

FOK DE MACHT

Nederlandse popcultuur als karaoke-americanisme

Sinds 9/11 en de moorden op Pim Fortuyn en Theo van Gogh lijkt het politieke debat in Nederland volledig gericht te zijn op hoe de nationale identiteit bedreigd wordt door moslimfundamentalisme en het vermeende mislukken van het etnisch integratiebeleid. De angst dat de nationale identiteit ondermijnd zou kunnen worden door het cultureel imperialisme van amerikanisering is geheel van de politieke agenda verdwenen. Dit is niet alleen zichtbaar in het 'serieuze' publieke debat, maar ook in de popcultuur. De commerciële rapnummers van Raymzter, Ali B, Lange Frans & Baas B en Salah Edin laten zien hoe pop en politiek vermengd zijn, en zijn bovenal goede voorbeelden van amerikanisering als een vorm van actieve culturele toe-eigening.

'Wat ik zeg klinkt misschien eenvoudig, maar ze kijken me aan alsof ik vloog in de Twin Towers,' rapt Raymzter op de hitsingle 'Kutmarokkanen??!' (2002). Geïnspireerd door een onbedachtzame uitspraak van de Amsterdamse wethouder Rob Oudkerk bekritiseert de rapper de manier waarop Marokkaans-Nederlandse jongeren in de media als crimineel worden afgeschilderd en hoe zij in hun dagelijks leven worden geconfronteerd met discriminatie.¹ Dat het een Nederlands rapnummer over culturele uitsluiting lukt om succes te hebben binnen de mainstream popcultuur past bij het hiphopgenre. 'Kutmarokkanen??!' kan gezien worden als een culturele toe-eigening van Afrikaans-Amerikaanse hiphop, een muziekgenre dat zich in een paradoxale positie bevindt. Aan de ene kant geeft hiphop een rebelse stem aan een sociaaleconomisch gemarginaliseerde groep binnen de Amerikaanse samenleving, terwijl het genre aan de andere kant tot een van de meest dominante en winstgevende genres van de Amerikaanse commerciële popcultuur is uitgegroeid (Rose 1994; Tate 2003). Op die manier is hiphop tegelijkertijd rebels en mainstream, een genre dat zowel een positie van uitsluiting als insluiting vertegenwoordigt. Op mondiaal niveau is hiphop bovendien een uitgesproken voorbeeld van amerikanisering die een audiovisuele taal verschaft aan jeugdsbiculturen om aan hun eigen rebellie uiting te geven in een commer-

cieel aantrekkelijke vorm, net zoals rock 'n' roll dat was in de jaren vijftig (Kroes 1996: 36-37; Mitchell 2001).

In mijn boek *Fabricating the Absolute Fake* presenter ik verschillende case-studies van hedendaagse Nederlandse popcultuur die zich de genreconventies en audiovisuele taal van de Amerikaanse popcultuur toe-eigenen, inclusief speelfilms, sterren en mediapersoonlijkheden, televisieprogramma's en popmuziek (Kooijman 2008). In dit artikel beperk ik mij tot commerciële Nederlandse rap. Naast de bovengenoemde Raymzter kunnen Ali B, Lange Frans & Baas B en Salah Edin gezien worden als voorbeelden van amerikanisering, die bovendien (expliciet of impliciet) commentaar geven op de Nederlandse samenleving na 9/11 en de moorden op Pim Fortuyn en Theo van Gogh. Hoewel de focus van het politieke debat sinds deze gebeurtenissen gericht lijkt op de angst voor moslimfundamentalisme en het vermeende falen van het etnisch integratiebeleid gaat de discussie uiteindelijk niet over de islam, maar over Nederland en zijn nationale identiteit (Van der Veer 2006). Deze discussie vindt in veel domeinen plaats, zowel in de politiek als in de literatuur, de kunsten, de wetenschap en de popcultuur. Ik richt mij specifiek op (een fragment) van de popcultuur, aangezien hier noties van nationale identiteit vaak worden becommentarieerd via de toe-eigening van Amerikaanse audiovisuele genreconventies, inclusief de vraag wie tot 'ons' en wie tot 'hen' behoort binnen de nationale maar multiculturele gemeenschap.

De rappers en hun nummer zijn geselecteerd op drie criteria: 1. zij behoren allen tot commerciële mainstream hiphop, dus tot de 'algemene' Nederlandse popcultuur in plaats van een specifieke underground subcultuur; 2. zij laten zich allen, direct of indirect, inspireren door Afrikaans-Amerikaanse hiphop; en 3. zij geven allen in hun nummers commentaar op de Nederlandse samenleving in het post-9/11-tijdperk. De culturele toe-eigening van het Amerikaanse origineel bespreek ik aan de hand van het concept hyperrealiteit, zowel in de definitie van Umberto Eco (1986) als in die van Jean Baudrillard (1988). Hieraan voeg ik twee concepten toe: 'de Amerikaan die ik nooit geweest ben' (Keulemans 2004) en karaoke-americanisme (Elsaesser 2005). Eerst zal ik het hiphopimago van Ali B benaderen als de Afrikaans-Amerikaanse rapper die hij nooit geweest is; vervolgens zal ik Lange Frans & Baas B en Salah Edin bespreken als performers van karaoke-americanisme, waarbij zij zich Afrikaans-Amerikaanse hiphop toe-eigenen en zo het Amerikaanse origineel naar een specifiek Nederlandse politieke context vertalen.

