

HipHop und Sprache: Vertikale Intertextualität und die drei Sphären der Popkultur

JANNIS ANDROUTSOPOULOS

1. EINLEITUNG

Sprache an sich ist zwar keine kulturelle Ausdrucksform des HipHop wie Tanzen oder Malen – sie ist aber das Zeichensystem des populärsten Elements, des Rap, und darüber hinaus Mittel der gesellschaftlichen Verständigung über die Kultur. Insofern gehört eine Untersuchung der Kennzeichen und Besonderheiten des Sprachgebrauchs zu den Grundfragen eines empirischen Zugangs zu HipHop. In diesem Beitrag möchte ich das Verhältnis von HipHop und Sprache auf zwei Ebenen verorten: im Hinblick auf die Dialektik von Globalität und Lokalität sowie in Bezug auf die verschiedenen Formen der kulturellen Kommunikation. Ich gehe davon aus, dass das weit verbreitete Verständnis von HipHop als »universal language« oder »global idiom« (Mitchell 2001: 12, 21) nur die eine Seite der Medaille ist. Denn HipHop lebt vom Versuch, im Wettstreit mit Gleichgesinnten einen individuellen Style zu entwickeln, sich Distinktion innerhalb der gemeinsamen Kultur zu verschaffen (vgl. Nohl und van Treeck, in diesem Band). Dies führt zur stilistischen Ausdifferenzierung nicht nur im Ländervergleich, sondern auch zwischen Regionen und Städten oder sogar innerhalb einer Stadt.¹ Nimmt man das Wechselverhältnis des Globalen und Lokalen in der Entwicklung der Popkultur – und ihrer Sprache – ernst, sind also globale Gemeinsamkeiten durch lokale Besonderheiten zu ergänzen. Dabei ist das gesamte Spektrum der Äußerungen und Formen der Kommunikation, welche die Popkultur konstituieren, zu berücksichtigen. Dazu gehört nicht nur die Kunst, sondern auch ihre öffentliche und private Nachbearbeitung durch die Fans und die einschlägigen Spezialmedien.

Im Kern dieses Beitrags steht der Versuch, HipHop als ein System von drei miteinander vernetzten »Sphären« oder Kommunikationsbereichen zu begreifen, die man plakativ als Kunst, Journalismus und

Fan-Kommunikation betiteln kann. An Beispielen aus mehreren Sprachen werde ich darstellen, wie in jeder dieser Sphären der Sprachgebrauch jeweils lokalen Umständen angepasst wird, ohne bestimmte globale Charakteristika zu verlieren. Das Instrument, um die Fülle an Texten und Kommunikationsformen im HipHop übersichtlich zu erfassen, ist John Fiskes Konzept der vertikalen Intertextualität (Fiske 1987). Allerdings wirft die Anwendung des Konzepts auf eine dynamische, intermedial ausgedehnte Kultur wie HipHop auch Probleme auf. Damit wird HipHop zum Testfall für die Möglichkeiten und Grenzen einer textorientierten Analyse von Popkultur.

2. DAS KONZEPT DER VERTIKALEN INTERTEXTUALITÄT UND SEINE ANWENDUNG AUF HIPHOP

Der nachfolgende Versuch, das »Textuniversum« der HipHop-Kultur ganzheitlich zu skizzieren, ist von insgesamt drei Ansätzen theoretisch und methodisch geprägt. Neben dem Konzept der vertikalen Intertextualität, das als zentrales Instrument ausführlich vorgestellt wird, handelt es sich um die Kritische Diskursanalyse von Fairclough (1995) sowie die Textlinguistik und Textsortenanalyse. Obwohl sich diese Ansätze weitestgehend unabhängig voneinander entwickelt haben, verbindet sie das Konzept der Intertextualität (vgl. Mikos in diesem Band) sowie der Versuch, die Einschränkung der klassischen Intertextualitätsforschung auf Beziehungen zwischen einzelnen Texten zu überwinden. So stellt Norman Faircloughs *Critical Discourse Analysis* ein umfassendes Instrumentarium vor, um das Verhältnis von Diskursen, Massenmedien, Gattungen und Sprachstrukturen zu beschreiben. In Anschluss an Bourdieu und Foucault entwirft Fairclough (1995: 181ff.) eine Skizze des mediatisierten politischen Diskurses als einer »complex area of practice« (185) mit einem Repertoire von Stimmen und Diskursen, die in verschiedenen Mediengattungen miteinander verflochten werden. Neuere Entwicklungen in der Text- und Textsortenlinguistik führen von der Analyse isolierter Textsorten hin zur Vernetzung von Textsorten und der Herausbildung von Textsorten-Repertoires in bestimmten Kommunikationsbereichen wie der politischen oder wissenschaftlichen Kommunikation (Adamzik 2001). Klein (2000) modelliert diese »Textsorten-Intertextualität« am Beispiel von Seifenoperen. Ein Zentraltext, die Seifenoperfolge, verbindet sich demnach in einer netzartigen Struktur mit mehreren anderen Texten, die in unterschiedlicher – zeitlicher, semantischer, rezeptionsseitiger – Relation zum Zentraltext stehen. Im Vergleich dazu bietet Fiskes Konzept den Vorteil, dass seine drei Ebenen – im Folgenden werde ich sie auch als »Sphären« bezeichnen – die wesentlichen Subjektpositio-

nen im popkulturellen Diskurs erfassen: Künstler, Vermittler und Rezipienten.

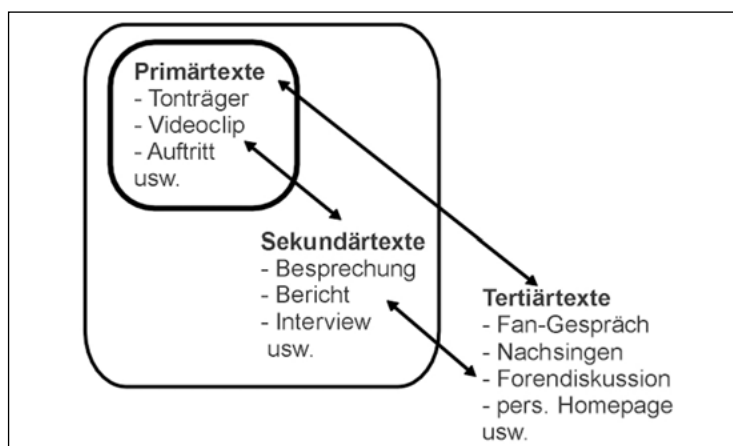
In seinem Buch *Television Culture* betrachtet Fiske Fernsehkultur als ein Geflecht intertextueller Beziehungen (»web of intertextual relations«, 1987: 85), in dem Texte ständig Bezug auf andere Texte nehmen und ihre Lesart beeinflussen. Im Hintergrund steht ein weiterer Textbegriff, der Gesprochenes und Geschriebenes, Direktes und Mediales, Verbales und Visuelles mit einschließt. Texte in dem Sinne sind nicht nur Zeitungsberichte oder Songtexte, sondern gesamte Songs, Videoclips oder auch Tanzfiguren vor dem Spiegel. Fiske unterscheidet »horizontale« und »vertikale« Relationen zwischen Texten (1987: 84-85, 115-126). Bei den ersteren handelt es sich um explizite Beziehungen zwischen einzelnen Medientexten in Bezug auf ihre Gattungsmerkmale, Charaktere oder Inhalte, beispielsweise Relationen zwischen zwei Folgen einer Seifenoper oder Anspielungen eines Videoclips auf einen Film (108). Als vertikale Intertextualität bezeichnet Fiske die Relationen eines Fernsehtextes zu anderen Texten, denen unterschiedliche Funktionen im Kreislauf der Popkultur zukommen (117). Er unterscheidet zwischen primären, sekundären und tertiären Texten. Die *primären Texte* sind das eigentliche Kernstück der Popkultur: Filme, Clips, Seifenopern und andere Produkte der Medien- und Unterhaltungsindustrie, um die sich die weiteren Strukturierungsprozesse der Popkultur abspielen. Um die Primärtexte herum operieren *sekundäre Texte* wie z.B. Besprechungen und Werbetexte. Ihre wesentliche Aufgabe besteht darin, »selected meanings« der Primärtexte zu fördern (1987: 117). Sekundärtexte haben daher einen Einfluss darauf, welche der in den Medientexten angelegten Bedeutungen bei der Rezeption aktiviert und zentral gemacht werden. *Tertiäre Texte* schließlich sind auf der Ebene der Zuschauer (oder allgemeiner der Konsumenten populärer Kultur) und ihrer sozialen Beziehungen anzusiedeln. Sie sind »the texts that the viewers make themselves out of their responses which circulate orally or in letters to the press, and which work to form a collective rather than an individual response« (124). Das Spektrum der Tertiärtexte bleibt bei Fiske recht offen, neben dem Privatgespräch kann es sich um öffentliche Stellungnahmen wie Leserbriefe oder auch um Interviews mit einem Forscher handeln.

