

In het riool van New York zitten krokodillen...

In het riool van New York
zitten krokodillen...

Sterke verhalen of
moderne sprookjes?



Je hebt misschien wel gehoord van dat meisje dat haar donzen dekbed naar de fabriek terugbracht, omdat het door de kamer kroop. Het bleek vol met maden te zitten! Akelig, en je kunt je bijna niet voorstellen dat zoiets écht gebeurd is. En dat is het ook niet. Maar toch. En zo zijn er nog heel wat overtuigende stadslegenden en sterke verhalen...

CHRISTINE BUYLE

Mensen zijn dol op verhalen. Altijd al geweest. De massa communiceerde al lang voordat massacommunicatiemiddelen bestonden. De vertelsels gingen van mond tot mond en van vader op zoon. Maar tijden veranderen. Vroeger luisterde men naar verhalen

rond de haard. Nu zijn kranten, tijdschriften, radio en tv haarden van verhalen. Maar wat ze ons voorschotelen, volstaat niet voor ons. We willen ook zélf vertellen. Geen ellenlange verhalen, natuurlijk. Daar hebben we geen tijd voor. Wij hebben het meer begrepen op korte verzinsels, zoals mopjes en sterke verhalen.

Sommige verhalen fascineren je, andere laten je koud. Het ene verhaal wil je zo snel mogelijk voortvertellen. Het andere ben je zo weer vergeten. Soms doen verhalen jarenlang de ronde. Over de witte krokodillen in de riolen van New York, bijvoorbeeld. De beesten zouden gekocht zijn toen ze klein waren, maar zodra ze groter werden, belandden ze via het toilet in de riolering. Ze blijven in leven door aal te vreten. Maar ze zijn wit omdat het stikdonker is in de riolen.

Sterke verhalen beginnen altijd vrij onschuldig, maar slepen je in één ruk mee naar een ijzingwekkende pointe. Een eng verhaal is dat van de babysitter. Een jong paar gaat voor het eerst sinds de geboorte van hun kind samen uit. In de loop van de avond belt de jonge moeder naar huis om te vragen of alles in orde is. "Ja, hoor", antwoordt de babysitter. "Het kindje is al lekker bruin." De moeder

vindt dat een raar antwoord, maar staat er niet bij stil. Ze denkt dat ze het verkeerd begrepen heeft. Wanneer de ouders thuiskomen, ligt de oppas te slapen op de sofa. De baby ligt in de oven. Gegrild.

Wees gerust, deze verhalen zijn vals. Of liever, er is geen enkel bewijs dat ze juist zijn. Maar ze worden wel verteld als waargebeurd. Het zijn dus legenden. Moderne stadslegenden. Ze spelen zich af tegen een decor van snelwegen, ondergrondse parkings, exotische restaurants en liften. Ze worden bevolkt door lifters, moordzuchtige psychopaten, microgolfovans en junkfood.

Sterke verhalen geven lucht aan vage angstgevoelens. In 1977 ontstond in de omgeving van Leeds een huiveringwekkende stadslegende. De streek werd geteisterd door de Yorkshire Ripper. Iedereen giste naar de identiteit van de moordenaar. Er werd toen verteld dat een jonge automobiliste stopte voor een liftende verpleegster. Onderweg kreeg ze argwaan. De verpleegster had namelijk grote, behaarde mannenhanden. Ze bracht haar auto met een schok tot stilstand, beweerde dat ze motorpech had en vroeg de liftster om even te duwen. De verpleegster stapte uit en de automobiliste gaf plankgas. Later vond ze een verpleegsterstas in haar

auto. Er stak een vlijmscherpe bijl in.

Wedden dat je het verhaal van het bad afdoet als klinkklare onzin?

Sommige stadslegenden vertolken een diepgewortelde angst voor seksualiteit en de gevolgen ervan. Een bekend verhaal is dat van een jonge vrouw die op reis een onweerstaanbare man leert kennen. Ze gaan met elkaar naar bed. De volgende morgen is hij verdwenen. Hij heeft een briefje achtergelaten. Daarop staat 'Welkom bij de Aids-Club'.

