

## Populäre Stadtansichten.

### Bildinszenierungen des Urbanen im HipHop

---

GABRIELE KLEIN UND MALTE FRIEDRICH

Einige Rapper stehen auf dem Dach eines Hochhauses. Hinter ihnen dreht sich ein übergroßer Mercedesstern. Ansonsten ist nur noch der Himmel zu sehen. »Wenn wir mal da oben sind, gibt's keinen, der uns da runterkriegt«, dies ist die Botschaft der Stuttgarter HipHop-Gruppe Massive Töne, die sie im Video »Unterschied« (1999) von einem der bekanntesten Wolkenkratzer der Stadt verkünden. Aber nicht nur der Wolkenkratzer ist ihre Bühne, sondern auch andere Plätze Stuttgarts: Park, Bahnhof, Einkaufszone oder ein Bus. Ständig werden Symbole der Stadt eingeblendet: der Mercedesstern, Markenzeichen des Stuttgarter Autoherstellers, ein Stuttgarter Stadtplan oder eine Aufnahme der Innenstadt. Aber auch New York, die Heimat des HipHop taucht im Video auf – Stuttgarter HipHop, so der Hinweis, reiht sich ein in die Tradition des authentischen HipHop.

Das Massive Töne-Video ist kein Einzelfall: Auf einem Parkdeck in der Nähe vom Hamburger Hafen feiert die Rap-Gruppe Fettes Brot im Video »Nordisch by Nature« (1995) eine Party. ABS feat. Creutzfeld & Jakob fahren, während sie rappen, in »Weißt du...?« (2000) mit dem Auto durch die Stadt und sind auf Bahnhöfen hin und her laufend zu sehen. Im Video »Weck mich auf« (2001) wandert der Rapper Samy Deluxe durch eine triste großstädtische Wohnsiedlung. Zum Abschluss: Samy Deluxe als Hochhaus überragender Riese, ein Bild, das suggeriert: ihm ist es gelungen, das schäbige Viertel zu verlassen. Diverse mit Graffiti besprühte Wände und Häuserdächer bilden das Environment für Kool Savas im Video »Haus und Boot« (2001). Der New Yorker Rapper LL Cool J und der Hannoveraner Rapper Spax schlendern im Video »Blink Blink« (2001) durch Berlin und besichtigen Sehenswürdigkeiten wie den Alexanderplatz. Vor einer gezeichneten Stadtsilhouette, in der sich Hochhaus an Hochhaus reiht, rappt im Video »Limit« (2002) einer der Rapper der Gruppe Deichkind.

Seit den Anfängen des HipHop spielen HipHop-Videos mit der Idee des Urbanen und verbreiten weltweit das Bild des HipHop als eine urbane Kulturpraxis. Und so verweisen HipHop-Videos nicht selten auf symbolträchtige urbane Orte: Bekannte Gebäude, Skylines, städtische Wahrzeichen, großstädtische Environments wie Hochhäuser, breite, mehrspurige Straßen, Bahnhöfe, dicht besiedelte Wohnviertel und Großstadtghettos. Und mittendrin der – meist männliche – Rapper, Tänzer oder Graffiti-Maler, der »seine« Stadt belebt, den öffentlichen Raum für seine Kunst nutzt, am Straßenleben teilnimmt, mit seinen Freunden abhängt oder mit dem Auto durch die Stadt cruist. Solche Bilder transportierten schon die ersten HipHop-Filme wie »Wild Style« (1982) oder »Beat Street« (1984), sie sind in Hunderten von Video-Clips präsent und bestimmen auch das Szenario des Films »8 Mile« (2002), in dem der Rapper Eminem die Hauptrolle in der filmischen Umsetzung seiner vorgeblichen Lebensgeschichte spielt.

Besonders das Ghetto, gekennzeichnet durch schlechte Wohnverhältnisse, verlassene Häuser, Straßenkriminalität, Drogenhandel und den alltäglichen Überlebenskampf auf der Straße ist beliebter Bildhintergrund oder auch Thema von Rap-Videos und HipHop-Filmen. Die oft ins Bild gesetzten Luxuslimousinen und gepflegten Einfamilienhäuser präsentieren die Rapper als soziale Aufsteiger, die es geschafft haben, zu Reichtum und Anerkennung zu gelangen und die deshalb die sozial benachteiligten Innenstadtwohngebiete verlassen konnten.

Bilder des Städtischen gehören zu keiner anderen Jugendkultur so sehr wie zum HipHop. Zwar verweisen auch andere Popkulturen auf Städte, Punk zum Beispiel auf London oder Techno auf Berlin. Während aber hier bestimmte Städte oder ihre zentralen Wahrzeichen als Referenzpunkte dienen, stellen in der globalisierten HipHop-Kultur Versatzstücke von Mega-Cities eine abstrakte Bild-Kulisse her – sowohl in den »Life-Performances« auf der Straße wie auch in den medialisierten Performances der Videoclips. Der Authentizitätsgehalt des HipHop misst sich nicht selten an dieser Bildhaftigkeit.

Der Zusammenhang zwischen HipHop und Stadt erscheint so evident, dass er selten hinterfragt wird. Ob in Videos, auf CDs, in Booklets oder im Musikfernsehen – die Bildproduktionen des HipHop werden aus Symbolen des Städtischen generiert. HipHop, so die Geschichtsschreibung, hat seine Ursprünge in einer Mega-City, in New York, und verbreitete sich von dort aus als eine urbane Kulturpraxis von schwarzen, sozial benachteiligten Jugendlichen. »Echter« HipHop ist demnach zwangsläufig nicht nur an eine schwarze Kulturpraxis, sondern auch an spezifische Großstadterfahrungen gebunden (vgl. Rose 1994; Ross/Rose 1994).

Im Unterschied zu dieser Auffassung wollen wir die These vertreten, dass marginalisierende Großstadterfahrungen nicht zwangsläufig

die soziale oder kulturelle Bedingung eines authentisch wirkenden HipHop darstellen. Vielmehr wird über die global zirkulierenden Symbole des Urbanen im Lokalen ein urbanes Lebensgefühl hergestellt. Deshalb kann – vermittelt über die Bilderwelt – HipHop, ob in Bottrop oder Lüdenscheid, durchaus ein Kleinstadtphänomen sein, er muss nicht zwangsläufig mit der für Großstädte charakteristischen Erfahrung des sozialen Bruchs, der Heterogenität und Dichte verbunden sein. Das Urbane im HipHop ist vor allem ein Ausstattungsmerkmal, ein theatrales Mittel, um lokale Identität herzustellen und den Glauben an Authentizität zu befördern.