Die Anwendung dieser Dreiteilung auf die HipHop-Kultur (am Beispiel Deutschlands) erfasst auf Anhieb eine große Anzahl von Textsorten. Beispielsweise sind im Fall Rap die *Primärtexte* die Tonträger, genauer gesagt: die in ihnen enthaltenen Stücke sowie Paratexte wie Booklet und Cover (vgl. Ullmaier 1999), aber auch Videoclips und (aufgenommene, ausgestrahlte) Konzerte. Sie werden beschrieben, bewertet und beworben in Sekundärtexten wie Besprechungen,

Promotexten, Künstlerinterviews, Konzertberichten oder Moderationen. Als Tertiärtexte wären die Fan-Gespräche über Rapmusik, Reproduktionen von Primärtexten oder Eigenproduktionen der Fans einzuordnen. Ähnlich lässt sich die vertikale Intertextualität bei Graffiti beschreiben: Pieces an der Wand sowie Filme über Graffiti, wie man sie über einen Versand erwerben kann, sind die primären Texte; Berichte und Fotoserien in Fachzeitschriften oder Doku-Filme im Fernsehen die sekundären; die eigenen Entwürfe der Jugendlichen in ihren Blackbooks oder an der Wand sind die tertiären Texte. Diese Umsetzung wird in Abbildung 1 am Beispiel von Rap schematisch festgehalten. Die doppelten Pfeile deuten an, dass die Entwicklung der Popkultur nicht unidirektional verläuft, sondern Wechselwirkungen zwischen den Sphären einschließt. Die Anzahl der Verbindungslinien deutet an, dass Sekundärtexte den Kulturkonsum, z. B. die Kauf- oder Rezeptionsentscheidungen der Fans steuern können, aber nicht müssen.

Allerdings lässt die Anwendung des Konzepts auf HipHop auch mehrere problematische Punkte offen. Dies liegt mitunter an den historischen Rahmenbedingungen des Modells, das in den 1980er Jahren für das Fernsehen entwickelt worden ist. Fast 20 Jahre später und ein gutes Stück weiter in der Mediengeschichte scheinen vor allem zwei Aspekte des Modells problematisch: die allzu strikte Trennung zwischen den drei Ebenen sowie die geringe Einbeziehung der

Abbildung 1: Primäre, sekundäre und tertiäre Texte
am Beispiel der Rapmusik



Intermedialität von Populärkultur. Es ist gerade kennzeichnend für HipHop, dass die Grenzen zwischen Produzenten und Konsumenten, Akteuren und Rezipienten verwischt werden (vgl. Bennett, Menrath

und Mikos in diesem Band). Die Entwicklung der Neuen Medien fördert diesen Trend und eröffnet zudem der tertiären Sphäre einen wesentlich größeren Spielraum. Die beobachtbaren Misch- und Übergangsformen – beispielsweise die übers Internet vertriebene Eigenproduktion eines Nachwuchskünstlers, die sich gewissermaßen im Übergang vom Tertiär- in den Primärbereich befindet – sind in einem Modell, das Medienproduktion als einen geschlossenen, hoch spezialisierten Kreis begreift, nicht vorgesehen. Kennzeichnend für die popkulturelle Wirklichkeit des HipHop scheint mir gerade die Vielzahl von Kombinationen zwischen Aspekten der drei Sphären in verschiedenen Medienformaten zu sein. Beispielhaft hierfür sind die Free-style-Sendungen, die in den letzten Jahren in mehreren (privaten) Radiosendern aufgekomen sind (vgl. Berns 2003, Berns/Schlobinski 2003). In diesen Sendungen improvisieren Anrufer auf Beats, die der Studio-DJ auflegt, wobei einer oder mehrere Moderatoren das Geschehen strukturieren und kommentieren. In den Begriffen Fiskes liegt hier eine Mischform zwischen sekundären (Moderation) und tertiären Texten (Fanpraktiken) mit Referenz auf Vorbilder der primären Sphäre (professionelle Rapper) vor. Auch viele Diskursformen von HipHop im Internet (vgl. Abs. 3.3) sind als Kombinationen aus Elementen aller drei Sphären zu verstehen. Auf Portalen wie www.rap.de und www.webbeatz.de zum Beispiel werden Primärtexte (Songs, Videoclips) zur Verfügung gestellt, ein sekundärer Diskurs mit Berichten, Rezensionen und Interviews wird angeboten, Foren und Chats machen den tertiären Diskurs aus.

Setzt man nun die vertikale Intertextualität in Bezug auf die globale und lokale Dimension des HipHop, so verhalten sich die drei Sphären uneinheitlich. Im Fall Rap bilden die rezipierten Primärtexte oft ein Amalgam aus globalen und lokalen Ressourcen, da viele Fans US-amerikanische neben einheimischen Produktionen hören oder auf Letztere ganz verzichten. Auch die rezipierten sekundären Texte haben globale Reichweite, beispielsweise die Sendung *Yo! Mtv Raps*, die seit den späten 1980ern für viele Jugendliche weltweit den ersten Kontakt mit HipHop im Fernsehen darstellte. Parallel dazu gewinnt jedoch das Lokale an Eigenständigkeit. Mit zunehmender lokaler Ausdifferenzierung entwickeln sich Nischenmedien, um über lokale Entwicklungen zu informieren (bzw. diese zu vermarkten). Tertiärtexte sind zwar per definitionem lokal verankert, doch auch dies ändert sich mit dem Internet, indem Fanproduktionen eine potenziell internationale Reichweite erreichen und Fan-Gespräche über Distanz hinweg geführt werden können.

3. DIE DREI SPHÄREN IM HIPHOP: GLOBALE KONTUREN – LOKALE UMSETZUNGEN

Im Folgenden sollen mit Rückgriffen auf eigene Arbeiten² sowie auf die aktuelle Diskussion einige Aspekte der drei Sphären vorgestellt werden, die mir im Hinblick auf die Globalität und Lokalität von HipHop wichtig erscheinen. Bei den Primärtexten geht es darum, wie Gattungskonventionen lokalisiert werden. Bei den Sekundärtexten gilt es zu zeigen, wie konventionelle Darstellungsformen der Massenmedien mit HipHop-typischen Elementen angereichert werden. Tertiäre Texte greifen auf die beiden anderen Bereiche als Vorbilder und Ressourcen für lokale Praktiken zurück.

3.1 Primärtexte: Rap-Rhetorik und stilistische Orientierungen

Hier beschränke ich mich auf Rap, den in der fachlichen wie öffentlichen Diskussion am besten erschlossenen Primärbereich. Grundvoraussetzung aller lokalen Rapforschungen ist der Übergang vom Englischen in die eigene Landes- bzw. Muttersprache – ein Übergang, der heutzutage in den meisten europäischen Ländern als abgeschlossen gelten kann.³ Der Gebrauch der Mutter- bzw. Landessprache stellt den ersten Schritt für die weitere Rekontextualisierung und »Emanzipation« der Gattung dar.

Den analytischen Rahmen für die folgenden Ausführungen bildet das von Androutsopoulos/Scholz (2002 und im Druck) an Raptexten aus mehreren Sprachen entwickelte Modell, das auf der Basis text- und soziolinguistischer Ansätze ein »Gattungsprofil« mit folgenden Hauptdimensionen erstellt: (1) *Songthemen*: Die meisten Rapsongs arbeiten mit einer geringen Anzahl von Themen (Selbstdarstellung, Szenediskurs, Sozialkritik, Nachdenklichkeit, Liebe/Sex, Party/Fun, Drogen), deren Häufigkeit länderspezifisch sowie je nach »Fraktion« oder Stilrichtung in jedem einzelnen Land variieren kann (vgl. auch Auzanneau, Hüser und Scholz, in diesem Band). (2) *Sprechhandlungen*: Rapsongs arbeiten mit einer Reihe von ritualisierten Sprechhandlungen: Boasting (Selbstlob), Dissing (rituelle Herabsetzung), Verortung des Rappers in Raum und Zeit, Repräsentieren. (3) »*Rap-Rhetorik*«: Oberbegriff für gattungstypische Textgestaltungsmittel semantischer wie formaler Natur, vor allem Metaphern und Metonymien, Vergleiche, kulturelle Referenzen Akronyme, Buchstabierungen (z. B. von Namen oder Jahresangaben), Homophonien und Homophoniespiele (vgl. Potter 1995: 53, 64, 81-2). (4) *Sprachliche Orientierung*: Verortung der Raplyrics zwischen Standard und Nonstandard sowie Beschreibung der kreativen Kombination verschiedener Varietäten bzw. Register der Landessprache. Am Beispiel der Rap-Rhetorik und der sprachlichen Orientierung möchte ich zeigen, wie globale Kontu-

ren der Gattung auf lokaler Ebene immer wieder neu »aufgefüllt« werden.

Rap bedient sich weltweit einer hochgradig metaphorischen Sprache, die mit dem Begriff der *konzeptionellen Metapher* (Lakoff/Johnson 1998, vgl. auch Scholz 2003a) erfasst werden kann. Rap als Kampf, Rap als Wissen, Rap als Waffe oder Droge sind Beispiele für solche abstrakte Gleichsetzungen zwischen zwei Erfahrungsdomänen, welche die Grundlage für eine Vielzahl einzelner metaphorischer Ausdrücke darstellen können. Wie diese bereits im US-amerikanischen Rap etablieren Metaphern lokal umgesetzt werden, sei am Beispiel von Rap als Droge gezeigt. Im Grunde geht es darum, die eigene künstlerische Leistung als eine machtvolle Substanz zu präsentieren, die den Hörer in Rausch versetzen oder gar süchtig machen kann. So behauptet beispielsweise der Wu-Tang Clan: *I crystallize the rhyme so you can sniff it.*⁴ Spax singt: *mein stoff 100% pure dope ohne verschnitt.*⁵ Fünf Sterne Deluxe geben an, wie eine *Infusion* und *Injektion* zu wirken. In einem griechischen Rapsong wird das gleiche Prinzip durch Bezugnahme auf lokale Institutionen realisiert: *ein Zug von meinem Rap ist genug, um dich nach »Strofi« auf Entzugskur zu schicken*⁶ – »Strofi« (>Wende<) ist eine landesweit bekannte Entzugsanstalt.