Amerikanen die we nooit geweest zijn

Zoals de befaamde kop 'nous sommes tous Américains' van de Franse krant *Le Monde* aangaf, waren 'wij' na de terroristische aanslagen van 11 september 2001 even allen Amerikanen. Op politiek niveau hield deze trans-Atlantische

solidariteit echter niet lang stand, onder andere door de unilaterale houding van de Verenigde Staten in de *War on Terror* en de daarop volgende oorlog in Irak, die leidde tot een hernieuwd anti-amerikanisme. Zoals Rob Kroes aangeeft in dit nummer is zulk anti-amerikanisme niet nieuw, maar past het binnen twee lange Europese tradities. Aan de ene kant is er een Europees anti-amerikanisme dat het oppervlakkige karakter van de Amerikaanse popcultuur verafschuwt, maar wel het idealisme en optimisme van de Amerikaanse politiek waardeert. Aan de andere kant is er een Europees anti-amerikanisme dat de Amerikaanse buitenlandse politiek afwijst als imperialistisch, maar tegelijkertijd de Amerikaanse popcultuur adoreert. Politiek gezien zijn Europeanen niet altijd meer Amerikaans, maar op cultureel gebied blijven wij, om een term van Chris Keulemans te gebruiken, 'Amerikanen die wij nooit geweest zijn'. We leven in een cultuur die doordrongen is van Amerikaanse popcultuur. Als Europeanen zijn we opgegroeid met Walt Disney, Hollywood, Coca-Cola en Amerikaanse televisieprogramma's, en we herkennen deze culturele objecten tegelijkertijd als 'Amerikaans' en als onderdeel van de cultuur waarin wij ons dagelijks begeven.

Hier is het belangrijk om een onderscheid te maken tussen de natiestaat Amerika (de vs) en een denkbeeldig 'Amerika', een Amerika tussen aanhangstekens dat de geografische grenzen van de vs overstijgt en dat we kennen door de beelden van Hollywood, Las Vegas, MTV en televisiecommercials. Dat 'Amerika' is niet langer meer een buitenlandse invloed, maar een intrinsiek onderdeel van de eigen popcultuur zoals deze dagelijks wordt beleefd. Dit wordt mooi geïllustreerd door het multimedialproject 'De Amerikaan die ik nooit geweest ben' van Chris Keulemans.² Hij laat zien hoe de Amerikaanse popcultuur – en dan met name film (*West Side Story*, *Taxi Driver*), popmuziek (James Brown, Bruce Springsteen, USA for Africa) en popculturele iconen (Batman en Robin, Muhammad Ali) – zijn leven heeft gevormd en zijn herinneringen heeft gekleurd. Zoals Keulemans schrijft: 'Ik ben opgegroeid met het stereotiepe, onbevanging, blijmoedige en heldhaftige beeld dat Amerika tot 1968 nog straffeloos van zichzelf kon exporteren. Daarna heb ik, net als mijn hele generatie, de schaduwkanten van Amerika leren kennen: van Irangate tot de Golfoorlog, van de permanente segregatie tot de alomtegenwoordige commercie. Toch ben ik dat jongetjesparadijs nooit helemaal kwijtgeraakt' (www.deamerikaan.nl). Wat Keulemans hier zichtbaar maakt, is dat ondanks een meer negatief politieke kritiek op de natiestaat vs een positieve persoonlijke investering in het denkbeeldige Amerika en zijn popcultuur kan blijven bestaan.

Hoewel Keulemans 'de Amerikaan die ik nooit geweest ben' gebruikt om zijn eigen persoonlijke ervaring te verbeelden, kan het concept ook algemeen worden toegepast om te zien hoe Nederlanders opgegroeid zijn met Amerikaanse popcultuur en zo 'Amerika' hebben opgenomen in hun dagelijkse leven, geschiedenis en herinneringen. Vooral sinds de Tweede Wereldoorlog

hebben Europeanen hun eigen denkbeeldige Amerika kunnen construeren, gebaseerd op de beelden uit de Amerikaanse popcultuur die worden verspreid via Hollywood films, televisieprogramma's, muziekvideo's, stripverhalen en advertenties (Fluck 2006; Kroes 1996; Pells 1997). Zo zijn we allen Amerikanen die we nooit geweest zijn, aangezien we Amerikaanse popcultuur zowel als 'buitenlands' en als 'lokaal' kunnen ervaren. De grens tussen wat Amerikaans en wat lokaal is, is daarbij moeilijk te bepalen.

