

Erscheint 2005 in: Klaus Neumann-Braun & Birgit Richard (Hgg.) *Coolhunters. Jugendkultur zwischen Medien und Markt*. Frankfurt: suhrkamp. – Begleitpublikation der *Coolhunters*-Ausstellung im ZKM Karlsruhe – www.coolhunters.net

Jannis Androutsopoulos (Universität Hannover)

Musiknetzwerke: Identitätsarbeit auf HipHop-Websites

Einleitung

Jugendliche sind die interaktivsten Nutzer der Neuen Medien. Während die E-Mail-Kommunikation und die zielgerichtete Websuche bei allen Altersgruppen beliebt sind, haben die 14- bis 19-Jährigen bei den Interaktionsmöglichkeiten des World-Wide-Web (Diskussionsforen, Newsgroups, Chats) einen deutlichen Vorsprung (van Eimeren et al. 2004). Allerdings wissen wir wenig darüber, *worüber* Jugendliche im Netz kommunizieren, und *wie* sie es tun. Umfragen und andere quantitative Methoden der Online-Forschung geben zwar Aufschluss über Lieblingswebsites, die online verbrachte Zeit und den Stellenwert des Web gegenüber anderen Medien, sagen aber kaum etwas darüber, wie die symbolischen Ressourcen der Netzkommunikation in spezifisch jugendkulturellen Kontexten angeeignet und ausgelotet werden. Einige Einblicke in diese Frage möchte dieser Beitrag am Beispiel der HipHop-Kultur im deutschsprachigen Internet anbieten. Ihm liegt ein ethnografisch-textanalytischer Forschungsansatz zugrunde, der in der Soziolinguistik und der Diskursanalyse verwurzelt ist und Aspekte der Cultural Studies sowie der interdisziplinären Online-Forschung einbindet. Um das Verhältnis von Jugendkultur und Internet zu verstehen, so meine These, müssen wir uns der Selbstdarstellung und sozialen Interaktion im Medium selbst annähern. Diese kommunikativen Handlungen finden nicht in einem sozialen Vakuum statt, sondern in virtuellen Netzwerken aus Webangeboten und Online-Gemeinschaften, die sich einer bestimmten Jugendkultur explizit zuordnen. Anhand ausgewählter Ergebnisse eines Forschungsprojektes über Stil in der Online-Kommunikation (Androutsopoulos 2003a) werde ich in diesem Beitrag zeigen, wie das virtuelle Netzwerk der HipHop-Kultur im deutschsprachigen Raum strukturiert ist und welche Möglichkeiten der Identitätsarbeit es eröffnet. Vor der Folie eines gemeinsamen Kulturgeschmacks geht es den HipHoppern im Netz darum, Differenzen herzustellen. In ihren Texten und Gesprächen konstruieren sie weniger *die* Identität des HipHoppers, sondern verschiedene aktivitätsspezifische Identitätspositionen, die in Dialog und manchmal auch in Konflikt miteinander treten.

Gangster oder Gängschda? Ein Beispiel aus dem Feld

Mai 2001, drei Uhr morgens: Eine schlechte Nachricht ereilt das Gästebuch von „Daniel“ und „Achim“. Ihr (mittlerweile eingestelltes) Webangebot mit dem

Anspruch, HipHop im Rhein-Neckar-Raum zu repräsentieren, wurde von einem anonymen Besucher schlecht geredet:

mann, nette idee, aber die site is dodal beschissen. sorry leuts aber die is halt mal kacke. löscht den eintrag damit ihr nur positives dastehen habt, mir egal. das kinnergefakes mit der niggerhiphoptuerei schlaucht so langsam. findet mal euren eigenen style, net so ne gangsternachahmrumgetakel scheisse. lassts euch durch n kopf gehen oder net. Musste das einfach loswerden

Auffallend ist hier nicht so sehr die aggressive Abwertung, sondern ihre Begründung mit den Ausdrücken „*das kinnergefakes mit der niggerhiphoptuerei*“ und „*gangsternachahmrumgetakel*“. Der Besucher wirft den beiden 19-jährigen Betreibern eine unreife Nachahmung US-amerikanischer Stereotype vor, und unterstellt ihnen den Mangel an einem zentralen Wert der HipHop-Kultur – *Style*.