Referenzen auf die Populär- und Medienkultur sind charakteristisch für die Gattung vom Anfang an und finden sich sogar in den *sounds* und *dozens*, den rituellen Beleidigungen der afroamerikanischen Jugendlichen (Labov 1972). Namen von Persönlichkeiten, Waren, Filmen, Comics usw. werden im Rapdiskurs immer wieder als Vergleichsgrößen zum Zweck des Selbstlobs oder der rituellen Erniedrigung des Gegners eingesetzt. Diese Vergleiche haben für gewöhnlich das Format »X ist Y« oder »X wie Y«, wobei X für den Akteuren oder seine »Gegner« und Y für die kulturelle Referenz steht. Beispielsweise heißt es bei Rödelheim Hartreim Projekt: *Du bist weich wie ein Kissen/ich komme hart wie Thyssen Stahl* (>Reime«, 1994). Durch Referenzen können Mentalitäten und Gefühle geschildert, Handlungen und Verhaltensweisen bewertet werden. Ähnlich wie beim Sampling (Mikos in diesem Band) wird durch verbale Referenzen ein »kultureller Horizont« hergestellt, in dem sich länderspezifische Traditionen mit Wissensbeständen des globalen HipHop vermengen. Am Beispiel eines klassischen Boasting:

*Beispiel 1: Auszug aus Fünf Sterne Deluxe, »Dein Herz schlägt schneller« (1998)*⁷

1. Hier kommt die Band die bald so bekannt is'
wie Neger-Kalle auf'm Kiez
2. Hamburg das ist richtig, wir ham die fetten Beats
3. das ist sicher wie Angeln mit der Banjo-Elritze

4. If you need a fix Baby, hier is' deine Spritze
5. Unsere Skills kommen edel wie'n kühles Holsten
6. das ist unser Pils, und das knallt am dollsten
7. Tssss! Wir sell out? Nicht dass ich wüsste
8. ich weiss nur da geht was bei uns an der Küste

Nach Berns/Schlobinski (2003: 205ff.) erreichten Fünf Sterne Deluxe ihre »street credibility« durch konsequente Entwicklung eines eigenen Stils mit einem Hang zur Absurdität. Sie feiern das Lokale in und durch ihre Selbstbeweihräucherung (Zeilen 1, 3, 5, 8) und nehmen Kritik an ihrer Glaubwürdigkeit vorweg (Zeile 7). Ihre Lyrics zu entziffern setzt eine Menge gemeinsames Wissen voraus. Der Vers »sicher wie Angeln mit der Banjo-Elritze« (Zeile 3) beispielsweise spielt auf einen Late Night-Werbespot für Angeln an, der eben seiner Absurdität wegen ausgewählt wurde. »Being able to decipher this line is thus a sort of privilege, as listeners are made to feel that they share a special kind of knowledge with the band« (ebd.: 208). Wie das gleiche Motiv – Selbstlob, Identifizierung mit dem Lokalen, Verarbeitung gemeinsamen Wissens – am anderen Ende Europas realisiert wird, zeigt das folgende Beispiel:

Beispiel 2: Auszug aus einem griechischen Rap-Sampler (2000)⁸

1. Su bíke to démonio
2. Otan akús ton Ypochthónio
3. Kai vázi tus MCs
4. Olus na piún to kónio

»Das Daimonium dringt in dich ein
Wenn du Ypochthonios zuhörst
Der alle MCs
Das Konium trinken lässt«

Das Selbstlob besteht darin, dass der Rapper von sich behauptet, andere MCs zum Selbstmord zu treiben. Die an sich »globale« rituelle Angeberei wird in Referenzen auf das antike Griechenland eingehüllt. In Zeile 1 haben wir mit *Daimonium* – nach Platon Sokrates' innere Stimme, allgemeiner ein böser Geist – den ersten Hinweis. Der Rapper nennt sich *Ypochthonios* (Zeile 2), eine auf das Altgriechische zurück gehende Wortbildung, die sich als »der Unterirdische« übersetzen lässt und damit auf Underground anspielt. Die rituelle Herabsetzung der Gegner bleibt in demselben Wissensrahmen – sie trinken *Konium*, das an Sokrates verabreichte Gift.

Die Maxime der lokal verankerten, metaphorisch verarbeiteten

Selbststilisierung und rituellen Beleidigung eines »Gegners« kann bisweilen seltsame Blüten treiben und zur Debatte nach den Grenzen des künstlerischen Freiheit zwingen. Ab 2001 machten sich im deutschsprachigen Rap Battletexte bemerkbar, die neben der im Battlerap ohnehin üblichen sexistischen Rhetorik mit Holocaust-Vergleichen und rassistischen Aussagen arbeiten (Beispiel 3).

Beispiel 3. »Nazi-Rap« aus einem HipHop-Forum⁹

1. Ich eröffne Dachau nochmal für dich und deine Crew
2. Ihr wixer seid hässlich, arrogant und schwul [...]
3. Ich bin Adolf Hitler und du bist hier das Judenschwein
4. Samt deinen Zulubrüdern steck ich dich ins KZ rein [...]

Güngör/Loh (2002: 296ff.) bezeichnen derartige Texte als »Nazi-Rap« und weisen darauf hin, dass die zunehmende inhaltliche Beliebigkeit im deutschsprachigen Rap ein Einfallstor für rechtsradikales Gedankengut darstellen kann (vgl. auch Loh 2002). Angesichts von Beispielen wie (3) lässt sich nun argumentieren, dass derartige Entgleisungen in der Logik der Verbindung zwischen aggressiver Rhetorik und lokaler Verankerung liegen. Wenn es im Battlerap generell, also sprachen- und länderübergreifend darum geht, einen künstlerischen Gegner zu degradieren mit rhetorischen Mitteln und Referenzen, die sich aus Geschichte und Gegenwart der jeweiligen Sprachgemeinschaft herleiten, erscheint ein Rückgriff auf derartige Mittel in Deutschland nahezu unausweichlich. Der Punkt ist, wie Güngör/Loh (2002) zu Recht betonen, ob und wie die Akteure selbst Verantwortung übernehmen, indem sie von Ressourcen absehen, die einem Diskurs der Unterdrückung entstammen.

Wie Michelle Auzanneau (in diesem Band) hervorhebt, wird Sprache im Rap oft mit der »Sprache der Strasse« gleich gesetzt. Die Gründe hierfür führen zurück zu den Wurzeln der Kunstform. Noch vor Geburt des HipHop gehörte Rap (*to rap*: »lebhaftes Daherreden«, »prahlen«) der Alltagsrhetorik der afroamerikanischen Kultur an, der spätere Sprechgesang entwickelte sich auf dieser Basis (vgl. Toop 2000, Berns/Schlobinski 2003). Gleichzeitig ist die Sprachwahl im Rap in ihrer Sozialsymbolik wichtig. Das afroamerikanische *vernacular English* steht für die Subversivität des HipHop und für Distanz zur dominanten Kultur der USA. Nach Potter (1995: 57ff.) spricht Rap durch ein *resistance vernacular*. Er nimmt eine stigmatisierte Sprachvarietät und setzt sie als positives Symbol des Widerstands künstlerisch ein. Durch den kommerziellen Erfolg der Rapmusik hat Black English auch bei Jugendlichen der ethnischen Mehrheit an Prestige gewonnen und wirkt nunmehr weit über die USA hinaus (vgl. Abs. 3.3.)

Die umgangssprachliche Orientierung des Rapsongs bleibt grundsätzlich auch im europäischen Kontext bestehen. Ob in Italien, Deutschland, Griechenland oder der Schweiz, Rap-Lyrics stehen der gesprochenen Alltagssprache nah. Allerdings ist die Sprachlage des europäischen Rapsongs differenzierter zu betrachten. Die ursprüngliche weitgehende Einschränkung auf eine spezifische *ethnische* Varietät des Amerikanischen Englisch wird abgelöst durch die innere und äußere Mehrsprachigkeit in jedem einzelnen europäischen Land: Regionalsprachen, soziale Dialekte, Migrantensprachen und nicht-muttersprachliche Varietäten der Landessprache finden Eingang in die Raptexte. Dieses Spektrum normferner Sprechweisen wird nun mit bildungssprachlichen und poetischen Sprachmitteln kombiniert. Ein kondensiertes Beispiel dafür ist die Phrase *und des free-styles mächtig* (Die Krähen, »Fett den Funk« 1995), in der die englischsprachige Terminologie der Kultur in eine im Alltag unübliche Konstruktion eingebettet wird. Ähnlich wartet der 1993er Advanced Chemistry-Song »An das Publikum« mit einer Reihe bildungssprachlicher Wörter auf – *protestiere, denunziere, demonstriere, prozessiere, kritisiere, deklariere* – um wenig später festzustellen, *dass in zeitungten ... immer mehr scheiße und weniger information steht*. Nicht die »Sprache der Straße« an sich ist kennzeichnend für das Genre, sondern die Art und Weise, in der das gesamte Reichtum der eigenen Sprache kreativ ausgelotet und in ungewöhnliche, manchmal auch irritierende Verbindungen gesetzt wird.