Diese These widerspricht zwei gängigen Thesen des Subkultur- und Popdiskurses: Zum einen der Vorstellung, dass HipHop nur dann als authentische Praxis gelten kann, solange er originär an spezifischen Orten verankert bleibt und gegen globalisierte popkulturindustrielle Produktion opponiert. Zum anderen wendet sie sich gegen die Annahme, dass eine authentische ästhetische Praxis von Jugend- und Popkulturen unmittelbar aus den sozialen und ökonomischen Erfahrungen in Städten, vor allem in strukturschwachen Regionen, ableitbar sein muss. Die Neukontextualisierung des HipHop – beispielsweise auf dem Land, in Klein- oder Mittelstädten oder dessen soziale Verankerung bei Mittel- oder Oberschichtjugendlichen – erscheint vor dem Hintergrund dieser Annahme per se als reine Nachahmung, als ein missglückter Versuch einer Anlehnung an das Original.

Die Bildhaftigkeit des Städtischen in HipHop-Videos symbolisiert zudem den Bedeutungswandel der Stadt im Übergang von der Industrie- zur Informationsgesellschaft: Galt die Stadt seit Anbeginn der Moderne als Kulminationspunkt gesellschaftlicher Entwicklungen, erscheint das Städtische nun zunehmend als Knotenpunkt sozialer Netzwerke. Urbanität tritt in der postindustriellen Stadt nicht mehr als gelebte städtische Kultur in Erscheinung, sondern entfaltet ihre Wirksamkeit als theatrales Mittel. Im HipHop wird über die Bildinszenierungen des Urbanen ein urbanes Lebensgefühl weltweit vermarktet. Insofern erfüllt die HipHop-Kultur mit ihrer bildlichen Inszenierungspraxis eine Vorreiterfunktion bei der symbolischen Überhöhung des Städtischen in postindustriellen Zeiten, in denen Städte ihre Funktion als Standorte ökonomischer Produktion verlieren.

## DIE GÄNGIGE LESART: HIPHOP ALS KULTUR DER GROßSTADT

Im HipHop-Diskurs, das heißt in den Beschreibungen von Szenemitgliedern genauso wie im medialen Pop-Diskurs, wird fast immer auf den großstädtischen Ursprung des HipHop verwiesen: HipHop ist ein Produkt New York Citys. Als in den 1970er Jahren die weißen Unterschichtjugendlichen in London, der Hauptstadt der britischen Pop-In-

sel, »No Future« grölen, ohne jegliche Ahnung ein Musikinstrument greifen und Punk-Musik machen, entwickeln in der New Yorker Bronx, so die Erzählung, schwarze Jugendliche eine ästhetische Praxis, die sich den Kulturtechniken des Textens, Malens, Tanzens und Musikmachens bedient und diese zu einem komplexen Sprachgeflecht formt. Ob HipHop aus der Bronx, Punk aus London oder Techno aus Chicago und Detroit – es ist eine zentrale These gängiger Subkulturtheorien, dass die Entstehung von lokalen Subkulturen vor allem aus den ökonomischen, sozialen und politischen Lebensbedingungen von Jugendlichen in großen Städten resultiert.

Diese These wurde in den 1970er Jahren von Autoren der *Cultural Studies* wie Dick Hebdige (1979), Paul Willis (1978) oder Angela McRobbie und im deutschsprachigen Raum vor allem von Rolf Schwendter (1973) vertreten und findet sich auch in Ansätzen zur Entstehung der HipHop-Kultur bei Autorinnen wie Tricia Rose oder Andrew Ross (1994) wieder. Die Lebensbedingungen von Großstädten im Übergang von der Industriestadt zur nachindustriellen Stadt spielen hierbei als Erklärungsmuster eine zentrale Rolle. Auf eine postfordistische Umstrukturierung der Ökonomie, den rasanten Abbau von Arbeitsplätzen im sekundären Sektor, geringe Bildungschancen, die Verschlechterung der sozialen und kulturellen Infrastrukturen, auf räumliche und soziale Ausgrenzung finden die betroffenen Jugendlichen, so die gängige These, eine Antwort: HipHop. Blockpartys, die Nutzung des Plattenspielers als Musikinstrument, der MC als Entertainer, die symbolische Besetzung des öffentlichen Raums durch Graffiti und Breakdance gelten als eine kreative Antwort auf die rassistisch bedingte Segregation, den Abbau von Arbeitsplätzen, die kulminierenden Wirkungen der sozialen Deprivation in Innenstadt-Ghettos und als eine friedliche Form der Zuflucht vor Kriminalisierung und Drogensumpf.

Wie aber lässt sich erklären, dass es diesen Jugendlichen – und nicht anderen sozialen Randgruppen wie Obdachlosen oder Alkoholikern – gelingt, eine ästhetische Praxis zu entwickeln, die ihnen die kritische Reflexion ihrer sozialen Situation erlaubt und eine zumindest symbolische, häufig auch reale Überschreitung ihres sozialen lokalen Kontextes ermöglicht? Diese Frage nach dem Verhältnis von sozialer Erfahrung und ästhetischer Produktion scheint uns zentral zu sein. Ihre Beantwortung steht bis jetzt aus.

Gerade weil sich die Reaktion auf die perspektivarme soziale Situation ästhetisch formuliert, so die weitere Argumentation klassischer Subkulturtheorien, liegen in ihr subversive Elemente verborgen. Punk gilt, dem traditionellen Subkulturdiskurs der *Cultural Studies* zufolge, deshalb als subversive Praxis, weil er mit den bereits durch die Kunstavantgarde des *Dadaismus* bekannten Techniken des Stilbruchs und der Verfremdung von Alltagsgegenständen dissident

wirkt. HipHop hat z.B. mit *Scratching*, *Sampling* und *Signifying*<sup>1</sup> Techniken entwickelt, die als ästhetische Antwort auf Tendenzen der Entstrukturierung und Destandardisierung des Sozialen, der Peripherisierung des Städtischen und der Fragmentierung des Subjektes gelesen werden können. Die Erfahrung sozialer Brüchigkeit, des sozialen *Cut'n'Mix*, findet, so könnte man überspitzt sagen, ihren Ausdruck im Breakbeat und Breakdance.