Om grip te krijgen op dit ambigue onderscheid tussen Amerikaanse en Nederlandse popcultuur moeten we voorbij gaan aan de rigide tegenstellingen die traditioneel de scheiding tussen de vs en Europa markeren, zoals Amerikaanse oppervlakkigheid versus Europese diepgang, Amerikaanse kunstmatigheid versus Europese authenticiteit, Amerikaans populisme versus Europees intellectualisme en Amerikaans gebrek aan geschiedenis versus Europees historisch besef. In zijn boek *European Cinema* bespreekt filmwetenschapper Thomas Elsaesser een soortgelijk onderscheid tussen Europese nationale cinema en Hollywood, dat gebaseerd is op een sterk contrast tussen Europese gesubsidieerde highbrow auteurcinema aan de ene kant, en Amerikaanse commerciële lowbrow Hollywood-*blockbuster*-cinema aan de andere. Deze ogenschijnlijke tegenstelling is geen contradictie, maar juist een wederzijds voordelig systeem dat de beide cinema's in staat stelt om zich in tegenstelling tot de andere te definiëren en daarbij hun cultureel-economische positie binnen de mondiale filmmarkt te versterken (Elsaesser 2005).

De traditionele tegenstellingen tussen Europa en de vs worden ook ondermijnd door 'Amerikaanse' popcultuur die in Europa wordt geproduceerd. Europese critici bestempelen de Amerikaanse popcultuur regelmatig als leeg, oppervlakkig en kunstmatig. Zo passen zowel Umberto Eco als Jean Baudrillard, die zich beiden lieten inspireren door een daadwerkelijke reis door de vs, het concept hyperrealiteit toe om de Amerikaanse cultuur te duiden. Zij gebruiken hierbij wel verschillende definities. Eco ziet de Amerikaanse hyperrealiteit als een cultuur die bestaat uit kunstmatige kopieën van authentieke originelen. Volgens Baudrillard daarentegen is Amerika een ultiem simulacrum, geen kopie van een origineel, maar een lange reeks van kopieën die slechts nog naar elkaar verwijzen. De vraag of deze twee Europese filosofen terecht Amerika als een hyperrealiteit duiden, is minder relevant dan de mogelijkheid die hyperrealiteit biedt om popcultuur als 'kopie' te bestuderen.

Umberto Eco stelt dat de Amerikaanse verbeelding *the real thing* verlangt en dat dit alleen kan worden bereikt door de *absolute fake* te produceren (Eco 1986: 7-8). Die *absolute fake* is niet zomaar een imitatie, maar een hyperbool van het origineel, zó nep dat het echter lijkt dan echt. Hoewel Eco alleen spreekt over popcultuur in de vs kan zijn concept ook toegepast worden op Europese popcultuur die de Amerikaanse als voorbeeld neemt. Juist Europese popculturele producten, zoals commerciële speelfilms en popmuziek,

worden vaak afgedaan als slechte imitaties van het Amerikaanse real thing. Zo stelt Mir Wermuth in haar onderzoek naar de Nederlandse hiphopcultuur dat, aangezien 'originele' hiphop ontstaan is in een 'typisch lokale Amerikaanse context', in het geval van Nederlandse hiphop 'er alleen maar sprake [kan] zijn van imitatie, inauthenticiteit en dus onechtheid' (Wermuth 2002: 76). Het is een curieuze omdraaiing. De Amerikaanse popcultuur blijft de belichaming van kunstmatigheid, maar in vergelijking met Europese popculturen wordt zij opeens het authentieke origineel. Ik gebruik de term 'hyper-Amerikaans' om de *absolute fake* in Nederlandse popcultuur te duiden. Om Eco te parafraseren: de Nederlandse verbeelding verlangt *the real thing* en om dat te bereiken wordt een *absolute fake* geproduceerd die zo 'Amerikaans' is dat Nederlanders hem kunnen herkennen als 'echt Amerikaans', zelfs als Amerikanen dat niet (meer) zouden doen.

Jean Baudrillard noemt Amerika het origineel van moderniteit. In zijn ogen leven wij in Europa in de ondertitelde of nagesynchroniseerde versie daarvan. Het gebruik van ondertiteling en nasynchronisatie als metafoer is treffend, juist omdat het de audiovisuele media zijn – film, televisie, internet – die de imitatie van 'Amerika' zo expliciet verbeelden. Het is deze imitatie die ik 'hyper-Amerikaans' noem, welke ook geduid kan worden als een vertoog van karaoke-amerikanisme, een concept dat geïntroduceerd is door Thomas Elsaesser. Hoewel de term wellicht denigrerend lijkt, is deze zeer bruikbaar om de *absolute fake* te benaderen als een *performance* die gebaseerd is op clichéconventies, maar toch uitnodigt tot creatieve participatie (karaoke omvat zowel eenduidige imitatie als speelse parodie) – een nadruk op actieve culturele toe-eigening die Baudrillards metafoer van ondertiteling en nasynchronisatie ontbeert. Karaoke-amerikanisme kan zo fungeren als een middel om Europese culturele identiteiten vorm te blijven geven, waarbij de Amerikaanse audiovisuele taal weliswaar wordt toegeëigend, maar dat niet per definitie hoeft te leiden tot een kopie van Amerika.