Welche sprachlichen Ressourcen nun im Einzelfall ausgewählt, wie und wie oft sie im Rapsong verwendet werden, ist von mehreren Faktoren abhängig: dem soziolinguistischen Profil des Einzellandes, der individuellen künstlerischen Orientierung, der spezifischen Songthematik. Beispielsweise fällt die Verwendung von regional geprägter Sprache – und dies trotz aller Lokalisierungsgebote – im europäischen Vergleich sehr unterschiedlich aus, wobei die Akzeptanz der Dialekte in jeder Sprachgemeinschaft ausschlaggebend scheint. Sind beispielsweise im deutschen Rap Regionalmerkmale nur gelegentlich zu hören (so etwa bei Stieber Twins oder Rödelheim Hartreim Projekt), kommen sie im italienischen Rap viel häufiger vor. »Das Switchen zwischen Italienisch und Dialekt sowie die Kopräsenz internationaler (englischer) subkultureller Adstrate ist ein durchgängiges Phänomen« (Scholz 2003b: 120 und in diesem Band). In Frankreich hingegen ist Regionalsprachliches wenn überhaupt im Gebiet des Okzitanischen zu finden, stattdessen ist der Argot der Pariser Banlieue prominent (Boucher 1998, Scholz 2003a, 2003b). Auch im ebenfalls zentralistischen, für Dialekte wenig toleranten Griechenland ist Dialekt im Rapsong auf Parodien eingeschränkt. Eine weitere Quelle für die sprachliche Vielfalt des europäischen Rapsongs sind die Sprachkontakte zwischen der Landessprache und dem Englischen einerseits,

verschiedenen Migrantensprachen andererseits. Während englische Wörter, Phrasen oder größere Textsegmente in allen bisher untersuchten lokalen Varianten des Rap vorkommen, wenn auch in unterschiedlicher Häufigkeit, ist der Gebrauch von Migrantensprachen und Ethnolekten (ethnisch markierten Varietäten der Mehrheitssprache) länderspezifisch unterschiedlich. In deutschen Produktionen bekommt man vor allem Türkisch oder Italienisch, in Frankreich Arabisch oder afrikanische Sprachen zu hören, und zwar manchmal im gesamten Song bzw. Tonträger (vgl. Kaya in diesem Band), manchmal auf der Mikroebene der einzelnen Verse bzw. Strophen. Migrantensprachen und Ethnolekte können als Mittel der Charakterschilderung fungieren. In »Ahmet Gündüz II«, einem 1994er Rapsong von Fresh Familiee, ist »Gastarbeiterdeutsch« konstitutiv für die Erzählfigur. In anderen Fällen sind mehrsprachige Einblendungen als Deklarationen eines multiethnischen bzw. -kulturellen Diskurses zu interpretieren. In »Funkfurt« zum Beispiel, einem 1998er Rap des deutsch-türkischen Künstlers Volkan, löst der Vers *von frankfurt bis nach istanbul* einen Sprachwechsel vom Deutschen ins Türkische aus, wobei innerhalb der türkischen Passage die englische Phrase *sole culture* (»eine einzige Kultur«) mehrmals zu hören ist. Auch für Hörer ohne Türkischkenntnisse dürfte die Botschaft – HipHop kennt keine national-ethnischen Grenzen – klar sein. Auch Songs wie »Esperanto« (Massive Töne), Bands und Projekte wie *Diaspora*, *Microphone Mafia* und *Brothers Keepers* machen die mehrsprachige Erfahrung ihrer Mitglieder hörbar. Minderheitensprachen im europäischen HipHop sind insgesamt durchaus mit »resistance vernaculars« im Sinne Potters (1995) zu vergleichen. Sprachen ohne symbolische Macht im öffentlichen Diskurs werden im Rap bewusst als positive Symbole von Identität und Präsenz eingesetzt.

Auch die individuelle Positionierung zwischen Mainstream und Underground sowie die spezielle Songthematik prägen die Sprachgestaltung im Rapsong. Scholz (in diesem Band) setzt den Sprechstil von Raptexten in Relation zur Schichtung des lokalen Rap-Marktes, der nach dem Kriterium der Verfügbarkeit in drei Bereiche eingeteilt wird: Mainstream, Overground und Underground. Er geht davon aus, dass die Marktstellung einzelner Künstler die Freiräume ihres Sprachgebrauchs einschränkt, wobei Overground und Underground eine größere Experimentierfreudigkeit bzw. eine Annäherung an die Sprache der Straße zulassen.¹⁰ Zu bedenken ist dabei, dass Veröffentlichungen stilistisch uneinheitlich sein können, was auch mit der Songthematik zusammenhängt. Bestimmte Themenbereiche des Rapsongs sind konventionell umgangssprachlicher geprägt als andere. Aggressive Selbstdarstellungen, Dissing und Party-Songs beispielsweise arbeiten mehr mit der »Sprache der Straße« als etwa erotische oder nachdenkliche Lieder. Sprachlicher Nonstandard ist insbesondere mit einer

Songthematik verbunden, die die Kultur der Straße und entsprechende Eigenschaften (street smartness, toughness, subkulturelle Erfahrung) widerspiegelt. Durch den Sprachstil zeigt man, dass man weiß, wovon man spricht.

3.2 Sekundärtexte: HipHop und journalistischer Diskurs

»Wer nicht weiß, was ich jahrelang gemacht habe, der hat einfach nur die Medien beachtet. Und das würde ja bedeuten, HipHop passiert nur in den Medien. So zu denken ist natürlich gefährlich. Denn die Konsequenz wäre, wenn man die Medien wegnimmt, gibt es keinen HipHop mehr. Das ist Schwachsinn.« – Torch¹¹

Das Verhältnis zwischen Jugendkulturen und Medien ist ein Dauerbrenner in wissenschaftlichen wie lebensweltlichen Diskursen über Jugendkultur. Eine kritische Stellungnahme dazu kommt im Zitat von Torch beispielhaft zum Ausdruck: Jugendkultur konstituiert sich in erster Linie im Alltag, ihr Sinn für die Beteiligten entsteht in und durch Aktionen, die jenseits der medialen Aufmerksamkeit stehen, ja stehen müssen (vgl. auch van Treeck und Kaya, in diesem Band). Die umgekehrte Position lautet: Keine Jugendkultur ist heutzutage ohne Medien denkbar. Vielmehr gilt es, das Konzept »der Medien« zu differenzieren. Wenn Torch über »die Medien« spricht, sind insbesondere die kommerziellen Mainstream-Medien gemeint, die großräumige Öffentlichkeiten konstituieren. Major-Veröffentlichungen, Musikfernsehen und Werbekampagnen können ein Bild von Jugendkultur projizieren, die mit der lokalen Erfahrung der Beteiligten wenig übereinstimmt. Bei anderen Medienformaten ist jedoch die Distanz zur gelebten Kultur nicht allzu groß. Fanzines, Internetforen oder Flyer sind Bestandteil der lokalen Kulturpraxis und zeigen, wie einzelne Szene-Aktivist:innen ihre Leidenschaft allmählich professionalisieren. So betrachtet sind Medien ein wesentlicher Bestandteil in der geschichtlichen Entwicklung einer landesspezifischen HipHop-Szene. Relevant scheint die Frage, inwiefern der Sekundärsphäre über die gesamte Bandbreite des Mediensystems verfügt. Die erste und »natürliche« Arena für Jugendmusikkulturen sind bekanntlich die Printmedien, heutzutage auch das Internet, da sie auch am Rande der Medien- und Kulturindustrie betrieben werden können. Spezielle Radio- oder gar Fernsehsendungen deuten auf einen beachtlichen kommerziellen Ausbau der Sparte hin und sind in anderen Ländern Europas nicht selbstverständlich.

HipHop-Medien teilen wesentliche Eigenschaften anderer jugendkultureller bzw. Szenemedien (vgl. Androutsopoulos 2000). Sie sind thematisch spezialisiert, setzen ein gewisses Maß an Vorinformation und Vertrautheit mit dem Szenendiskurs voraus, transportieren

die Fachsprache und den speziellen Jargon der Szene und arbeiten mit marktüblichen Textsorten, die stilistisch den Gepflogenheiten und der Symbolik jeder Szene angepasst werden. HipHop-Medien sind in einem Spannungsverhältnis zwischen der Szene und der dominanten Medien- und Werbeindustrie zu betrachten. Ähnlich wie beim Rap gibt auch es in der Sekundärsphäre einen Mainstream (etwa die Fernsehsendungen), einen Overground (z.B. Fachzeitschriften wie Juice und Backspin) und einen Underground (kleinräumig operierende Fanzines). An welcher Stelle des Kontinuums ein spezifisches Medium steht, ist an der inhaltlichen Zusammensetzung, am Umgang mit Werbung und nicht zuletzt am Sprachgebrauch erkennbar.