Es ist eine der zentralen Thesen klassischer Subkulturtheorie, dass das soziale Widerstandspotential einer ästhetischen Praxis im Zuge ihrer Kommerzialisierung gefährdet sei. Entsprechend weisen Autoren wie M. Elizabeth Blair (1993) oder Russel A. Potter (1995) auf die Gefahr hin, dass auch im HipHop die authentische lokale Praxis durch eine global agierende Popkulturindustrie vereinnahmt werde und die ästhetischen Produkte ihre subversive Kraft verlören. Gerade im HipHop wird die Existenz einer lokalen, authentischen Subkultur als Ursprung vorausgesetzt, deren ästhetische Produktionen durch die kulturindustrielle Verwertungsmaschinerie als Waren vermarktet werden für Exotik verliebte, vornehmlich weiße Jugendliche zunächst in den Suburbs der USA und dann in anderen Kontinenten. In der binären Konstruktion einer authentischen Subkultur des HipHop auf der einen Seite und einer vereinnahmenden Popkulturindustrie auf der anderen Seite ist das Verhältnis zwischen diesen beiden Polen als ein Herrschaftsverhältnis beschrieben. Die (Pop)Kulturindustrie beutet lokale Subkulturen aus, spielt aber bei deren vorangehender Konstituierung keine Rolle. Diese Annahme hat bereits Dave Laing (1985) kritisiert. In einer Studie über Punk-Rock machte er Mitte der 1980er Jahre darauf aufmerksam, dass Punk als urbane Kulturpraxis erst über seine Medialisierung und kommerzielle Vermarktung etabliert wurde. Ähnlich argumentiert Sarah Thornton (1995), wenn sie den Medien eine aktive Rolle bei der Bildung von Subkulturen zuschreibt, indem sie diese überhaupt erst benennen und von anderen Kulturen abgrenzen. Die binäre Konstruktion authentische Subkultur versus Popkulturindustrie kritisiert auch Thornton, indem sie ein gegenseitiges Bedingungsverhältnis unterstellt. Für dessen Dynamik spielt die Stadt eine wesentliche Rolle.

## DIE POSTINDUSTRIELLE STADT

Seit den 1970er Jahren ist die Strukturveränderung der Städte mit neuen Bildern und Begriffen beschrieben worden.

Die mit dem Strukturwandel des Sozialen beschleunigte Veränderung der Städte meint zunächst die Zeitlupenexplosion vom Zentrum zur Peripherie. Suburbanisierung, die Bildung von Schlaf- und Vorstädten, machen die Stadt randlos. Eine Dezentralisierung der Stadt

und eine Zerstreuung des urbanen Raumes sind die Folge. Die Stadt in Zeiten von Verstädterung gleicht einem *urban sprawl*, einer endlosen Aneinanderreihung von Einfamilienhäusern, Einkaufszonen, Büro- und Wohnblocks, Lagerhallen und lokalen Vergnügungszentren, die sich um eine Vielzahl kleiner Zentren gruppieren. In der Stadtheorie wird die Transformation der für die europäische Stadt charakteristischen Hierarchie von Zentrum und Peripherie hin zu einer neuen Unübersichtlichkeit von suburbanen Kontexten, peripheren Subzentren und Zersiedlung verhandelt unter den Stichworten *randlose Stadt* (Joachim Huber 2002) oder *Zwischenstadt* (Thomas Sieverts 1997). Zwischenstadt meint urbane Ansiedlungen zwischen Zentralstädten und Landschaft, wie sie vor allem mit der Herausbildung der *Megalopolen* einhergehen. Megalopolis wiederum bezeichnet die schon seit der Antike bekannte Verwachsung und Verschmelzung urbaner Kontexte, die im 20. Jahrhundert vor allem durch die Agglomeration großer Städte hervorgerufen wurde – ob von Boston bis Washington, von Los Angeles bis San Diego oder im Ruhrgebiet.

Der Medientheoretiker Marshall McLuhan (1992, 1995) hat schon vor einigen Jahren auf die Implosion von geographischen Räumen hingewiesen und die Herausbildung der *global villages* beschworen. Die Welt verschmilzt durch digitale Netzwerke und Echtzeitkommunikation zum globalen Dorf. Der Verlust an kultureller Differenz und die Auflösung des Lokalen erscheinen als zwangsläufige Folge von weltweiter Vernetzung.

Die globalisierte Ökonomie verankert sich lokal in den großen Städten. Vor allem *global cities* wie Singapur, Tokio, New York, Paris oder London, die als zentrale Kommunikations- und Handelsknoten fungieren, sind mit ihren Dienstleistungskomplexen die zentralen Kontrollzentren der weltweit operierenden Ökonomien. Stadtpolitik und Stadtentwicklung agieren zunehmend entlang der infrastrukturellen Erfordernisse einer globalisierten Ökonomie, soziale und kulturelle Standards des Städtischen werden zunehmend an ökonomischer Effizienz gemessen und drohen immer mehr an die Wirtschaftspolitiken angepasst zu werden. Ein Umbau der Städte zu lokalen Knotenpunkten im globalen System des Neoliberalismus ist die Folge. Städte waren schon immer durch Segregation gekennzeichnet. Jüngere Migrationswellen haben diese Strukturentwicklungen der Städte noch verschärft. Mit der Globalisierung der Produktion haben sich zudem neue lokale Hierarchisierungen vollzogen: In den Städten stehen sich transnationale Unternehmenskulturen und lokale Einwanderungskulturen gegenüber. Eine soziale Polarisierung in *global player* und *local actors* ist die Folge und mit ihr soziale und räumliche Marginalisierung bis hin zur Ghettobildung. Denn: Funktionsbereiche des Städtischen wie Wohnen, Arbeit und Leben werden zunehmend auf die

Bedürfnisse der Standortkonkurrenz und der Warenzirkulation zugeschnitten, Stadtzentren werden musealisiert, Stadtkultur und Kunst entsprechend gefördert, Einkaufszentren abgeschottet. Soziale Distinktion wird institutionalisiert. In den Innenstadtbereichen entstehen halb-öffentliche Räume, die nur noch zahlungskräftigen und nicht-deviant erscheinenden Personen zugänglich sind. Das Konzept der *Dual City* (Manuel Castells 1996: 172-228) beschreibt genau diesen Verlust eines gemeinsamen institutionellen und kulturellen Unterbaus für alle Bürger der Stadt. Die Folge dieser Teilung der Stadt sind soziale Ausgrenzung und Marginalisierung.