Bovendien biedt het karaoke-amerikanisme perspectief een welkom alternatief in het debat over de vermeende amerikanisering van Europese culturen. Traditioneel wordt amerikanisering vanuit twee ogenschijnlijk tegenstrijdige perspectieven benaderd. Aan de ene kant wordt amerikanisering gelijkgesteld aan Amerikaans cultureel imperialisme, waarbij Europeanen gereduceerd worden tot passieve slachtoffers van een zich mondiaal verspreidende Amerikaanse massacultuur die inheemse en nationale culturen bedreigt. Aan de andere kant wordt amerikanisering gezien als een actieve vorm van culturele bevrijding en vernieuwing. In de twintigste eeuw hebben met name jongerensubculturen Amerikaanse popcultuur (van jazz en rock 'n' roll tot Hollywood en hiphop) gebruikt om zich af te zetten tegen de heersende cultuur van eerdere generaties. Beide perspectieven impliceren echter dat we steeds meer Amerikaans worden, ongeacht of dit een negatieve of positieve ontwikkeling is. Door Nederlandse popcultuur als karaoke-amerikanisme te

benaderen, wordt de vraag of wij al dan niet succesvolle imitaties van het Amerikaanse origineel zijn irrelevant. In plaats daarvan verschuift de vraag naar hoe Amerikaanse popcultuur – de genreconventies en audiovisuele taal – wordt toegeëigend op nationaal en lokaal niveau en welke betekenissen daar vervolgens aan kunnen worden gegeven.

Ali B als Amerikaan die hij nooit geweest is

‘President domme kutmongool / luister goed een kind moet naar school / door een opstand bereik ik mijn goal / ik met een mike jij met een pistool / poem pauw schiet me maar neer / in je nachtmerries zie je me weer / ik laat je niet met rust / ... motherfucker’ rapt Ali B in het nummer ‘Fok De Macht’ (2005) dat hij samen met het Nederlandse rapduo The Opposites heeft opgenomen. Zoals de titel al aangeeft, is het nummer geïnspireerd op bekende Afrikaans-Amerikaanse rapnummers zoals nwa’s ‘Fuck Tha Police’ (1988) en Public Enemy’s ‘Fight The Power’ (1989). Op deze wijze eigent Ali B zich niet alleen de retoriek en de audiovisuele taal van de Afrikaans-Amerikaanse rap toe, maar ook de provocatieve boodschap van rebelleren tegen de autoriteiten en het protesteren tegen racisme, politiegeweld en armoede. Maar anders dan zijn Amerikaanse voorbeelden rapt Ali B in dit nummer niet over de sociaaleconomische situatie in zijn eigen land. ‘Fok De Macht’ is gemaakt als onderdeel van de documentaireserie *Rap Around The World*, geproduceerd door de Nederlandse muzikzender mtv. In het nummer protesteert Ali B tegen het gebruik van kinderarbeid in Ecuador. Sterker nog, het nummer is onderdeel van een bewustzijns campagne van het goede doel Plan Nederland, een organisatie die vroeger bekend was als Foster Parents Plan. Dus hier gebruikt de Marokkaans-Nederlandse Ali B de rebelse retoriek van de Afrikaans-Amerikaanse hiphop om het beleid in een Zuid-Amerikaans land te bekritisieren, en dat in opdracht van een Nederlands goed doel.

Sinds zijn eerste hitsingle in 2004 is Ali B de populairste en commercieel meest succesvolle hiphopartiest van Nederland. Hij is niet alleen succesvol in de hitparade, maar is ook ambassadeur van meerdere goede doelen, treedt op in televisiecommercials en is de eerste Nederlandse rapper met een eigen wassen beeld in het Amsterdamse Madame Tussaudmuseum. Hoewel hij voluit Ali Bouali heet, gebruikt Ali B alleen het initiaal van zijn achternaam als – zoals wordt aangegeven op zijn website – ‘een verwijzing naar de manier waarop criminele Marokkanen in de pers worden aangegeven’ (www.alib.nl). Op deze wijze verandert Ali B de negatieve connotatie, aangezien ‘Ali B’ nu niet langer meer alleen verwijst naar de negatieve representatie van jonge Marokkaanse jongens als criminelen of zelfs potentiële terroristen, maar ook naar de positieve representatie van een succesvolle rapper. Toch blijft de associatie met criminaliteit aanwezig, waarmee ‘Ali B’ authenticiteit

en *street credibility* impliceert, ook een onderdeel van het imago dat hij neerzette met zijn ogenschijnlijke autobiografische *Ali B vertelt het leven van de straat*, het album en de theatershow waarmee hij in 2004 doorbrak. Duidelijk geïnspireerd door Afrikaans-Amerikaanse *gangsta*-rappers zoals 50 Cent meet Ali B zich een stoer *streetwise* kwajongenspersonage aan, oftewel een 'thugmarokkaan' zoals hij zichzelf noemt. Dit straatimago wordt versterkt door Ali B's albumcovers, muziekvideo's en promotiemateriaal, waarop hij wordt afgebeeld in een mistroostig stedelijk landschap dat meer associaties oproept met de getto's die we kennen uit Afrikaans-Amerikaanse *hood*-films en hiphopvideo's dan met Ali B's woonplaats Almere. In zowel zijn raps als in interviews vertelt Ali B 'het leven van de straat', dat overeenkomsten vertoont met het Amerikaanse gettoleven, maar dan in een lokale versie. Zo wordt de conventionele verwijzing naar het dealen in harddrugs vervangen door het bezorgen van pizza's. Naast zijn zelfpresentatie als stoere thugmarokkaan rapt Ali B over de manier waarop Marokkaans-Nederlandse jongeren stelselmatig door discotheken worden geweigerd en over hoe zijn succes als rapper hem opeens interessant heeft gemaakt voor witte meisjes die hem eerder als mogelijk crimineel links lieten liggen. Op deze wijze vertaalt Ali B het beeld van de Afrikaans-Amerikaanse hiphopgangsta in een specifiek lokale context en gebruikt hij de rebelse retoriek om uiting te geven aan zijn woede over structurele discriminatie in de Nederlandse samenleving.