Was Spezialmedien im HipHop jenseits der Landesgrenzen vereint und unterscheidet, zeigt ein exemplarischer Vergleich zwischen führenden Magazinen aus Deutschland (Backspin), Frankreich (Radikal) und Italien (Aelle). Je eine Ausgabe wurde ausgewertet im Hinblick auf ihre inhaltliche Zusammensetzung und die Herkunft ihrer Werbeanzeigen (Androutsopoulos 2001). Während bestimmte inhaltliche Aspekte für Musikzeitschriften schlechthin typisch sind – etwa der hohe Anteil von Interviews und Rezensionen –, sind die in allen drei Magazinen reichlich vorhandenen Graffiti-Seiten sowie Sprühdosen-Anzeigen echte Kulturspezifika. Differenzen in der Verteilung der Werbeanzeigen haben weniger mit HipHop an sich und mehr mit der Position der Hefte auf dem nationalen Markt zu tun. Dass beispielsweise das französische »Radikal« verhältnismäßig mehr Anzeigen für Major-Veröffentlichungen, außerdem typische Komponenten der kommerziellen Jugendpresse wie Poster und Modedefeatures enthält, spiegelt nicht Frankreichs Szene, sondern den Kommerzialisierungsgrad des individuellen Magazins wider.

Ein zentraler Aspekt der Sekundärtexte ist die Art und Weise, wie Elemente des professionellen journalistischen Duktus mit Elementen aus dem Szenediskurs artikuliert werden. Je nach Einzelmedium, Gattung und individuellem Talent können die Ergebnisse sehr unterschiedlich ausfallen. Ein erstes Beispiel liefern die Programmhefte des Mtv HipHop Open-Festivals (Beispiel 4).

Beispiel 4: Auszug aus dem Programmheft von »HipHop Open 2001«

1. Der Berliner MC Kool Savas, der besonders durch seine
2. Aktivitäten mit [...] auf sich aufmerksam machte, fühlt
3. sich mit dem Terminus »Skandal-Rapper« durchaus treffend
4. bezeichnet. »Pint Banane an euch Affen« oder »Fame und Cash«
5. sind Beispiele für seine sehr direkte Art, die Dinge auf
6. den Punkt zu bringen. [...] Zurzeit arbeitet Kool Savas
7. voll motiviert und höchst akribisch an seinen Album »Battle

8. Kings«. Noch mehr klare Worte dürfen erwartet werden. Und
9. eins ist auch bei Kool Savas Live-Auftritten garantiert.
10. Fake-MC Köpfe werden rollen. Derber Schiet! Wort drauf!!

Dies ist ein recht professioneller Duktus, der sich der Zielgruppe annähert, Elemente aus ihrer Sprache aufnimmt und transformiert: komplexer Satzbau mit Relativsätzen und Passivkonstruktionen (Zeilen 1-2, 8) aber auch Szenewortschatz (*fake*, *derb*). Interessant im Hinblick auf das Verhältnis von Globalität und Lokalität sind insbesondere die abschließenden Evaluations- und Bestätigungsformeln *Derber Schiet!* verbindet den beliebten Bewerter *derb* mit einer Eindeutschung des HipHop-üblichen *shit* (Metapher für das eigene Zeug, den eigenen Kram). *Wort drauf!!* lässt an die beliebte afroamerikanische Schlussformel *word*¹² oder *word up* denken.

Je mehr sich der journalistische Diskurs auf bestimmte stilistische Gebote des Rap – Alltagssprachlichkeit, Zelebrierung normferner Codes, kreative Verbindung unterschiedlicher Ressourcen – einlässt, desto mehr werden die Grenzen zwischen redaktionellem und Szenestil verwischt, die Konventionen des journalistischen Diskurses aufgeweicht oder gar bewusst unterwandert. Als Beispiel führe ich eine Moderationssequenz aus der mittlerweile eingestellten Sendung »Wordcup« an. Sie gehört zu den »genrespezifische[n] Spezialsendungen« des Musikfernsehens, die sich von den »stilistisch unstrukturierte[n] Videoclip-Strecken«¹³ thematisch und stilistisch abzuheben versuchen, in den Inhalten wie im Gestus und Duktus der ModeratorInnen (Beispiel 5).

Beispiel 5: Eröffnung von »Wordcup« (Viva) 07.02.99

1. hey leute was geht ab
2. willkommen zu Wordcup
3. schön dass ihr eingeschaltet habt.
4. wie ihr vielleicht wisst, wird Wordcup hier
aus Köln produziert,
5. und wir haben uns überlegt,
6. damit ihr zuhause und damit vor allen dingen wir
ein bisschen was von der kultur zu sehen kriegen,
7. kommen wir hier mal zum Dom.
8. weltbekannt, Kölner Dom,
9. wir lümmeln grade noch auf der domplatte rum
mit den ganzen skatern,
10. gehen noch gleich mal rauf und gucken ob Method Man
oben sitzt,
11. äh was haben wir noch in der sendung.
12. wir ham ein interview vorbereitet mit Outcast,

13. das wird's zu sehen geben,
14. und wir warn in Paris bei der Rang Division, stimmt,
15. und da haben wir was mitgebracht aus der Paris zeit
16. wo wir euch zeigen, was da so grafikmässig
im hiphop-bereich abgeht in Paris.
17. auf jeden fall dranbleiben, bei Wordcup,
18. wir gucken erstmal Method Man, Judgement Day.
19. bei Wordcup. word.

Inhaltlich betrachtet bringt die ca. 30 Sekunden lange Passage weitgehend Standardisiertes: einleitende Begrüßung (Zeilen 1-3), eine »Atmosphäre schaffende« Beschreibung des Settings (4-10),¹⁴ eine Vor-schau auf die Inhalte der Sendung (11-16), Anmoderation des ersten Clips (17-19). Die Spartenzugehörigkeit der Sendung wird bereits im Vorspann reichhaltig markiert: Scratching-Sounds, Graffiti-Stil für das Sendungslogo, »schwarz« anmutende englische Stimmen im Hintergrund. Der Moderator, ex-Rapper Tyron Ricketts, hält ein Mikrofon in der Hand und übernimmt damit ein Element aus dem Rapper-Habitus; seine Gestik ist auffallend expressiv. Durch die einleitende Begrüßung *hey leute was geht ab* und die Abschlussformel *word* wird der HipHop-Diskurs erneut kontextualisiert. Die Selbstreferenz ist durchgehend ein inklusives *wir* – Ricketts spricht im Namen des gesamten Teams. Sein Wortschatz umfasst Szenemarker, informell-umgangssprachliche Ausdrücke (*rumlummeln*; *was grafikmäßig ... abgeht*), und einen Wechsel ins Englische (abschließendes *word*).¹⁵ Im Vergleich zu anderen Viva-ModeratorInnen kommt Ricketts' Stil auffallend ungeplant daher, enthält Verzögerungssignale und metakommunikative Äußerungen (*äh was haben wir noch...*, Zeile 11; *stimmt*, Zeile 14). Ob der Moderator tatsächlich spontan auftritt, ist so nicht zu beantworten. Entscheidend ist, dass er seinen virtuellen Interaktionsstil als einen spontanen, ungeplanten konstruiert und sich damit der Alltagskommunikation annähert, gewissermaßen authentischer erscheint.

Schreiber und Moderatoren, die wichtigsten Akteure der Sekundärsphäre, müssen den stilistischen Spagat zwischen Szene und Massenmedien vollziehen. Durch Anlehnung an den Sprechstil der Szene unterstreichen sie ihre subkulturelle Expertenschaft. Im kleinen Bereich der jugendkulturellen Nischemedien wird dadurch die Sprache der Straße zum symbolischen Kapital. Durch andere Verfahren (Strukturierungsmittel, flüssige Rede) bringen sie hingegen ihre professionelle Kompetenz zum Vorschein. Eine weitgehende Ignorierung journalistischer Konventionen können sich im Kernbereich der Massenmedien die Wenigsten leisten.¹⁶ Am Rande des Mediensystems ist das zwar möglich, doch in der Medienlandschaft des deutschsprachigen HipHop sind selbst bei Online-Projekten Filterungsprozesse zu

beobachten, die die Grenzen zwischen dem sekundären und dem tertiären Bereich verstärken. Webportale wie rap.de und webbeatz.de zum Beispiel setzen bei ihren freien Mitarbeitern starkes Schriftdeutsch, stilistische Sicherheit, eine »gute flotte Schreibe« (so der Webmaster von rap.de im Interview) voraus. Der Umgang mit Slang muss gekonnt werden, reicht aber für die Beteiligung an der Sekundärsphäre nicht aus. Die Maxime »Schreiben wie man spricht« genügt nur den Anforderungen der Tertiärsphäre.

3.3 Tertiärtexte: Fan-Kommunikation direkt und medial

Fantum ist ein Identitätsaspekt neben vielen anderen im Alltagsleben. Tertiäre Texte sind also in spezifischen Situationen und Aktivitäten im Leben von Individuen und Gruppen zu verorten. Wie andere expressive Jugendkulturen kennt HipHop ein ganzes Spektrum von Situationen, in denen Fan-Gespräche und andere kulturgebundene Aktivitäten entfaltet werden, beispielsweise Konzerte, Treffen im Jugendhaus, gemeinsames Üben und Rezipieren. Derartige Aktivitäten sind mehr oder weniger stark ritualisiert, in dem Sinne, dass die Performanz der Fan-Identität nicht nur erwartet wird, sondern auch ihr Ausleben, ihre Ausgestaltung vorgeformten Schritten und Ausdrucksformen folgt. Ausgehend von Fiskes weiter Auffassung tertiärer Texte (vgl. Abs. 2) kann man im HipHop zwischen zwei Sorten von Tertiärtexten unterscheiden: kommunikativer Alltag in der Gruppe und Eigenproduktionen. Fiske (1997) und Winter (1995: 199ff.) sprechen hier von zwei Typen der Fan-Produktivität: der semiotischen und expressiven einerseits, der textuellen Produktivität andererseits. Beide können sich neben dem direkten Gespräch auch durch verschiedene Medien verwirklichen, beispielsweise Leserbriefe (Fiskes 1987), die Produktion eigener Fanzines (Winter 1995) oder das Internet, worauf ich im weiteren Verlauf eingehen werde.