Das Bestreben, im Zuge von Zersiedlung, Vernetzung und Fragmentierung eine städtische Identität der Stadt zu bewahren, mündet in einer Musealisierung der Innenstadtkerne. Fassaden werden restauriert, alte Stadtviertel umgebaut und Denkmäler zu Medienobjekten umgestaltet. In postindustriellen Städten mutieren Stadtkerne zur Fassade von Stadtgeschichte, aufbereitet als touristische Attraktion. Musealisierung betont den Symbolcharakter des Städtischen und schafft ein störungsfreies Lokalkolorit auf Kosten einer lebendigen kollektiven Identität. Mit der Musealisierung geht eine Eventisierung der Stadtkultur einher. Lokale Stadtkulturen mit zum Teil deutlichen Stadtteilbezügen verschwinden zugunsten von Großevents, unterstützt von der Lokalpolitik und deren Wettbewerbsstreben im globalen Konkurrenzkampf. Events, ob Kultur-, Kunst- oder Sportfestivals sind »harte« Standortfaktoren geworden. Sie wecken Aufmerksamkeit weit über lokale Grenzen hinaus, locken Investoren und Touristen. Der öffentliche Raum wird theatralisiert, der urbane Kontext avanciert zur Bühne der internationalen Events. Der öffentliche Raum wird zu einem »Theatrum mundi« der nachmodernen Stadt – mit der Gefahr, den Bezug zu den Bewohnern zu verlieren.

Die Transformationen des Städtischen betreffen sozial benachteiligte Gruppen in besonderer Weise. Stadtteile, in denen sie leben, verwahrlosen zunehmend. Arbeitslosigkeit, Sozialabbau und die Veränderung von städtischen Infrastrukturen befördern soziale Segregation. Die entsprechenden Stadtteile mutieren von urbanen Lebensräumen zu sozialen Wüstenlandschaften. Raumaneignung und Raumeroberung wird zu einem zentralen Thema. Es war schon immer ein Kennzeichen von Jugendkulturen, eigene Räume für sich zu erobern. Vor allem mit dem Wandel der Städte seit den 1970er Jahren haben Jugendkulturen, ob Punk, Techno oder HipHop, den öffentlichen Raum zu ihrem Aktionsraum und sich selbst damit zu einer Kultur des öffentlichen Raumes erklärt. Seitdem spielt die Eroberung von *locations*, jenen Orten, die Jugendliche in der Stadt als ihren Aktionsraum begreifen, eine große Rolle – nicht zuletzt für jugendliche Bewegungskulturen wie Streetball oder Skating. Auch die HipHop-Sze-

nen suchen sich in musealisierten Innenstädten wie in verlassenen Industriegebieten ihre Orte. Sie theatralisieren diese Orte, indem sie sie als Bildkulisse für ihre »Aufführungen« nutzen.

Die Stadt – das ist nicht nur der ökonomische, politische, kulturelle und soziale Knotenpunkt der Moderne, sondern auch immer ein metaphorischer Ort. Ordnungsvorstellungen und -bilder des Sozialen konkretisieren sich in der Stadt. Stadtplanung und Urbanistik, aber auch Film, Theater, Musik, Bildende Kunst und Popkultur nutzen die Stadt als Metapher für ihre ästhetischen Entwürfe. Die Bilder des Städtischen beruhen auf diesen transdisziplinären Dialogen. Metaphorik ist eine Form der Wirklichkeitsbeschreibung: Die Bildlichkeit des Urbanen und die Wahrnehmung und Erfahrung der Städte korrespondieren mit der Metaphorik des Städtischen.

## **DIE BILDlichkeit DES STÄDTISCHEN IM HIPHOP**

Der Stadtsoziologe Walter Prigge beschreibt den Vorgang der Medialisierung des Städtischen am Beispiel des Films, hat doch gerade das Kino an der Metaphorik der modernen Stadt wesentlich mitgewirkt. Der Film, das markanteste Bildmedium der Moderne, bringt eine Vielzahl von Metaphern des Städtischen hervor: Die Stadt beispielsweise als Dschungel, Strudel, Chaos (dafür typisch New York City), als Moloch (z. B. Los Angeles im Jahre 2019 in »Blade Runner« [1982], Regie: Ridley Scott), als Organ, Geschwür (z. B. »Der Bauch des Architekten« [1986], Regie: Peter Greenaway), als Megamaschine (besonders in »Metropolis« [1926], Regie: Fritz Lang) als Rhizom (z. B. »Salaam Bombay« [1988] Regie: Mira Nair) oder als Superhirn (z. B. »Tron« [1982], Regie: Steven Lisberger). Prigge arbeitet die Ambivalenz des Bewegungsbildes für das Bild des Städtischen heraus. Demnach bringt der Film zum einen ein mythisches Stadt-Bild hervor, indem z. B. in der Bildinszenierung die Größe der Hochhäuser übertrieben wird, so »als sei nichts natürlicher als das Städtische im Bild von Hochhäusern zu identifizieren« (Prigge 1995: 81). Andererseits produziert der Film einen sprunghaften und prismatischen Blick auf die Stadt. Im Kameraauge erscheint die Stadt als fragmentarisch und diskontinuierlich. Wenn der Film, so Prigge, durch Schnitttechnik das Verborgene des städtischen Alltags sichtbar werden lässt, so zeigt er auch: Stadt ist nicht unmittelbar zugänglich. Man erfährt nicht »die Stadt«. Denn: Stadt ist eine Vorstellungswelt, eine imaginierte Welt, die als Bild in Erscheinung tritt.

Gerade Bildmedien sind zum wichtigsten Informationsvermittler in der Mediengesellschaft geworden. Zunehmend wird die Metaphorik des Städtischen vor allem über jene Bilderwelten hergestellt, die in globalen Mediennetzwerken zirkulieren.

Mit der Bildlichkeit des Städtischen operiert vor allem die Hip-Hop-Kultur. Zeichen des Urbanen zirkulieren in den globalisierten Bilderwelten des HipHop und auch das lokale Kolorit des Urbanen formt sich zum Bild. Videoclips sind dafür ein wichtiges Medium.

