hitlergroet, het dragen van White Powerkleding en direct fysiek geweld tegenover allochtonen. De kaalkoppen boezemen

buitenstaanders angst in. In het minst erge geval worden zij gerekend tot de meest problematische en vervelende jeugdculturele variant, die de jaren negentig heeft voortgebracht.

Maar wanneer de commercie met *happy hardcore* de gabbermarkt binnendringt en gabber als een epidemie uit haar voegen groeit, klinkt een nieuw geluid. Het aantal gabbers vliegt de pan uit. Kwam gabberhouse in 1995 überhaupt niet voor in de topvijftientig van favoriete muziekstijlen onder jongeren, na september 1996 zwaait het de scepter over alle andere muziekstijlen, meldt *Inter/View* op basis van longitudinaal jongerenonderzoek. Het gevolg is dat de negatieve stereotypingen zwakker, twijfelachtig, vragend en minder stellig worden. Hoe meer dit het geval is, hoe meer ruimte ontstaat voor het beeld van gabbers als gewone, aardige en sociale mainstream-jeugd. „Ze willen allemaal een

Opel Kadett, een premie A-woning, een vrouw en een schoonmoeder waar ze hun kindertjes naar toe kunnen brengen. Maar voordat ze dat bereiken willen ze eerst nog heftig uit hun dak gaan."

Met uitzondering van religieuze bladen presenteren de media steeds vaker personen die het opnemen voor de gladkopjes. Dj's, zakenlui of huismoeders poneren dat drugsgebruik een probleem van de hele jeugd is ('gabbers hebben ten onrechte een stempel'), hun sociaal gevoel miskend ('best een lieflijk volkje') en dat de vol-is-vol-gedachte van gabbers zwaar overtrokken is ('met skinheads hebben ze niets te maken'). Een eventueel agressieve uitstraling moet worden beschouwd als onderdeel van het spel ('de sfeer is prima'), van het macho toneelstukje van de gabbercultuur ('door hun uiterlijk op één hoop geveegd'). Dit beeld van de gabbercultuur staat in schril contrast met dat van vóór de popularisering ervan.

Toch maakt de toegenomen maatschappelijke acceptatie weinig gabbers gelukkig. Integendeel, het gevoel tot iets belangrijks of zinvol te behoren maakt langzaam plaats voor leegheid en frustratie. Op het moment dat Bakker Bart adverteert met heerlijke appelgabbers (heftig lekkûr), valt er voor gabbers immers weinig meer te doorbreken aan de natuurlijkheid en vanzelfsprekendheid van de dagelijkse orde. Het gevolg is dat een groeiende groep gabbers zich gaat afzetten tegen de 'eigen' soort en tegen de tijd dat de gabb|| ene'nog ée'ote familie was. Als je per ongeluk tegen iemand aanstootte, was het van: 'o sorry joh'. En je danste gewoon door. Nu worden ze agressief en krijg je meteen een grote bek, klinkt het uit hun mond.

Dat de gabbercultuur gefragmenteerd is geraakt, blijkt ook uit de afgenomen enquête. Er zijn twee typen gabbers: meelopers - denigrerend als *zwabbers* of *wannabe's* aangeduid - en underground-gabbers. De eerste groep is mainstream, burgerlijk en commercieel. Ze dragen ninder vaak een gabberoutfit, beluisteren naast gabberhouse ook top-40/50 en ock, zijn het oneens met de stelling dat

commerciële muziek slecht is en stemmen in met de wens een burgerlijk leven te leiden. De groep undergroundgabbers distantieert zich hiervan. Hoe langer deze de gabberscene al een warm hart toedraagt, hoe meer dit het geval is. Tegelijkertijd verzet ze zich tegen het beeld van gabbers als agressieve, racistische veel-slikkers.

Als je jongeren stellingen voorlegt als 'werkloze Turken zou men zonder meer terug naar hun land terug moeten sturen', blijkt dat gabbers zich in hun denkbereiden over buitenlanders iets 'intoleranter' dan hun leeftijdgenoten uitdrukken, maar racistisch zijn ze zeker niet; en met stellingen als 'drugs zijn gevaarlijk' zijn zij het weliswaar niet eens, maar ook niet oneens. Genieten, plezier maken, feesten en hakktûh zijn belangrijker voor deze jongeren dan meningsvorming over 'moeilijke zaken'. Twee derde van de gabbers onderschrijft stellingen als 'uitgaan en feesten staan in mijn leven centraal' of 'het belangrijkste in het leven is om uit je dak te gaan'.