Die konkreten kommunikativen Praktiken der HipHop-Fans sind noch wenig untersucht. Vorliegende Untersuchungen arbeiten einerseits mit Interviews, andererseits mit Ausschnitten aus tatsächlichen Interaktionen. Als Beispiel für den ersten Typ sei Sylvia Schneiders ethnografische Studie über eine amateurhafte HipHop-Formation und die »Gewaltrhetorik« ihrer Rapsongs erwähnt. Schneider (1997) will zeigen,

»wie Jugendliche auf der Grundlage ihrer gemeinsamen, über die verschiedenen Produkte der Kulturindustrie (CDs, Musikvideos, Fanzines, Fachzeitschriften, diverse Kinoproduktionen etc.) vermittelten Rezeptionserfahrungen zu einer Form alltagskultureller Re- und Neuinszenierung gelangen, die [...]einen besonderen Identitätsgewinn darstellt: die Produktion und Präsentation eigener Texte und deren musikalische Verarbeitung« (1997: 269).

Man merkt, dass hier ganz verschiedene Medienformate – Primär-, Sekundär- und Tertiärtexte – trotz ihrer unterschiedlichen Produktions- und Rezeptionsbedingungen undifferenziert nebeneinander gestellt werden. Dennoch bietet Schneider Einsichten in die Bewusstheit der kulturellen Adaptation und die Verbindung globaler und lokaler Ressourcen in den Eigenproduktionen der Beteiligten. Die teilweise aus Jugendlichen der zweiten Migrantengeneration bestehende Gruppe konsumiert sowohl US-amerikanische als auch deutsche Produktionen und nimmt beide Märkte differenziert wahr. Die Jugendlichen distanzieren sich z.B. vom Gangster-Rap und orientieren sich eher am Message-Rap von Public Enemy. Sie sind sich Unterschieden zwischen dem ursprünglichen Kontext des HipHop und den sozialen Verhältnissen der Rezeptionsgemeinschaft durchaus bewusst, dennoch betrachten sie bestimmte eigene Erfahrungen als mit der Ausgangskultur vergleichbar, z.B. Probleme mit der Polizei als HipHopper und/oder Ausländer. Die politische Botschaft von Rap in Deutschland lautet für die Gruppe: »[...] gegen Rassismus, Ausländerfeindlichkeit, Ausgrenzung von Minderheiten und andere gesellschaftliche Mißstände [...]« (276). In ihren Eigenproduktionen versuchen sie, ihre »Wurzeln« und eigenen Erfahrungen zu verarbeiten, was aber nicht daran hindert, HipHop spezifische englische Ausrufe (*Klick Klick Bum Booyaa*) in ihre deutschsprachigen Texte einzubetten.

Der tatsächlichen Interaktion von HipHop-Fans sind die Mannheimer Untersuchungen von Bierbach/Birken-Silverman (2002) gewidmet (vgl. auch Birken-Silverman in diesem Band). Anhand von Interviews und Gesprächsaufnahmen mit einer Breakdance-Clique italienischstämmiger Jugendlicher werden die zentralen Merkmale ihres Kommunikationsstils rekonstruiert. Die Ergebnisse sind aufschlussreich im Hinblick auf die Frage, wie HipHop mit den sonstigen Aspekten der sozialen Realität der Jugendlichen – lokale Verwurzelung im Mannheimer Stadtteil, ethnische Herkunft aus dem sizilianischen Dorf – kombiniert wird. In der Artikulation ihrer Gruppenidentität »schöpfen die Jugendlichen aus Wissensbeständen, die in hohem Maße medienvermittelt sind und in unserem Fall auf spezifische – und kreative – Weise mit Elementen aus der ›Heimatkultur‹ der Migranten vermischt werden« (Bierbach/Birken-Silvermann 2002: 192). Die Entwicklung eines gruppenspezifischen »Zwischenraums« wird programmatisch signalisiert durch die Umbenennung von Personen und Stadtteilen, wobei Ressourcen aus dem globalen HipHop wie aus der populären Kultur des Herkunftslandes eingesetzt werden. Zentrale Merkmale des Gruppenstils sind die Fachterminologie des Breakdance, Referenzen und Anspielungen auf gemeinsames HipHop-Wissen sowie die kulturtypischen rituellen Handlungen des Boasting und Dissing, die durch Rückgriff auf die Mehrsprachigkeit der Gruppe ausgestaltet werden. Deutsch, Italienisch, Sizilianisch,

Englisch tragen dabei sehr unterschiedliche symbolische Werte (vgl. auch Auzanneau in diesem Band).

Während das *Blackbook* als traditionelles Mittel für Eigenproduktionen (Skizzen, Texte) nach wie vor verwendet wird, eröffnet das Netz einen bis vor kurzem ungeahnten Freiraum für Fans und Nachwuchskünstler. Dies soll nun an Daten und Ergebnissen des Forschungsprojekts »jugendkulturelle mediale Stile« veranschaulicht werden (vgl. Androutsopoulos 2003 und im Druck). In wenigen Jahren hat sich HipHop im (deutschsprachigen) Internet zu einem umfangreichen Feld mit Hunderten von persönlichen Homepages, Dutzenden von Portalen, Foren und Online-Magazinen entwickelt. Dabei sind drei zentrale Formate aktiver Beteiligung zu unterscheiden: (a) Teilnahme an Foren, Chats und Gästebüchern, die man als äquivalent zum direkten Fangespräch auffassen kann; (b) die Herstellung einer persönlichen Homepage, ein klassischer Fall von Fan-Produktivität; und (c) die Arbeit an einem größeren, oft kommerziellen Online-Projekt, die gewissermaßen an der Schwelle von der amateurhaften Tertiär- zur (halb)professionellen Sekundärsphäre steht. Speziell im Hinblick auf die persönlichen Homepages lassen sich die zentralen Beteiligungsmotive als Inszenieren, Repräsentieren und Kontaktieren zusammenfassen. Persönliche Homepages dienen dazu, sich als aktives, kompetentes Mitglied der Kultur zu *inszenieren*. Man erzählt den eigenen jugendkulturellen Werdegang, stellt Eigenproduktionen zur Verfügung und bedient sich dabei kulturtypischer Insignien in Sprache, Typografie und Bild.¹⁷ *Repräsentieren* (vgl. Menrath in diesem Band) bedeutet in Bezug auf das Internet, dass man durch das individuelle Angebot die Offline-Aktivitäten der eigenen Stadt bzw. Region sichtbar macht. Dies kann erzielt werden durch die Erzählung der eigenen Biografie, die Zusammensetzung der Linkliste oder die explizite Erklärung, die eigene Stadt/Region auf die »virtuelle Landkarte« der Musikkultur setzen zu wollen. Online-Kommunikation ist schließlich auch ein Weg, um Gleichgesinnte zu *kontaktieren*. Bekanntschaften im Forum und Chat können zu einer Verdichtung regionaler Kontakte, zu neuen künstlerischen Kooperationen oder sogar zu Partnerschaften führen. Allerdings – und dies bestätigt das oben angeführte Diktum von Torch – stimmen die Beteiligten darin überein, dass das Internet die realen Formen der kulturellen Beteiligung ergänzen, aber nicht ersetzen kann.

In den Online-Schreibstilen der jugendlichen Fans, Aktivisten und Nachwuchskünstler operiert ein bereits aus den anderen beiden Sphären bekanntes Prinzip: Unterschiedliche Ressourcen werden zu einem kontextspezifischen Mix zusammengestellt. Dazu gehören die Alltagssprache der Gruppe, Gattungskonventionen aus den alten und neuen Medien sowie Elemente aus der primären und sekundären Sphäre. Wie Ressourcen aus US-amerikanischen Primärtexten zur Gestaltung

von Tertiärtexten rekontextualisiert werden, zeigt exemplarisch die Homepage von Aspa (Name geändert), einer 15-jährigen Schülerin (Beispiel 6). Sie benutzt Black English an emblematischen Stellen ihrer Homepage: Namen der Navigationsrubriken, Seitentitel und Überschriften im Text. Neben spezifischen Ausdrücken (*fresh*) und Formeln (*mix up the shit*, *greetings goes to...*) kommen dabei folgende Schreibweisen vor:

- Artikelformen *tha*, *da*;
- Endung <-z> im Plural englischer Substantive;
- Buchstabenersetzungen (2 für >to<, \$#!T für >shit<), Abkürzung des Datums (2k für 2000).

Im Interview führt die Betreiberin diese Schreibweisen auf die US-Band Wu-Tang Clan zurück. Am Beispiel von *Welcome 2 tha World of ...* erklärt sie: *Ich hör das seitdem ich elf bin [...] die haben immer so Statements von sich selber da drauf [auf den Platten] oder so Sprüche, oder wenn man sich ihre Texte so anguckt dann sieht man wie das geschrieben ist, alleine schon dieser Slang...* Ihre Antwort auf die Frage, ob diese Verbindung für Besucher der Site erkennbar ist, lautet: *Ich hoffe es!*

Beispiel 6: Sprachliche Gestaltung emblematischer Stellen auf der persönlichen Homepage von »Aspa«

Navigationsrubriken	Seitentitel (Browserkopf)	Überschrift
Home	Welcome 2 tha World of A s p A	!!! NA DU !!!
Guestbook	ASPS'z GBOOK	GUESTBOOK OF ASPA
Friendz	THA FRIENDS	--
Tha Mix	THA MIX	!!! MIX UP THA \$#!T !!!
Links	Ein paar freshe Linkz von A s p A	::: L I N K Z:::
P.O.D....W	ASPAS PIC OF DA WEEK	24-06-2k2 – 01-07.2k2
NEWZ	THA NEWZ	--
GRUESSE		Greetingz goes 2...