In einer Bildanalyse von ausgewählten HipHop-Videos, die wir im Rahmen unseres Forschungsprojektes durchgeführt haben, haben wir deutsche Rap-Videos untersucht.<sup>2</sup> Hier zeigte sich, dass das globale Zeichenrepertoire der HipHop-Kultur, wie es vor allem in US-amerikanischen Filmen und Videos erscheint, in vielen deutschen HipHop-Videos reproduziert wird. Deutschsprachige Videos zitieren die »originäre« schwarze Kultur auf vielfältige Weise. Bühnenbild, Kleidung, Gestik und Mimik der MCs und Breakdancer, das Verhältnis von Akteuren und Publikum ähneln oft US-amerikanischen HipHop-Filmen und -Videos. Aber andere Referenzsysteme ergänzen und modifizieren diese Zitationspraxis. Die Stilelemente afroamerikanischer HipHop-Kultur vermischen sich mit lokalen Symbolen und regionalen Kulturpraktiken. Die Folge ist: Deutsche HipHop-Videos präsentieren HipHop als eine hybride Kultur, die sich aus unterschiedlichen bildlichen Referenzsystemen speist. Elemente einer weiß geprägten Disco-Kultur stehen neben solchen aus Science-Fiction, asiatischen Martial-Arts-Filmen oder (weißer) Rockmusik. Der Deutsche Revuefilm der 1930er Jahre stand ebenso Pate wie Boygroups der 1980er und 1990er oder das Kinderzimmer der 1970er Jahre. Die deutschen Texte, die oft mit lokalem Akzent gerappt werden und inhaltliche Bezüge zu lokalen Orten oder lokal angesiedelten Rap-Possen herstellen, versinnbildlichen, dass es sich bei der Melange um die deutsche Variante eines globalisierten HipHop, um »deutschen Rap« handelt.

Die globalisierte Symbolik des HipHop wird über ihre Einbettung in lokale Kontexte variiert, die lokale Verankerung der Rap-Gruppe über eine spezifische Symbolik des Städtischen (Hamburger Hafen, Stuttgarter Mercedesstern, Berliner Bahnhof Zoo) betont. Die MCs, so suggerieren die Bilder, erobern den städtischen Raum und erzählen von dem, was sie dort machen. Es ist vor allem das Bildmedium Video, das im HipHop Stadt als Bild erzeugt und mit einem fragmentarischen, diskontinuierlichen und technologischen Blick operiert. Zwar sind Stadtkulissen grundsätzlich ein beliebtes Bühnenbild von Videoclips, in HipHop-Videos aber hat die Stadtkulisse als Verweis auf einen spezifischen Ort eine besondere Bedeutung: Sie ist ein theatrales Mittel zur medialen Produktion von Lokalität.

Aber auch hier bleibt die Bildproduktion ambivalent: Zum einen bringt sie einen fragmentierten und diskontinuierlichen Blick auf die Stadt hervor, zum anderen aktualisiert ein stereotypes Bild der postindustriellen Stadt den Ursprungsmythos des HipHop, demzufolge HipHop eine urbane Kultur ist und nur dort entstehen konnte. Abs-

trakte Symbole des Städtischen wie Parkdecks, Hochhäuser, Häuser-schluchten, Bahnhöfe, Straßenzüge, Taxis, Basketballplätze, Auto-bahnbrücken oder verlassene Werkhallen dienen als Bühnenbild. Alltägliche Orte sind theatral überhöht: Ein Parkdeck wird zur Tanz-fläche, die Fußgängerzone zur Bühne der Rapper, die Häuserwand zur Leinwand. Abstrakte und konkrete Symbole des Städtischen sind verknüpft: Die spezifische Symbolik einer Stadt (z.B. Hamburger Reeperbahn, Stuttgart und Mercedesstern) suggeriert einen lokalen Bezug und untermauert das städtische Image der Gruppe (z.B. der Mongo-Clique aus Hamburg oder der Kolchese-Posse aus Stuttgart). Städtische Klischeebilder des HipHop, wie rappende MCs auf Hoch-häusern oder in Taxis, DJs auf eingezäunten Sportplätzen, Graffiti an verwahrlosten Orten rufen eine globale kollektive Identität des Hip-Hop wach.

HipHop-Videos sind zentrale Medien, um HipHop als kulturelle Praxis global zu verbreiten. Trotz ihrer Verschiedenheit veranschaulichen sie alle die soziale Ordnung, den Wertekanon und das Normen-gefüge des HipHop, die als Vor-Bild global verbreitet und in ihren Grundstrukturen lokal verankert werden. HipHop zirkuliert auf diese Weise als Bilderwelt. Diese Bilderwelt wird gerade im HipHop nicht nur durch eine global agierende Kulturindustrie produziert, sondern oft durch die Szene selbst hervorgebracht. Aber erst im Prozess der Distribution kann das Video in den globalen Zirkulationsprozess eingespeist werden. Weil die HipHop-Szene ihre Bilder selbst produzi-ert, kann sie diese als eine Art »Realitäts-Check« ausgeben, als Sze-nen aus dem HipHop-Alltag, in denen die unterschiedlichen individu-ellen, kollektiven und lokalen Styles als Lebensgefühl konserviert und durch das Bild wie szenische Wirklichkeitsmomente abrufbar werden. Die Videoclips erzeugen insofern einen doppelten Reiz: Einerseits provozieren sie einen voyeuristischen Blick, indem sie den Anschein erwecken, an fremden Ereignissen teilzuhaben, andererseits produzie-ren sie ein partizipatorisches Versprechen, indem sie als Bilder wie die Wirklichkeit selbst erscheinen.

## ÄSTHETISCHE URBANITÄT IM GLOBALISIERTEN HIPHOP

Ob Hamburg, Berlin, Stuttgart oder Mannheim – lokaler HipHop besteht auch in Deutschland aus einem Bündel ortsgebundener Sze-nen, die verschiedene Räume der Stadt nutzen und durch ihren Bezug auf Wohnort und Nachbarschaft eine starke lokale Identität aufweisen. Nicht nur in der Bilderwelt des HipHop, sondern in der kulturellen Praxis wird eine lokale Identität kultiviert: Rap-Texte beziehen sich häufig auf den Heimatort des Rappers, HipHopper tragen die Klei-dung ihres lokalen Basketball-Teams und auf Konzerten weisen Rap-

per in ihren Kommentaren auf ihre Städte oder Regionen, aus denen sie stammen, hin oder sprechen das Publikum als Vertreter ihrer Stadt an (z. B. indem ein Rapper auf einem Konzert in Berlin das Mikrofon ins Publikum hält und ruft: »Berlin, ich kann euch nicht hören«).