Ali B's identiteit als Amerikaan die hij nooit geweest is komt duidelijk naar voren in het rapnummer 'Ghetto' dat hij en zijn neef Yes-R opnamen met de Amerikaanse rapper Akon. In het oorspronkelijke nummer rapt Akon over het moeilijke leven in Amerikaanse achterstandsgebieden, waarbij in de muziekvideo verband wordt gelegd tussen een zwarte binnenstad in New Jersey, een *white trash*-trailerpark in New Mexico en het Navajo Nation indianen-reservaat in Arizona. In de Nederlandse versie (die slechts op de Nederlandse markt verkrijgbaar is, maar ironisch genoeg *the international remix* wordt genoemd) worden er beelden van Amsterdam Zuid-Oost aan de muziekvideo toegevoegd. Dat de vergelijking niet geheel opgaat, wordt door Ali B expliciet gerapt: 'Kijk, ik wil niet zeggen dat de Bijlmer als New York is / maar heel veel van die mensen die doen net of het een dorp is / waar nooit wat gebeurt terwijl de flats zijn bezet door de junks aan de crack / je houdt jezelf voor de gek.' Maar door Akons 'Ghetto' naar Nederland te vertalen, suggereert Ali B dat er internationale solidariteit bestaat tussen de verschillende etnische minderheidsgroepen (de Tata's, Toerkoe's, Mokro's, Anti's, Maluku's en Joego's) in de Nederlandse achterstandswijken. Het gettoleven zoals gerepresenteerd in de Amerikaanse popcultuur, dus meer een onderdeel van 'Amerika' dan van de vs, vormt hiervoor de basis.

Dat Ali B als populaire rapper gezien wordt als een voorbeeld van succesvolle etnische integratie blijkt onder meer uit het speciale *Dutch Dream* themanummer van *LINDA*. (februari 2005), het glossytijdschrift van media-

persoonlijkheid Linda de Mol. Samen met andere ‘succesvolle allochtone BN-ers’ en Linda zelf staat Ali B trots op de cover en wordt hij in het tijdschrift geïnterviewd over zijn succes en zijn functie als rolmodel voor andere Nederlands-Marokkaanse jongeren. Het interview benadrukt het belang van hard werken, individueel talent en een sterk geloof in eigen lotsbestemming, terwijl sociaal-politieke thema’s als structurele discriminatie en de recente politieke ontwikkelingen niet aan bod komen. Deze nadruk op het economische en sociaal-culturele succes van individuen, belichaamd door een beroemde mediapersoonlijkheid, past binnen de retoriek van de Amerikaanse droom, een connectie die expliciet wordt gemaakt door de Engelstalige titel *Dutch Dream*.

Wel blijkt het lastig voor Ali B om het beeld van de populaire rapper die zijn Dutch Dream heeft waargemaakt te combineren met een geloofwaardig hiphopimago van stoere thugmarokkaan. Vooral zijn samenwerking met Marco Borsato – met wie hij de hitsingle ‘Wat Zou Je Doen’ opnam voor War Child – en zijn openbare *hug* met koningin Beatrix hebben ertoe geleid dat de media Ali B tot ‘knuffelallochtoon’ van het witte establishment hebben bestempeld (Van de Griend en Niemantsverdriet 2005). In de populaire media wordt zulke kritiek uitgelegd als een spanningsveld tussen de identiteit van authentieke rapper en *sell out*, waarbij gesuggereerd wordt dat commercieel succes de authenticiteit van hiphop ondermijnt. Maar er zijn ook andere verklaringen mogelijk, namelijk dat het in de Nederlandse context lastig is om het imago van de thugmarokkaanse rapper te combineren met commercieel en maatschappelijk succes, iets wat in de Amerikaanse situatie significant anders is. Ali B’s Amerikaanse rolmodellen zoals rapper 50 Cent kunnen namelijk wel het imago van de *ghetto gangsta* combineren met de belichaming van de *rags-to-riches*-mythe van de Amerikaanse droom, zoals duidelijk wordt met de film *Get Rich or Die Tryin’* (Jim Sheridan 2005) waarin 50 Cent ‘zichzelf’ speelt als een drugsdealer in het Amerikaanse getto die een succesvolle hiphopster wordt. Om geaccepteerd te worden als een succesvolle rapper moet Ali B daarentegen juist afstand doen van zijn criminele thugmarokkaanpersonage, aangezien dat imago verbonden blijft met de negatieve mediarepresentatie van Marokkaans-Nederlandse jongeren als potentiële criminelen. Ali B moet zijn personage decriminaliseren door het zachtere imago van een *huggable* popster neer te zetten om letterlijk omhelsd te kunnen worden door het Nederlandse establishment – van Linda de Mol tot koningin Beatrix – als een overtuigend Dutch Dream-succesverhaal.