Auch Foren, Chats und Gästebücher sind Schauplätze für den Gebrauch von Black English-Elementen in deutschsprachigen Tertiärtexten (Androustopoulos 2003). Da sie öffentliche Plattformen sind und eine anonyme Beteiligung zulassen, werden sie weniger ernst genommen als persönliche Homepages und sind von gewissen Pflichten der Autorschaft entlastet. Das macht sie geeignet für Inszenierungen

von Identität, die vornehmlich durch sprachliche Stilisierungen konstruiert werden. Das Aktivitätsspektrum auf dem Gästebuch von rap.de (Beispiel 7) umfasst *Aufrufe* an Fans und Aktivisten (7a); *Dissen* der Website, bestimmter Künstler oder anderer Teilnehmer (7b); *Grüße* an Freunde und Bekannte der Offline-Welt (7c, 7d); Beteuerung kultureller Loyalität durch Fan-Slogans (7c); und Werbung in eigener Sache.

Beispiel 7: Einträge auf dem Rapboard von rap.de (August 2001)

(7a) Yo, Leute Ich suche Mcs, DJs, Breaker und Writer aus ganz NRW für Jams in ganz NRW oder auch in ganz Deutschland. Ich habe auch die Möglichkeit bei mir zu Hause ein Tape aufzunehmen. Eine kleine crew sind wir übrigens schon. Ich selbst bin der einzige DJ in unserer crew. [...]

PEAZE [NAME]

(7b) Bin ich eigentlich der einzige der die Leistung von Nina MC auf dem splash einfach nur peinlich fand??? [...] Ich hab wirklich nichts grundsätzliches gegen ladies am mic aber es muß schon was dabei rüberkommen – wie bei Brix zum Beispiel. Die hat ihren eigenen style und nen smoothen flow. Allein Frau zu sein reicht nicht aus beim mceen...

sorry Nina... [NAME]

(7c) One Love wollte eigentlich nur mal welche grüßen die immer im chat sind und so die ich kenne achso und noch was ihr seit alle süchtig he he(nicht sortiert): [MEHRERE NAMEN] und alle die ich im moment vergessen habe

Truth Peace and Love and Music

Cyber Bob Marley

(7d) eyyy yoooo first i wanna represent my wiesbadn hood yo!!!n this goes out to my straight up philly niggaz!!!how ya doin' dawgz??? we'll see each otha again!!! Word!!!

Ein exemplarischer Vergleich mit HipHop-Gästebüchern aus anderen Ländern¹⁸ zeigt qualitative Übereinstimmungen, aber auch quantitative Unterschiede beim Englischgebrauch. So findet man auf HipHop-Gästebüchern aus Deutschland, Italien und Norwegen

- Fach- und Slangausdrücke, die jeweils in die Landessprache integriert werden;
- Anreden wie *homies*, *niggas*, *brothers* und *sistaz* und teilweise auch ihre Entsprechungen in der Landessprache;
- Formeln für rituelle Handlungen wie Begrüßungen und Verabschiedungen (vor allem *yo* und *peace* sowie Varianten wie *peAz* und *pace*);

- Fan-Slogans und andere Beteuerungen kultureller Loyalität (z. B. *X rulez* oder *hiphop 4 life*);
- lexikalische und orthografische Stereotype des Black English wie das schon genannte Plural -z, die Artikelformen *tha* oder *da*.

Sprachmittel dieser Art verweisen auf Kenntnis der »Mutterkultur« und sind damit wichtige Mittel der Selbstinszenierung als Mitglied. Sie bilden eine Art roten Faden zu den Primär- und Sekundärtexten sowie eine Oberflächenverbindung zwischen den lokalen HipHop-Diskursen. Unterschiede in ihrer Gebrauchshäufigkeit, insbesondere ihre höhere Frequenz in Deutschland, müssten im Einzelnen überprüft werden und bedürfen zusätzlicher Erklärungen (vgl. Lilienkamp 2001).

4. FAZIT

Der Sprachgebrauch im HipHop ist uneinheitlich, gemäß der unterschiedlichen Kontexte und Kommunikationsprozesse, die die Kultur ausmachen. Dennoch zeigt sich, dass alle drei Sphären des HipHop nach einem gemeinsamen Prinzip operieren: dem der Bricolage (Schlobinski 1989, Schlobinski/Schmid 1996), der Mischung und Kombination unterschiedlicher Ressourcen zu kontextspezifischen Sprech- und Schreibstilen. Bei den Primärtexten geht es vornehmlich darum, innerhalb eines formalen Rahmens (Beatstruktur, Reimzwang) das verfügbare soziolinguistische Repertoire kreativ einzusetzen. Bei den Sekundärtexten sind mit der Marktposition zusammenhängende Artikulationen von lebensweltlichen und massenmedialen Konventionen ausschlaggebend. In den Tertiärtexten verbinden sich Ressourcen aus dem Alltag der Fans und den rezipierten Medien. Jede Sphäre weist dabei ihre spezifischen Möglichkeiten und Grenzen des sprachlichen Ausdrucks auf. Die umgangssprachliche Orientierung des Rapsongs zum Beispiel ist in der Berichterstattung über Rap nicht ohne Weiteres möglich, aber in ihrer reflexiven Konstruiertheit auch nicht mit der Sprache in der Clique gleichzusetzen. Raplyrics, Moderationen und Fangesprache folgen in ihrer sprachlichen Konstruktion den Normen der jeweils eigenen Sphäre, es bestehen jedoch auch Übergänge und Kontinuitäten: Sprechhandlungen der primären Sphäre finden sich in den Fan-Praktiken wieder, beispielsweise das Boasting und Dissing in der Gruppe und im Internet. Englisch und vor allem (stereotypisches) Black English fungiert als globales »kulturelles Kapital« auf allen Ebenen des HipHop. Diese Schnittstellen – im Wortschatz, in den rituellen Sprechhandlungen und den üblichen hierfür eingesetzten Formeln – sind als wichtige globale Mittel des

HipHop aufzufassen. Ihr Wechselspiel mit den Elementen der Lokalität kommt an mehreren Stellen zum Vorschein: in Cliquengesprächen oder Gästebucheinträgen etwa, die Black English neben Regionaldialekten oder Herkunftssprachen enthalten, oder in den Metaphern und kulturellen Referenzen der Primärtexte: Als gattungstypische Bausteine verbinden sie Primärtexte über Landes- und Sprachgrenzen hinweg, gleichzeitig ermöglichen sie die lokale Verankerung des Rapdiskurses. Diese Ergebnisse zeigen, dass Fiskes Konzept der vertikalen Intertextualität ein fruchtbarer Ausgangspunkt für eine diskursorientierte, textanalytische Beschreibung von Popkultur(en) ist. Allerdings müssen die Schnittstellen und Übergangsprozesse zwischen den drei Sphären neu bedacht werden. Die Sphären haben zwar unscharfe Ränder, werden aber durch bestimmte Schließungsmechanismen voneinander abgegrenzt.

ANMERKUNGEN

1 Sprachliche Unterschiede im deutschsprachigen Rap sind den Beteiligten sehr wohl bewusst. Die Mitglieder der Berliner Formation Beatfabrik zum Beispiel werten in einem Interview Rapper ab, die »mit gehobener Sprache daherschwafeln«, sie unterscheiden zwischen »Berliner« und »Hamburger Slang« in den Lyrics und regen sich über Letzteren auf (Ripke 2003).

2 Ich beziehe mich auf Ergebnisse des von 1998-2000 durchgeführten Postdocs »Medienkommunikation in der Jugendkultur« (Androutsopoulos 2000, 2001), auf das mit Arno Scholz bearbeitete Projekt »European Rap Research« (vgl. Androutsopoulos/Scholz 2002 und im Druck) sowie auf das bis Februar 2004 laufende Projekt »jugendkulturelle mediale Stile« (vgl. Androutsopoulos 2003, im Druck).

3 Vgl. u. a. Lull (1995) mit Bezug auf Indonesien, Potter (1995) mit Bezug auf Frankreich, Verlan/Loh (2000: 118f., 197f.) und Güngör/Loh (2002: 130ff.) für Deutschland.

4 Wu Tang Clan: »It's yourz«, in: *Forever*, Lou (Sony) 2000.

5 Spax: »Ich komm'«, in: *Privat*, Moto Music 1998.

6 Zondaní Nekrí: »To rap mou íne próklisi«, in: *O prótos tómos*, FM Records 1998.

7 Text zitiert nach Berns/Schlobinski (2003).

8 Ypochthónios – Katachthónios: »Su bíke to demónio«, in: *Echokratoría*, FM Records 2000.

9 Für das Beispiel und ausführliche Diskussion danke ich Murat Güngör und Hannes Loh.

10 Das Porträt von Manges bei Güngör/Loh (in diesem Band) veranschaulicht diese Entsprechung. Manges' Ansichten über Sprache im Rap (*purere Rap ist straßenmäßig, direkter Slang*) entsprechen seiner Position außerhalb des Mainstreams.