Het stuit dan ook veel gabbers tegen de borst dat de pers haar verhaal vaak op duidelijk aanwijsbare, beperkte groepjes jongeren baseert, zonder zich te bekommeren om de 'gemiddelde' gabber. Halverwege de jaren vijftig gebeurde hetzelfde bij de berichtgeving over de nozems. Een film-opname van een 'uit de hand gelopen' jazzconcert op 25 juni 1956 in Den Haag vestigde volgens de sociologen Krantz en Vercrujisse bijvoorbeeld „keer op keer door snapshots de aandacht op één jongeman, die gedurende de gehele voorstelling met de armen boven het hoofd zwaaiend op zijn plaats staat te swingen. Daardoor dreigt de aandacht afgeleid te worden van het beslissende feit: dat dit één brokje opwinding is in een overigens rustige zaal"

Voor de gabbercultuur geldt dat het grootste deel van de jongeren vindt dat de media tegen gabbers tekeergaan en een verkeerd beeld van hun cultuur geven. Zo is slechts een op de vier jongeren het eens met de stelling dat gabbers racistisch zijn. Opvattingen of houdingen ten aanzien van bijvoorbeeld drugs of ra-

cisme zijn überhaupt niet zo belangrijk voor jongeren. Muziek! Dat is waar het ze om gaat. Zo luisteren hiphoppers naar hiphop of rap, alternatieve jongeren naar 'rock', zoals *grunge*, alternatieve popmuziek of punk en genieten gabbers het meest van gabberstijlen als *hardcore* en *oldschool*. Wat voor opvattingen daarbij passen is slechts van marginaal belang, maken de jongeren keihard duidelijk. Dit verklaart natuurlijk waarom de penetratie van *happy hardcore* op de hitlijsten de homogeniteit van de gabbercultuur heeft aangetast. De eigenheid van de cultuur - 'echte' gabberhouse - wordt ermee weggekaapt, waardoor de lol er voor undergroundgabbers afraakt.

Zoals de echte punk minachting had voor de grote groep na-apers en denigrerend sprak van plastic-punk, blikken de gabbers van het eerste uur met nostalgie terug naar de tijd van donkere fabrieks-

De media zetten de publieke opinie naar de hand van de lieve, sociale, burgerlijke kaalkopjes

hallen en illegale feesten. Lang duurde die niet. Naast de media doken na enige hapering immers bedrijven de scene in. Allengs sprongen zij 'bij' met onder andere gabbermagazines, gabberlolly's, gabberdrinks en gabbercondooms. Dat gabber een rol van betekenis is gaan spelen op de Nederlandse en Europese markt kwam echter als een verrassing. Platenmaatschappijen adverteren voor *hardcore*-cd's ('nu in de winkel'), Kitkat beveelt zijn chocoladerepen aan ('Hallo! Heipaall! Waar zijn wij nou helemaal mee bezig'), Duyvis brengt dipsausjes aan de man ('wat ziet ik, wat is het hier een kale boel') en fietsmakers lonken met gabberolie ('voor meer beats per minute uit je motor') of anti-gabberolie ('voorkomt hakkóh en zagóh').

Dit alles leidde ertoe dat de gabbercul-

tuur in versterkte mate is gepopulariseerd en gecommmercialiseerd. In de pers lees je dat af aan termen als 'housebedrijf', 'industrie', 'miljoenenmarkt', 'concept' of 'exportproduct'. Of technischer: 'scenemarketing', 'merchandising', 'kapitaalintensieve logistiek', het 'creëren van het image', 'netto-winstmarge' en 'marktpotentie' - begrippen die de lezer eerder de grondslagen van de marketing dan kennis over de gabbercultuur bijbrengen.

Een undergroundgabber heeft het in het *hardcore* gerichte magazine *Stroke* dan ook over „de grootste zelfmoordactie aller tijden... gabbers laten zich publiekelijk voor lul zetten, durven zich niet meer kaal te laten scheren en de gabberplaatjes die vandaag de dag uitkomen worden gekocht door de nieuwe generatie gabbers. Leeftijd van 0 tot 13.” Als *hardcore*-freak ziet hij toe op een langzame overkill-dood van gabber en vraagt zich af „Wanneer komt er een middenposter van 'Penny & haar Gabberzwalberpillu pony?'”

Kortom, in de ogen van de trendsetters host een nieuwe generatie als olifanten in een porseleinkast het feestgedruis in - recht in de armen van de cultuurindustrie, in de val gelokt door 'een pianootje en een paar tietes'. Het zijn de wannabe's die van de verburgerlijking van gabber een onomkeerbaar proces maken. Natuurlijk ontgaat dit de media niet, die eerder beschreven morele verontrusting steeds meer gaan relativiseren en de publieke opinie naar de hand zetten van de lieve, sociale, burgerlijke kaalkopjes.

Het is deze tragiek die gabbers verbindt met jeugdculturen in het verleden. In de wisselwerking tussen media, commercie en jongeren wordt de creativiteit en het subversieve van een oorspronkelijke groep subcultuurders steeds weer de kop in gedrukt door bemoeienis van buitenaf. Het begrip dat daarna met pijn en moeite wordt gekweekt, leidt er echter onvermijdelijk toe dat de jeugd de pest zal krijgen aan haar eigen cultuur. Het ging bij de nozems, teds, mods, punks of rockers net zo. *To be or to wannabe, that is the question.*