‘Het Land Van...’ Lange Frans & Baas B en Salah Edin

Terwijl Ali B zich de rebelse retoriek van de Afrikaans-Amerikaanse hiphop toe-eigent om de structurele discriminatie in de Nederlandse samenleving te

bekritisieren, gebruikt het witte rapduo Lange Frans & Baas B hiphop om ‘zinloos geweld’ in het algemeen aan te klagen. Hun hitsingle ‘Zinloos’ (2004) is een ode aan vier mensen die vermoord werden zonder duidelijke reden en zodoende symbool werden van zinloos geweld. Onmiddellijk na de dood van Theo van Gogh, terwijl ‘Zinloos’ nog hoog in de hitparade staat, voegen Lange Frans & Baas B een refrein toe waarin zij een ode brengen aan hun *homie* Theo. Een jaar later brengen zij de hitsingle ‘Het Land Van...’ uit, een ambigue loflied op Nederland als het land van Pim Fortuyn en Volkert van de G. (de veroordeelde moordenaar van Fortuyn) en Theo van Gogh en Mohammed B. (de veroordeelde moordenaar van Van Gogh). Het Nederland van Lange Frans & Baas B is een land dat in onzekerheid verkeert: ‘Kom uit het land met de meeste culturen per vierkante meter / maar men is bang om bij de burens te gaan eten / en integratie is een schitterend woord / maar shit is fucking bitter wanneer niemand het hoort.’ Nederland wordt bezongen als een land dat onkritisch achter ‘ome Bush’ aanloopt in zijn War on Terror, maar ook als een land dat voor vrijheid staat en waar ‘wanneer Oranje speelt iedereen erbij hoort’.

Door hun gebruik van hiphop voor commentaar op de Nederlandse samenleving zijn Lange Frans & Baas B vergelijkbaar met Raymzter en Ali B, aangezien ook zij Afrikaans-Amerikaanse hiphop vertalen naar een lokale context. Maar door juist het nationale karakter naar voren te halen, nodigen zij een ambigue interpretatie uit. Aan de ene kant wordt de Nederlandse natiestaat gepresenteerd als een multiculturele samenleving die plaats biedt aan mensen met verschillende etnische en culturele achtergronden. Maar aan de andere kant kan het nummer ook geïnterpreteerd worden als een boodschap dat Lange Frans & Baas B Nederland nog steeds als hun ‘thuis’ beschouwen, ondanks het multiculturele karakter. Hier speelt etniciteit een significante rol. Aangezien Lange Frans & Baas B wit zijn, is hun Nederlandsheid onbetwist en zodoende wordt hun uiting van een nationale identiteit in verwarring – maar desalniettemin optimistisch – ogenschijnlijk representatief voor de collectieve Nederlandse gemoedstoestand. Dit perspectief wordt herbevestigd door de muziekvideo. Hierin zien we Lange Frans & Baas B, gekleed in designmaatpakken in plaats van conventionele hiphopkleding, ‘Het Land Van...’ live uitvoeren tijdens de Amsterdam Uitmarkt voor een groot publiek. Shots van hun optreden worden afgewisseld met shots van het publiek, inclusief close-ups van individuele aanwezigen die aandachtig naar het nummer luisteren. Aan het einde worden de twee rappers instemmend toegejuicht. Op een paar uitzonderingen na, zoals de close-up van een jonge zwarte vrouw laat zien, zijn bijna alle aanwezigen in het publiek wit, waardoor de witheid van de traditionele Nederlandse identiteit wordt benadrukt. Bovendien hoeven Lange Frans & Baas B, anders dan ‘allochtone’ rappers, zich niet voor hun etniciteit te verantwoorden, aangezien hun Nederlandsheid voor lief wordt aangenomen. We kunnen ons slechts afvragen of ‘Het

Land Van...’ als het nummer door een Marokkaans-Nederlandse rapper was uitgevoerd eenzelfde positieve ontvangst had gekregen, inclusief de hoogste positie in de hitparade.

‘Het Land Van...’ krijgt een provocerend antwoord met een ander nummer dat ‘Het Land Van...’ heet, dit keer gerapt door de Marokkaans-Nederlandse hiphopartiest Salah Edin (2007). Het nummer kan gezien worden als een tegengeluid dat een veel negatiever beeld geeft van de Nederlandse samenleving. In het nummer hekelt Edin Nederland als een kapitalistisch en materialistisch land met verborgen racisme: ‘Het land waar ik geboren ben ... / het land dat mij bestempelt als de kutmarokkaan.’ Bovendien samplet het nummer geluidsfragmenten van onder anderen Pim Fortuyn en Theo van Gogh die de vrijheid van meningsuiting verdedigen, wat hier – in de context van dit specifieke nummer – suggereert dat het juist deze vrijheid van meningsuiting is die heeft geresulteerd in een groeiende haat ten opzichte van Nederlandse moslims. De muziekvideo laat een conventioneel wit Nederlands gezin zien waarvan de huiskamer wordt gefiltreerd door mediabeelden van moslimterrorisme. Tegelijkertijd transformeert Salah Edin uiterlijk langzaamaan van een doorsnee hiphopper in een moslimextremist en uiteindelijk is hij gekleed in een oranje overall, zoals die worden gedragen door de gevangenen van Guantánamo Bay. De oranje overall duidt zowel op de mondiale als op de lokale politieke situatie, aangezien het beeld van de moslimterrorist gekoppeld is aan de internationale politiek van de Amerikaanse natiestaat, terwijl het oranje ook verwijst naar het Nederlandse oranjevoel.