HipHop bleibt zwar durch seine lokalen Bezüge auch in Zeiten globaler Kulturindustrien immer an spezifischen Orten verankert, an denen sich kulturelle Praxis entwickelt und etabliert. Die Texte, Beats und Sounds des HipHop symbolisieren das, was der in Bombay aufgewachsene und in den USA lehrende Ethnologe Arjun Appadurai eine »Produktion von Lokalität« (Appadurai 1995) unter den Bedingungen kultureller Globalisierung nennt. Wenn, wie im türkischen Rap, deutsche Schlagermusik mit europäischer Kunstmusik oder orientalischer Musik gesampelt und gemixt werden, zeigt sich aber: Lokale Identität ist im popkulturellen Kontext nur vorstellbar über die Integration globaler kultureller Symbole, sie ist eine globale Identität und als solche hybrid. Gerade in dieser Hinsicht veranschaulicht die HipHop-Kultur, dass die Globalisierung des HipHop regionale Dialekte und die Wiederentdeckung ethnischer Traditionen befördert. HipHop transportiert den Gedanken des Lokalen, des Dialektes und der Differenz – alles Prinzipien, die im wissenschaftlichen Diskurs mit der Postmoderne in Verbindung gebracht werden – global. Dies zeigt sich nicht nur in den lokalen Bezügen und Problematiken, die im Rap thematisiert werden, sondern ebenso in der symbolischen Aneignung des urbanen Raumes durch Graffiti und in der Umfunktionierung von Straßen und Plätzen zu Tanzflächen. Auf diese Weise wird nicht nur die »Heimat« als abstrakte Lokalität, sondern auch der urbane Raum als konkreter Ort lokaler Identifikation mit Bedeutung aufgeladen und zu einem Knotenpunkt im globalen Netzwerk erklärt. Die Wiederentdeckung von verlassenen Industriekomplexen, urbanen Wüstenlandschaften oder »der Straße« als Erlebnisorten ist ein Beispiel für diese Art von Politik im Feld des Lokalen. Die »Poesie des Lokalen« (Lipsitz 1999) zirkuliert als Bild und wird in der mimetischen Aneignung umgesetzt und neu erlebt.

Die dynamischen Strukturen der differenzierten lokalen Einheiten sind die Voraussetzung für die Globalisierung der HipHop-Kultur, wie umgekehrt die Existenz eines globalisierten HipHop die Bedingung für die Ausdifferenzierung und Integration global zirkulierender Stile im Bereich des Lokalen darstellt. Die erneute lokale Verankerung des HipHop widerlegt die typische Verlaufskurve des »Ausverkaufs«, die Jugendkulturtheorien von der Entwicklung jugendlicher Subkulturen zeichnen, wenn sie im Anschluss an die Kulturindustriethesen Horkheimers und Adornos die These der Standardisierung und Vereinahmung lokaler Stile vertreten. Lokaler HipHop bietet die Möglichkeit einer Identifikation mit einer global verbreiteten Popkultur, ohne

zu gewachsenen lokalen Kulturpraktiken in Distanz treten zu müssen. Das Eigene im Gemeinsamen suchen, dies ist die Grundmaxime der lokalen HipHop-Szenen.

Diese Kombination aus lokaler Bindung und globaler Zerstreuung lässt sich als eine neue ästhetische Form des Urbanen beschreiben, die sich aus der Metaphorik kulturindustriell fabrizierter und global zirkulierender Bilder speist und Motor zur (Wieder-)Aneignung des lokalen, urbanen Raumes ist. War bislang Urbanität ein normativer Begriff, mit dessen Hilfe sich städtisches Leben bewerten ließ, und als solcher immer an einen spezifischen Ort gebunden,<sup>3</sup> wird mit einer Transformation des Lokalen in globale Mediennetzwerke die lokale Bindung des Urbanen und mit ihr auch die normative Orientierung von Urbanität in Frage gestellt. Unterstützt wird dieser Vorgang durch die Musealisierung von Städten. Durch die Verbildlichung und Musealisierung des Urbanen wird Urbanität zu einer ästhetischen Kategorie. In dem Maße, in dem sich das Urbane immer mehr symbolisch vermittelt und über virtuelle Bilderwelten herstellt, können auch virtuelle, also ortlose und menschenlose Städte durchaus urban erscheinen.

Prigge betont, dass Urbanität virtuell hergestellt werden könne und begründet dies mit einem normativen Konzept von Urbanität. Dabei unterschätzt er die Umwandlung des Normativen in ästhetische Kategorien, die sich mit der Verbildlichung von Urbanität vollziehen.

»Die modernen Einweg-Medien des 20. Jahrhunderts programmieren auf Gesellschaft und Geschichte und ihre sozialkritische Form hieß »Kultur für alle«. Die interaktiven Produktionen knüpfen an die avantgardistischen Kulturen an, kritisieren die Produktionsgrundlage dieser Medien und rufen dagegen eine andere Utopie auf: »Kultur durch alle«. Darin läge einzig ihre wirklich urbane Qualität. Denn Urbanität ist kein Ausstattungsmerkmal des »realen«, materiellen Raumes, sondern bezeichnet das Verhältnis der Bewohner zu einem Raum – als Stadt und Form gesellschaftlicher Beziehungen in Raum und Zeit« (Prigge 1996).

Die Verbildlichung des Urbanen symbolisiert den Vorgang der Transformation eines normativen Konzeptes von Urbanität in ein ästhetisches Konzept. Ein normatives Konzept definiert Urbanität über Kategorien wie Dichte, Heterogenität und Vielfalt. Ein ästhetisches Konzept thematisiert diese Kategorien des Urbanen hingegen als theatrale Form: in Videoclips, in der Musik im Breakbeat, als Körpertechniken im Breakdance und als Gesang im Rap. Und genau die Verbindung von Normativem und Ästhetischem vollzieht die HipHop-Szene, indem sie das Normative als Ästhetisches zur Erscheinung bringt. In ihren Bildproduktionen findet eine Umdeutung des Normativen in ästhetische Kategorien statt. Normative Kategorien des Städtischen werden als Bilderwelt in Szene gesetzt. Über ihre Umwandlung ins

Ästhetische dienen sie als Bild-Rahmen für die Inszenierung normativer Prinzipien der HipHop-Kultur wie Respekt, Männlichkeit und Coolness, die in der Bildfigur des Rappers ebenfalls ästhetisch aufbereitet sind. Die Umgebung verweist von daher nicht in erster Linie auf einen realen Ort, sie ist vornehmlich ein ästhetisches Gestaltungsmittel, ein Bühnenbild. Als Bild wird Stadt angeeignet und dient als Orientierungsrahmen für neue urbane Praxisformen. Sowohl der Bilderwelt wie auch der lokalen Praxis des HipHop liegt also ein Konzept von Urbanität zu Grunde, das den städtischen Raum als theatrales Gestaltungsmittel nutzt. Auch als Bildkulisse entfaltet das Urbane subtil und vermutlich gerade deshalb so wirksam seine normative Kraft, an der sich jeder Klein- oder Vorstadt-HipHopper messen muss.