11 Torch im Interview mit Joachim Landesvatter: »Witzig war gestern«, in: *de:bug* 39 (09.2000), S. 16.

12 Das *rap dictionary* (www.rapdict.org) führt *word* (in diesem speziellen afroamerikanischen Gebrauch) als Interjektion an und erklärt es als »Exclamation or term of endearment«.

13 Hachmeister/Lingemann (1999: 152).

14 Zeile 10 ist ein Sprachspiel mit dem Setting (Kölner Dom) und dem Künstler des ersten Videoclips.

15 Verlan/Loh (2000: 289-291, 294f.), die über die Viva-Sendungen »Freestyle« und »Wordcup« ausführlich berichten, bemerken »die amerikanische Attitüde von Tyrons Moderationen« (289) und die Gefahr, dass sie »das ideale Klischee von einem Rap-VJ« (290) darstellt. Sie räumen jedoch ein, dass dieser Stil auch eine allgemeinere Haltung widerspiegelt.

16 In der Tat zeigt die Entwicklung der HipHop-Sendungen bei Viva eine immer stärkere Konventionalisierung (vgl. Verlan/Loh 2000: 289ff.).

17 Persönliche Homepages machen die unscharfen Grenzen zwischen den Sphären erneut deutlich. In erster Linie sind sie wohl als Tertiärtexte (Ergebnisse der textuellen Fan-Produktivität) einzustufen, sie können aber auch Primärtexte enthalten (Eigenproduktionen an der Schwelle des Übergangs zur Kulturindustrie) und vielleicht auch Sekundärtexte – wenn z. B. die Betreiber die musikkulturelle Aktualität ihrer Region vorstellen und kommentieren.

18 Im einzelnen Italien (vgl. Wilhelms 2002, die die Kommunikation auf www.zkhhp.com untersucht) und Norwegen (www.bergenhiphop.com, Materialien von Endre Brunsted, Universität Bergen).

LITERATUR

Adamzik, Kirsten: »Die Zukunft der Text(sorten)linguistik. Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund«, in: Ulla Fix/Stephan Habscheid/Josef Klein (Hg.), *Zur Kulturspezifik von Textsorten*, Tübingen: Stauffenburg 2001, S. 15-30.

Androutsopoulos, Jannis: »Jugendmedien sprachwissenschaftlich betrachtet«, in: *merz* 44:4 (2000), S. 229-235.

Androutsopoulos, Jannis: »Textsorten und Fankulturen«, in: Josef Klein/Stephan Habscheid/Ulla Fix (Hg.), *Zur Kulturspezifik von Textsorten*, Tübingen: Stauffenburg 2001, S. 33-50.

- Androutsopoulos, Jannis: »Jugendliche Schreibstile in der Netzkommunikation: zwei Gästebücher im Vergleich«, in: Eva Neuland (Hg.), *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit*, Frankfurt a.M.: Lang 2003, S. 307-321.
- Androutsopoulos, Jannis: »Musikszene im Netz: Felder, Nutzer, Codes«, in: Hans Merckens/Jürgen Zinnecker (Hg.), *Jahrbuch Jugendforschung* 3, Opladen: Leske + Budrich (im Druck).
- Androutsopoulos, Jannis/Scholz, Arno: »On the recontextualization of hip-hop in European speech communities: a contrastive analysis of rap lyrics«, in: *Philologie im Netz* 19 (2002), S. 1-42; online unter: <http://www.fu-berlin.de/phn/phn19/p19t1.htm> (letzter Zugriff: 11.04.2003).
- Androutsopoulos, Jannis/Scholz, Arno: »Spaghetti Funk: Appropriations of hip-hop culture and rap music in Europe«, in: *Popular Music and Society* (im Druck).
- Berns, Jan: »»Ich geb' dir gleich 'n battle«. Sprachliche Initiation innerhalb deutscher Hip-Hop Kultur«, in: Eva Neuland (Hg.), *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit*, Frankfurt a.M.: Lang 2003, S. 323-334.
- Berns, Jan/Schlobinski, Peter: »Constructions of identity in German hiphop culture«, in: Jannis Androutsopoulos/Alexandra Georgakopoulou (Hg.), *Discourse Constructions of Youth Identities*, Amsterdam: Benjamins 2003, S. 197-219.
- Bierbach, Christine/Birken-Silverman, Gabriele: »Kommunikationsstil und sprachliche Symbolisierung in einer Gruppe italienischer Migrantenjugendlicher aus der HipHop-Szene in Mannheim«, in: Inken Keim/Wilfried Schütte (Hg.), *Soziale Welten und kommunikative Stile*, Tübingen: Narr 2002, S. 187-216.
- Fairclough, Norman: *Media Discourse*, London: Edward Arnold 1995.
- Fiske, John: *Television Culture*, London, New York: Routledge 1987.
- Fiske, John: »Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur«, in: Andreas Hepp/Rainer Winter (Hg.), *Kultur-Medien-Macht: Cultural Studies und Diskursanalyse*, 2. Auflage, Opladen: Westdeutscher Verlag 1999, S. 65-84.
- Fiske, John: »Die kulturelle Ökonomie des Fantums«, in: SPoKK (Hg.), *Kursbuch Jugendkultur*, Mannheim: Bollmann 1997, S. 54-69.
- Güngör, Murat/Loh, Hannes: *Fear of a Kanak Planet. HipHop zwischen Weltkultur und Nazirap*, Höfen: Hannibal 2002.
- Hachmeister, Lutz/Lingemann, Jan: »Das Gefühl VIVA. Deutsches Musikfernsehen und die neue Sozialdemokratie«, in: Klaus Neumann-Braun (Hg.), *Viva MTV! Popmusik im Fernsehen*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 1999, S. 132-172.

- Klein, Josef: »Intertextualität, Geltungsmodus, Texthandlungsmuster«, in: Kirsten Adamzik (Hg.), *Textsorten*, Tübingen: Stauffenburg 2000, S. 31-44.
- Labov, William: »Rules for ritual insults«, in: ders. *Language in the inner city: Studies in the Black English Vernacular*, Philadelphia: Univ. of Pennsylvania Press 1972, S. 277-353.
- Lakoff George/Mark Johnson: *Leben in Metaphern: Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern*, Aus dem Amerikan. übers. v. Astrid Hildenbrand, Heidelberg: Carl-Auer-Systeme 1998.
- Lilienkamp, Marc: *Angloamerikanismus und Popkultur: Untersuchungen zur Sprache in französischen, deutschen und spanischen Musikmagazinen*, Frankfurt a.M.: Lang 2001.
- Loh, Hannes: »In Baggy pants fürs Vaterland«, in: *Jungle World* 15 (3. April 2002), S. 11.
- Lull, James: *Media, communication, culture. A global approach*, Cambridge: Polity Press 1995.
- Mitchell, Tony: »Introduction: Another Root – Hip-Hop outside the USA«, in: ders. (Hg.), *Global Noise. Rap and Hip-Hop outside the USA*, Middletown: Wesleyan Univ. Press 2001.
- Ripke, Paul: »Beatfabrik: Gerfühle und Eindrücke vermitteln«, in: *Backspin* 44 (April 2003), 230-231.
- Schlobinski, Peter: »»Frau Meier hat Aids, Herr Tropfmann hat Herpes, was wollen Sie einsetzen?« Exemplarische Analyse eines Sprechstils«, in: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* 41 (1989), S. 1-34.
- Schlobinski, Peter/Katja Schmid: »Alles ist eine Frage des Stils. Zur sprachlichen Kommunikation in Jugendcliquen und -szenen«, in: *Muttersprache* 106 (1996), S. 211-225.
- Schneider, Silvia: »Gewaltrhetorik in der Selbstpräsentation jugendlicher HipHopper«, in: Michael Charlton/Silvia Schneider (Hg.), *Rezeptionsforschung*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1997, S. 268-286.
- Scholz, Arno: »Der französische Rap als Lyrik der Gegenwart?«, in: Gisela Febel/Hans Grote (Hg.), *L'état de la poésie aujourd'hui. Perspectives französischsprachiger Gegenwartslyrik*, Frankfurt a.M.: Peter Lang 2003, S. 241-255. (2003a)
- Scholz, Arno: »»Explicito Lingo«. Funktionen von Substandard in romanischen Rap-Texten (Italien, Frankreich, Spanien)«, in: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* 65 (2003), S. 111-130. (2003b)
- Streeck, Jürgen: »Hip-Hop-Identität«, in: Inken Keim/Wilfried Schütte (Hg.), *Soziale Welten und kommunikative Stile*, Tübingen: Narr 2002, S. 537-557.
- Thornton, Sarah: *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press 1995.

- Toop, David: *Rap Attack 3. African Rap to Global Hip Hop*, London: Serpent's Tail, 2000.
- Ullmaier, Johannes: »Paratexte im Pop«, in: *Testcard* No 7, 1999.
- Verlan, Sascha/Loh, Hannes: *20 Jahre HipHop in Deutschland*. Höfen: Hannibal 2000.
- Wilhelms, Nike: *Gästebuchkommunikation italienischer HipHop-Fans im Internet*. Unveröff. Magisterarbeit. Universität Mannheim, Philosophische Fakultät 2002.
- Winter, Rainer: *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*, München: Quintessenz 1995.