Hoewel het nummer – en ook Salah Edins album *Nederlands grootste nachtmerrie* (2007) waarvan ‘Het Land Van...’ afkomstig is – expliciet commentaar geeft op de Nederlandse samenleving kan het wel gezien worden als een culturele toe-eigening van Afrikaans-Amerikaanse popcultuur. Het promotiemateriaal van de single en het album benadrukken de rol van de Afrikaans-Amerikaanse producer Focus, een protégé van de beroemde gangsta-rap-producer Dr. Dre. Op deze wijze verkrijgt Salah Edin authenticiteit als een ‘echte’ gangsta-rapper. In plaats van diens stereotiepe imago neemt Edin echter het personage van de moslimterrorist aan. De foto op de albumhoes is een imitatie van de wijdverspreide foto van Mohammed B., de veroordeelde moordenaar van Theo van Gogh.³ Hoewel de foto duidelijk bedoeld is om te provoceren wordt dat in promotie-interviews ontkend door Edin die met de foto wil benadrukken dat de Nederlandse media Marokkaans-Nederlandse jongens vaak als potentiële terroristen afbeelden. Maar als hiphoppersonage functioneert Edins Mohammed B. niet veel anders dan de gangsta-personages van Afrikaans-Amerikaanse rappers zoals 50 Cent, zowel als een commercieel teken van street credibility en hiphopauthenticiteit als een provocatief politiek statement.

Samen genomen laten de rapnummers van Lange Frans & Baas B en Salah Edin – en ook de nummers van Raymzter en Ali B – zien hoe de genreconven-

ties en audiovisuele taal van Afrikaans-Amerikaanse hiphop vertaald en toegeëigend kunnen worden binnen een specifiek Nederlandse context. Daarbij worden niet alleen perspectieven gegeven op de Nederlandse samenleving, maar ook op de ervaring van structureel racisme en de negatieve beeldvorming van Marokkaans-Nederlandse jeugd in de media. Maar de nummers presenteren wel heel verschillende boodschappen. De twee versies van 'Het Land Van...' kunnen gezien worden als de twee tegenovergestelde kanten van het onderscheid tussen 'ons' versus 'hen', waarbij het Nederlandse 'ons'-perspectief wordt gerepresenteerd door Lange Frans & Baas B en het Marokkaanse 'hen'-perspectief door Salah Edin. Het is dan ook niet verbazingwekkend dat de eerste een nummer-1-hit werd terwijl de tweede oorspronkelijk verbannen werd van de Nederlandse muziektzenders MTV en TMF. Bovendien wordt het onderscheid herbevestigd doordat Lange Frans & Baas B zich expliciet identificeren met hun 'homie' Theo van Gogh en Salah Edin met Van Goghs moordenaar Mohammed B. Met zijn single 'Kutmarokkanen??!' daarentegen ondermijnt Raymzter de rigide breuk tussen 'ons' en 'hen', aangezien hij niet alleen protesteert tegen de barrières die Marokkaans-Nederlandse rappers weerhouden van commercieel succes, maar ook deze barrières slecht door zelf succesvol te zijn. Hoewel al deze nummers op verschillende manieren lijnen trekken tussen 'ons' en 'hen', zijn zij opvallend gelijk in de manier waarop de genreconventies en audiovisuele taal van de Afrikaans-Amerikaanse hiphopcultuur worden toegeëigend. Ze mogen dan wel elk een ander verhaal te vertellen hebben, Lange Frans & Baas B en Salah Edin, en ook Raymzter en Ali B, delen dezelfde taal van de Amerikaanse popcultuur.

Tot slot: Kamervragen

In februari 2008 brachten Lange Frans & Baas B hun single 'Kamervragen' uit, waarop zij mogelijke complotten achter de dood van Pim Fortuyn, de vuurwerkramp in Enschede en de bouwfraude aan de kaak stellen; en ook de Nederlandse regering bekritisieren voor het klakkeloos steunen van de vs in de Irakoorlog: 'Shit, ik heb geen zin meer om me bek te houden / want we worden met z'n allen voor de gek gehouden.' De single werd letterlijk een Kamervraag toen Tofik Dibi, Tweede-Kamerlid voor GroenLinks (en student media & cultuur), minister-president Jan Peter Balkende vroeg om op de single te reageren – wat deze uiteindelijk weigerde te doen. Naast een populaire uiting van politieke kritiek is de single echter ook een promotie van het televisieprogramma *Lange Frans stelt Kamervragen*, een 'maatschappelijk betrokken programma, waarin burgerinitiatieven centraal staan' dat wordt gepresenteerd door Lange Frans voor de commerciële omroep Veronica. Traditioneel wordt er een hard onderscheid gemaakt tussen het commerciële vermaak van de popcultuur aan de ene kant en het serieuze vertoog van de politiek aan

de andere. Maar net als de andere besproken voorbeelden van Nederlandse commerciële hiphop laat 'Kamervragen' zien dat deze twee domeinen met elkaar verstrengeld kunnen zijn.