Henri Lefebvre schreibt der Verbildlichung des Städtischen eine Repräsentationsfunktion sozialer Wirklichkeit zu. Die Bilder des HipHop bilden, so lässt sich mit Lefebvre argumentieren, städtische Verhältnisse ab und reproduzieren die real existierenden Regeln der HipHop-Kultur (vgl. Lefebvre 1991: 33, 39; vgl. dazu auch Shields 1996). Aber: Bildmedien haben nicht nur eine repräsentative, sondern auch eine performative Funktion; sie bringen das in ihnen Gezeigte erst hervor. Lokale HipHop-Kulturen generieren sich über die Performanz des global zirkulierenden Bildes des Städtischen.<sup>4</sup> Was Christian Höller für Bilder insgesamt annimmt, gilt auch für die Bilder des HipHop. Sie wirken »nie bloß abbildend, sondern immer auch generativ [...] Vielfach schaffen sie erst den Sinn für die (fragmentierten) Räume und (heterogenen) Stile, die sie zu repräsentieren vorgeben« (Höller 2001: 24). Die Frage, welcher Rapper als »real« und authentisch wahrgenommen wird, findet ihre Antwort nicht zuletzt in den Bildern, die ihn immer wieder als einen urbanen Geschichtenerzähler präsentieren. Bilder des urbanen HipHop repräsentieren demnach nicht die tatsächliche urbane Lebenssituation, sie bringen die Großstadt als Bildfigur des Authentischen erst hervor.

Die Bildmetaphorik des Urbanen zirkuliert global und prägt die ästhetischen Produktionen des lokalen HipHop. Lokale HipHop-Szenen konstituieren und entwickeln sich in Bezug zu den Bildern, die seine Produzenten von der Großstadt zeichnen. Gerade dieses unauflösliche Bedingungsgefüge zwischen den in globalen Netzwerken zirkulierenden Bilderwelten und deren lokalen Knotenpunkten ist mitverantwortlich für die langlebige Dynamik der HipHop-Szene. Ebenso wie globalisierte Bilderwelten und lokalisierte Praxis einander nicht feindlich gegenüberstehen, stellen die Bilder von Großstadt und die Erfahrung des Städtischen nicht automatisch Gegensätze dar. Stattdessen ist ihre Wechselwirkung, wie sich exemplarisch im HipHop zeigt, ein Zeichen für die Veränderung des Urbanen in einer globalisierten und medialisierten Welt.

Die Verlagerung der Metaphorik des Städtischen in Bilderwelten

machen das Urbane in einer medial vernetzten Welt global zugänglich. HipHop ist nur eine mögliche Variante der urbanen Vorstellungswelten, die alltäglich in Mediennetzwerken reproduziert werden. Aber sie ist einzigartig, weil sie sich gleichzeitig auf lokalisierbare Orte und das Städtische im Allgemeinen bezieht und weil in ihr eine globale Bilderwelt und die lokale kulturelle Aneignung keinen Widerspruch darstellen. Dies ist einer der zentralen Gründe dafür, dass HipHop seinen Entstehungsort, die Bronx von New York City verlassen und die Städte in der ganzen Welt durch die Erschaffung von Bildern und Bühnen seit mittlerweile mehr als zwanzig Jahre verändern konnte.

In den Bildern wird der städtische Ursprung des HipHop zitiert und aktualisiert. Die hier hergestellten Bezüge zum Ghetto, zu seinen Bewohnern und deren sozialen Problemen sind bis heute wichtige Bewertungskriterien von Authentizität in der lokalen Praxis des HipHop geblieben. Und genau diese Tatsache widerspricht einer im Pop-Diskurs gängigen These, wonach die durch zunehmende Kommerzialisierung und Globalisierung des HipHop erfolgten Neu-Kontextualisierungen in andere soziale und kulturelle Kontexte nur mehr oder weniger gelungene Nachahmungen des »schwarzen Originals« seien.

Dass Authentizität substantiell gegeben sei und nur im »Kern«, in den historischen Ursprüngen des HipHop läge, ist eine essentialisierende Vorstellung, der aus zwei Perspektiven widersprochen werden kann. Zum einen lässt sich Authentizität nicht essentiell und substantiell begreifen, Authentizität ist vielmehr ein soziales Konstruktionsprinzip, ein Herstellungsmuster, das in den verschiedenen kulturellen Kontexten zwischen den Akteuren ausgehandelt wird. Zum zweiten liegen zwar unbestritten die Ursprünge des HipHop in den vor allem von Afroamerikanern bewohnten Stadtteilen von New York City. Aber auch wenn in der Bronx HipHop »erfunden« wurde, haben mediale Bilderwelten dazu beigetragen, HipHop als urbane, schwarze Kulturpraxis zu tradieren und global zu verstreuen. Das was als »echter« und »authentischer« HipHop gilt, ist folglich schon Produkt von Bildinszenierungen. Entsprechend wäre es verkürzt, lokale Adaptionen und Weiterentwicklungen des HipHop lediglich als Kopien eines Originals anzusehen. Es sind eigenständige Neukreationen, die neue Bilder, Vorstellungswelten und lokale Praxisfelder entstehen lassen. Bilder des Urbanen, in denen die Geschichte des HipHop transportiert, erneuert und lokal kontextualisiert wird. Die Umsetzung und Weiterführung des HipHop transformiert auch den lokalen Ort, indem sie ihn zu einem ästhetischen Element einer imaginierten Großstadt macht, von der Rap seit seinen Anfängen erzählt.