Een ander verhaal beweert dat een jonge vrouw zwanger werd nadat ze in een hotelkamer een bad had genomen. Onderzoek wees uit dat de vorige gast in bad had gemasturbeerd. De spermacellen waren in de badkuip achtergebleven en slaagden erin het lichaam van de vrouw binnen te dringen. De uitbater van het hotel moest de vrouw een fikse schadevergoeding betalen.

Wedden dat je het verhaal van het bad afdoet als klinkklare onzin? En dat de Aids-Club je koude rillingen bezorgt? Toch worden ze allebei als waar verteld. Maar niet door dezelfde mensen. Moderne, kritische vrouwen weten dat je niet zwanger wordt van een vies toilet of

een vuile handdoek. Voor hen is het hotelkamerverhaal prietpraat. Maar ze beseffen ook dat je door onbeschermd seks aids kunt krijgen. Andere mensen hechten wél geloof aan het badkamerverhaal. Zij zullen het met veel overtuiging voortvertellen. Elke stadslegende kiest dus zijn eigen vertellers.

Vreemd genoeg proberen mensen die nooit liegen, je graag een legende op te dissen. Waarom?

Mensen die een sterk verhaal vertellen, hebben het altijd van horen zeggen. Maar ze houden vol dat zij zelf getuige waren van de gebeurtenissen. Of dat een goede vriend of buur ze heeft meegemaakt. Vreemd genoeg doen mensen die doorgaans niet liegen, de waarheid geweld aan om je een stadslegende op te dissen. Waarom? Omdat zij er geen graten in zien. Ze zijn ervan overtuigd dat het verhaal waar is. Het is immers te mooi om vals te zijn. Vertellen dat het hen zelf is overkomen, maakt het alleen maar geloofwaardiger.

In Italië bestuderen de psychiaters Claudio Ciaravolo en Antonio Manzo al sinds jaren de verspreiding van stadslegenden. Antonio Manzo: "Wanneer een sterk verhaal aansluit bij onze visie op de wereld, zijn we

geneigd het te geloven. We vertellen het voort, omdat we er belang bij hebben. Want hoe meer mensen ons wereldbeeld delen, hoe meer wij ervan overtuigd zijn dat wij gelijk hebben. Daarom permitteren wij ons zelfs een leugentje. We zeggen dat het verhaal ons zelf is overkomen, terwijl we het eigenlijk ook maar gehoord hebben van een vriend, waarvan we denken dat hij het heeft meegemaakt. Maar die vriend heeft het op zijn beurt van een kennis, die beweerde dat hij getuige was. En ga zo maar door."

Stadslegenden vertolken soms vooroordelen en angsten die we op geen enkele andere (sociaal aanvaardbare) manier kunnen uiten. In 1969 deed het gerucht de ronde dat in Orleans meisjes uit pashokjes verdwenen. Ze zouden als blanke slavinnen verscheept worden naar het Midden-Oosten. Het verhaal verspreidde zich als een lopend vuurtje. De verdachte kledingzaken verloren hun klanten. Het motief? Jodenhaat. De winkels waren bijna allemaal in joodse handen.

Een stadslegende ontkennen heeft geen zin. Het maakt de toestand alleen nog erger.

Er zijn dus twee elementen nodig om van een verhaal een stadslegende te maken.

Het moet vreemd zijn en fascinerend. En het moet een vooroordeel of een wereldbeeld bevestigen. Tot voor kort was dit slechts een hypothese. Nu is het een zekerheid. De Napolitaanse psychiater Claudio Ciaravolo lanceerde enkele nieuwe stadslegenden bij wijze van experiment. Hij werd bijgestaan door een team van medewerkers onder leiding van zijn collega Antonio Manzo.