Als 'Amerikanen die zij nooit geweest zijn' kunnen Raymzter, Ali B, Lange Frans & Baas B en Salah Edin gezien worden als 'absolute fakes' die zich de mondiaal verspreide Afrikaans-Amerikaanse hiphopcultuur toe-eigenen en deze vertalen naar specifieke lokale en nationale situaties. Op deze wijze is de Amerikaanse popcultuur niet alleen een vorm van Amerikaans cultureel imperialisme of slechts een bron van vernieuwing voor jongerensubculturen. De beeldtaal en genreconventies van de Amerikaanse popcultuur zijn een onderdeel geworden van 'onze eigen' popcultuur en dragen zo bij aan discussies over noties als het behoren tot een culturele identiteit, inclusief een nationale Nederlandse identiteit. Ondertiteld of nagesynchroniseerd, karaoke-amerikanisme maakt het voor deze rappers mogelijk om hun eigen culturele identiteit vorm te geven. Dit wil niet zeggen dat we onkritisch moeten zijn ten opzichte van de culturele dominantie van de vs; wel kunnen we het potentieel herkennen van 'Amerika' als een gedeelde taal in een mogelijke dialoog tussen verschillende culturele identiteiten, en tussen popcultuur en politiek.

Dit artikel is gebaseerd op Jaap Kooijman (2008) *Fabricating the Absolute Fake: America in Contemporary Pop Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press. Een gedeelte van de tekst verscheen eerder in Jaap Kooijman, Karaoke-amerikanisme, *De Groene Amsterdammer* 131 (12) (23 maart 2007) 25-28.

Noten

1 Tijdens de gemeenteraadverkiezingen van 2002, in reactie op het electorale succes van Pim Fortuyn in Rotterdam, fluisterde de Amsterdamse wethouder Rob Oudkerk tegen burgemeester Job Cohen dat Amsterdam ook last heeft van 'die kutmarokkanen'. Oudkerk was zich niet bewust dat het gesprek werd opgenomen door een televisiecamera en vervolgens werd uitgezonden. Sinds de uitzending en de reacties daarop is deze pejoratieve term gangbaar geworden in de Nederlandse taal en werd deze zelfs in 2005 in de nieuwe editie van het gezaghebbende *Van Dale* woordenboek opgenomen. Ook de digitale 'schatkamer' van het Amsterdamse Gemeentearchief heeft een lemma voor het ontstaan van de term, in de rubriek 'vreemdelingen'. Zie: http://stadsarchief.amsterdam.nl/presentaties/amsterdamse_schatten/vreemdelingen/kutmarokkanen/index.nl.html.

2 Het multimediasproject *De Amerikaan die ik nooit geweest ben* bestaat uit een website (www.deamerikaan.nl), een 'roadmovie in stilstaande beelden' op dvd, een radiodocumentaire en een roman (Keulemans 2004).

3 De imitatie van de Mohammed B.-mugshot door Salah Edin bleek overtuigend. In 10 mei 2007 drukte de gratis krant *De Pers* abusievelijk Edins foto af bij het artikel 'Mohammed B. legt toch eed af'. Ook in de omstreden film *Fitna* (januari 2008) van Geert Wilders werd Edins foto getoond in plaats van de oorspronkelijke foto van Mohammed B.

Literatuur

- Baudrillard, J. (1988) *America*. Londen/New York: Verso.
- Eco, U. (1986) *Travels in Hyperreality: Essays*. San Diego/New York/Londen: Harcourt, Brace & Company.
- Elsaesser, T. (2005) *European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Fluck, W. (2006) California Blue: Americanization as Self-Americanization. In: A. Stephan (red.) *Americanization and Anti-Americanism: The German Encounter with American Culture after 1945*. New York/Oxford: Berghahn Books, pp. 221-237.
- Griend, R. van de en T. Niemantsverdriet (2005) Ali B, fatsoensrapper: De juiste Marokkaan op het juiste moment op de juiste plaats. *Vrij Nederland*, 5 februari, <http://webshop.vn.nl/vn/show/id=47084>.
- Keulemans, C. (2004) *De Amerikaan die ik nooit geweest ben*. Amsterdam: Augustus.
- Kooijman, J. (2008) *Fabricating the Absolute Fake: America in Contemporary Pop Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Kroes, R. (1996) *If You've Seen One, You've Seen the Mall: Europeans and American Mass Culture*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.
- Mitchell, T. (red.) (2001) *Global Noise: Rap and Hip-Hop Outside the USA*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Pells, R. (1997) *Not Like Us: How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture Since World War II*. New York: Basic Books.
- Rose, T. (1994) *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Tate G. (red.) (2003) *Everything But the Burden: What White People Are Taking from Black Culture*. New York: Harlem Moon.
- Veer, P. van der (2006) Pim Fortuyn, Theo van Gogh, and the Politics of Tolerance in the Netherlands. *Public Culture* 18 (1) 111-124.
- Wermuth, M. (2002) *No sell out: De popularisering van een subcultuur*. Amsterdam: Aksant.