## ANMERKUNGEN

1 *Signifying* meint ein Sprachspiel, bei dem mit Zitaten, Ironisierungen und Übertreibungen gespielt und zwischen elaboriertem Code und Szenesprache gewechselt wird. Vgl. Gates Jr. 1988; Karrer 1996.

2 Die Bildanalyse wurden im Rahmen des DFG-Forschungsprojektes »Korporalität und Urbanität. Die Inszenierung des Ethnischen am Beispiel Hip-Hop« (Leitung: Gabriele Klein, Wiss. Mit.: Malte Friedrich) durchgeführt. Aus einer Auswahl repräsentativer und als gelungen eingeschätzter Rap-Videos, die über Einschätzungen von Redakteuren von Rap-Sendungen im Musikfernsehen, von Zeitschriftredakteuren und von Produzenten von HipHop-Videos ermittelt wurde, erfolgte eine Feinanalyse von sechs einschlägigen HipHop-Videos: Fettes Brot: »Nordisch by Nature« (1995), RAG: »Kopf Stein Pflaster« (1998) von der LP »Unter Tage«; Absolute Beginner: »Liebes Lied« (1998) von der LP »Bambule«; Spezialitz feat. Afrob: »Afrocalypse« (1998) von der LP »G.B.Z.-OHOLIKA«; Massive Töne: »Unterschied« (1999) von der LP »Kopfnicker«; Ferris MC: »Flash for Ferris MC« (2001) von der LP »Fertich«. Die Analyse konzentrierte sich thematisch auf fünf Kategorien: Globalität/Lokalität, Urbanität, Ethnizität, Habitus und Geschlecht. Zu jeder Kategorien wurden die Videos nach Inhalt, die eingesetzten Medientechniken, die Darstellung der Personen und die Bühnenbilder der einzelnen Videos untersucht.

3 Darauf hat bereits Louis Wirth (1938) hingewiesen. Zusammenfassend zum Urbanitätsbegriff vgl.: Häußermann/Siebel 1992.

4 Zur Performanz der Medien vgl. Krämer 2002.

## LITERATUR

- Appadurai, Arjun: »The Production of Locality«, in: Richard Fardon (Hg.), *Counterworks. Managing the Diversity of Knowledge*, London, New York: Routledge 1995, S. 204-225.
- Blair, Elizabeth M.: »Commercialization of the Rap Music Youth Subculture«, in: *Journal of Popular Culture* 27 (1993), S. 21-33.
- Castells, Manuel: *The Informational City. Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*, Oxford UK, Cambridge US: Blackwell 1996<sup>6</sup> (1989), S. 172-228.
- Gates Jr., Henry Louis: *The Signifying Monkey. A Theory of African-American Literary Criticism*, New York, Oxford: Oxford Univ. Press 1988.
- Häußermann, Hartmut/Siebel, Walter: *Urbanität. Beiträge zur Stadtforschung Stadtentwicklung Stadtgestaltung*, Band 37, Magistrat der Stadt Wien 1992.

- Hebdige, Dick: *Subculture. The Meaning of Style*, London: Methuen 1979.
- Höller, Christian: »Pop Unlimited? Imagetransfers und Bildproduktion in der aktuellen Popkultur«, in: ders. (Hg.), *Pop Unlimited? Imagetransfers in der aktuellen Popkultur*, Wien: Turia & Kant 2001, S. 11-27.
- Huber, Joachim: *Urbane Topologie. Architektur der randlosen Stadt*, Weimar: Univ.-Verl. der Bauhaus-Univ. 2002.
- Karrer, Wolfgang: »Rap als Jugendkultur zwischen Widerstand und Kommerzialisierung«, in: ders./Ingrid Kerkhoff (Hg.), *Rap, Gulliver* 38, Hamburg, Berlin: Argument 1996, S. 21-44.
- Krämer, Sybille: »Sprache – Stimme – Schrift: Sieben Gedanken über Performativität als Medialität«, in: Uwe Wirth (Hg.), *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 2002, S. 323-346.
- Laing, David: *One Chord Wonders. Power and Meaning in Punk Rock*, Milton Keynes, Philadelphia: Open Univ. Press 1985.
- Lefebvre, Henry: *The Production of Space*, Oxford UK, Cambridge USA: Blackwell 1991.
- Lipsitz, George: *Dangerous Crossroads. Popmusik, Postmoderne und die Poesie des Lokalen*, St. Andrä-Wörtern: Hannibal 1999.
- McLuhan, Marshall: *Die magischen Kanäle. »Understanding Media«*, Düsseldorf, Wien, New York, Moskau: Econ 1992.
- McLuhan, Marshall: *Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters*, Bonn, Paris, Reading: Addison-Wesley 1995.
- Potter, Russel A.: *Spectacular Vernaculars. Hip-Hop and the Politics of Postmodernism*, Albany: State University of New York Press 1995.
- Prigge, Walter: »Mythos Architektur«, in: Gotthard Fuchs/Bernhard Moltmann/ders. (Hg.), *Mythos Stadt*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1995, S. 73-86.
- Prigge, Walter: Wie urban ist der digitale Urbanismus?, 1996, *Telepolis. Magazin für Netzkultur*, Internet-URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/sam/6025/1.html>, Stand: 11.2.2003.
- Rose, Tricia: *Black Noise. Rap Music and Black Culture in Contemporary America*, Hanover, London: Wesleyan Univ. Press 1994.
- Ross, Andrew/Rose, Tricia (Hg.): *Microphone fiends. Youth Music & Youth Culture*, New York, London: Routledge 1994.
- Schwendter, Rolf: *Theorie der Subkultur*, Köln: Kiepenheuer und Witsch 1973.
- Shields, Rob: »A Guide to Urban Representation and What to Do About It. Alternative Traditions of Urban Theory«, in: Anthony D. King (Hg.), *Re-Presenting the City. Ethnicity, Capital and Culture in the Twenty-First Century Metropolis*, Houndsmills, London: Macmillan 1996, S. 227-252.

- Sieverts, Thomas: *Zwischenstadt. Zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land*, Braunschweig, Wiesbaden: Vieweg 1997.
- Thornton, Sarah: *club cultures. Music, Media and Subcultural Capital*, Hanover, London: Wesleyan Univ. Press 1995.
- Willis, Paul E.: *Profane Culture*, London: Routledge, Kegan Paul 1978
- Wirth, Louis: »Urbanism as a Way of life«, in: *American Journal of Sociology* 44 (1938), S. 1-24.