"In mei 1989 werd het dragen van een autogordel verplicht in Italië", vertelt Claudio Ciaravolo. "Wij hebben die gelegenheid aangegrepen om een stadslegende te creëren. Het vooroordeel dat de Napolitanen geniaal zijn in het omzeilen van de wet, diende als uitgangspunt. Wij stelden in een straat in Napels een kraam op met enkele witte T-shirts waarop een veiligheidsgordel was geschilderd. Als je ze aan had en in de auto zat, leek het alsof je een gordel droeg. Er kwamen heel wat nieuwsgierigen naar ons kraam kijken. Iedereen kreeg te horen dat het niet om een verkoop, maar om een experiment ging. We legden alles vast op film. Daarna braken we ons kraam af en gingen weg. Ons werk zat erop. Wij hadden een stadslegende gezaaid. Nu maar wachten op het resultaat. Ons geduld werd niet lang op de proef gesteld. Enkele uren later dook het gerucht overal op. Ook in

Milaan. Men beweerde dat in Napels op alle straathoeken T-shirts werden verkocht met een geschilderde veiligheidsgordel om de politie te misleiden. De Corriere della Sera nam het bericht over. De vooroordelen over de Napolitanen waren blijkbaar zo sterk, dat journalisten het niet eens nodig achtten om het bericht te controleren. Het verscheen nadien nog in de Franse en Duitse pers en in de New York Times."

Claudio Ciaravolo en zijn team bewezen ook dat een stadslegende ontkennen geen zin heeft. Integendeel. Het maakt de toestand alleen nog erger. "Er gingen nog meer mensen geloven dat de Napolitanen T-shirts met een zwarte streep verkochten", zegt de psychiater.

Het is dus perfect mogelijk een stadslegende de wereld in te sturen. Soms zelfs met slechte bedoelingen. Dat ondervond de multinationale zeepfabrikant Procter & Gamble. De firma leed aanzienlijke verliezen toen het gerucht circuleerde dat ze samenwerkte met een duivelse sekte. De voorstanders van dit absurde verhaal wisten zich gesteund door de vorm van het logo. Het stelde een man voor met lang haar en een baard. De baard vertoont drie gestileerde krullen, die je kunt 'lezen' als 666, het getal van Beëlzebub. Over de oorsprong van deze stadslegende tast men in het

duister. Ze is vermoedelijk ontstaan in extremistische protestantse kringen. Ofwel is ze het werk van een concurrent.

WAT ZIJN STADSLEGENDEN?

Stadslegenden zijn sterke verhalen met een huiveringwekkende pointe. Ze spelen zich altijd af in onze moderne, verstedelijkte samenleving.

ZIJN ZE ECHT GEBEURD?

Sterke verhalen zijn altijd verzonnen. Maar ze komen geloofwaardig over, omdat de verteller beweert dat hij zelf getuige was. Toch geloven wij alleen stadslegenden die overeenkomen met onze verborgen angsten, onze vooroordelen en onze visie op de wereld.

WAAROM ZIJN SOMMIGE STADSLEGENDEN ZO GELIEFD?

Psychiater Claudio Ciaravolo onderzoekt waarom je sommige sterke verhalen voortvertelt en andere niet. Volgens hem leggen ze je diepste zielenroerselen bloot. Hij beweert dat jonge, dynamische vrouwen dol zijn op sterke verhalen waarin de wraak centraal staat. Zoals: een meisje dat in de steek gelaten is door haar minnaar, dringt zijn

appartement binnen terwijl hij op reis is met zijn nieuwe vriendin. Ze neemt de hoorn van de haak, draait het nummer van de sprekende klok in Japan en laat de telefoon open liggen. Er staat hem bij zijn terugkeer een astronomische telefoonrekening te wachten.

BRONNEN

Patrick Bemaauw, *Sterke verhalen. Over moderne volksverhalen, nieuwe mythen, hedendaagse sagen en legenden*. Uitgegeven bij: Stichting Mens en Cultuur, 1995.

Claudio Ciaravolo, *Non stinge, non stringe, non serve, ma finge*. Uitgegeven bij: Leonardo editore, Milaan, 1992.

Met dank aan dr. Claudio Ciaravolo en dr. Antonio Manzo.