Am gleichen Nachmittag nimmt einer der beiden Betreiber zu den Vorwürfen Stellung. Er weist die Fremdzuschreibung der Kategorie „*Gangster*“ zurück („*Kein Plan ob das Gangsterhaft rüberkommt, iss auch egal, denn wir sind ja keine Gangster*“) und beteuert seine Absicht, am eigenen Stil zu arbeiten: „*wir werden jetzt wieder vermehrt an der Seite Arbeiten und sie auch umgestalten*“. Der nächste Gästebuch-Eintrag trifft zwei Tage später ein, diesmal von einem befreundeten Jungkünstler, der Werbung in eigener Sache macht und um Kontaktaufnahme bittet. Die Episode scheint vergessen, doch als eine Stunde später der zweite Betreiber ins Gästebuch schreibt, setzt er abschließend die Kategorie des *Gangster* als Bezeichnung für sich selbst und für die Gleichgesinnten ein: „*Peace an alle Gängschda! Der Ober-Gängschda*“. Der feine Unterschied liegt in der Schreibweise. Die Form *Gängschda* legt eine regionale Aussprache nahe, die im Wohnort der beiden Betreiber zu Hause ist.

Im Interview, das ich mit „Daniel“ und „Achim“ durchgeführt habe, fällt es ihnen nicht schwer, diese Schreibweise als „Pfälzisch“ zu identifizieren. Sie sind sich der dadurch entstandenen Stilmischung bewusst und bestätigen meinen Verdacht, das diese ironisch gemeint ist: Die regionalsprachliche Form verwendet „Daniel“ nicht referenziell, also um über amerikanische Rap-Künstler zu sprechen, sondern als spielerische Adressierung im Freundeskreis: „*Also wenn ich das Wort Gangsta sagen will sag ich schon Gangsta aber wenn ich jetzt zum Beispiel zum Kumpel sage, ey du bist voll der gängschda...*“. Im Gästebuch-Eintrag von „Daniel“ bewirkt die verfremdete Perspektivenübernahme eine Parodie der Gangster-Kategorie, die sich nicht gegen die Website-Betreiber, sondern vielmehr gegen ihren Kritiker richtet. „*Es wird schon so ein bisschen aufs Korn genommen, denk ich mir ... einfach um den ein bisschen ins Lächerliche zu ziehen.*“

Ob der Vorwurf des Besuchers berechtigt war oder nicht, sei dahin gestellt. Wichtig ist mir an dieser Stelle der Umgang mit dem kulturspezifischen Klischee des *Gangster*: Wie der Vorwurf des unglaublichen Anspruchs auf eine fremde soziale

Identität durch ironische Überhöhung entkräftet wird, und wie eine lokale Ressource, eben die Regionalsprache der Jugendlichen, zu diesem Zweck eingesetzt wird. Hier, wie in zahllosen weiteren Fällen, ist virtuelle Interaktion ein Schauplatz für Identitätsarbeit zwischen lokaler und globaler Jugendkultur.

Identitätsarbeit und Stil im Internet

Wenn hier von Identität die Rede ist, dann im Sinne der *sozialen Identität*, verstanden als diskursive Konstruktion sozialer Zugehörigkeit. Aus soziolinguistischer Perspektive ist Identität eine aktive, durch Sprache und andere semiotische Ressourcen vollzogene Aushandlung der individuellen Beziehung zu größeren sozialen Konstrukten. Dieses Identitätskonzept bewegt sich weg von einer Auffassung von Identität als einer fixen, statischen Kategorie und hin zu einem flüssigen, facettenreichen, kontextabhängigen Identitätsverständnis. Identitäten werden im sozialen Handeln beansprucht und zugeschrieben; bestimmte Identitätsaspekte werden an bestimmten Stellen einer Interaktion relevant gemacht, verwandelt, abgelehnt oder spielerisch verformt. Um den dynamischen Charakter dieses Prozesses hervorzuheben, spreche ich im Folgenden von Identitätsarbeit.

Versteht man Identität als semiotische Konstruktion von Zugehörigkeit, dann sind Foren, Chats, Homepages und andere Formen von Online-Kommunikation genauso geeignete Arenen der Identitätsarbeit wie das Leben außerhalb des Netzes. Auch im Internet weist soziale Identität performative Qualitäten auf, wird also erst durch ihre textliche bzw. bildliche Vorführung relevant gesetzt. Identitätsarbeit im Netz muss weder die Identitäten des Offline-Lebens exakt wiederholen noch kann sie von vornherein als „unecht“ verurteilt werden, sondern sie kann Identitätsaspekte fördern, die im Alltag zu kurz kommen (Döring 2003). Allerdings sind die Möglichkeiten der Selbstdarstellung und sozialen Interaktion im Netz durch die Eigenschaften der digitalen Kommunikation – Schriftsprache, Multimodalität, Netz-Gattungen – eingeschränkt. Die User haben zwar einen Freiraum im Umgang mit den technologischen Ressourcen, aber die Entscheidung für eine bestimmte Kommunikationsform (z.B. Homepage oder Diskussionsforum) ist immer Teil ihrer situierten Identitätsarbeit.

Die Ausdrucksseite der Identitätsarbeit erfasse ich mit dem Begriff des sozialen Stils. Sozialer Stil ist eine für soziale Gruppen und ihre Mitglieder typische Art des kommunikativen Handelns, die in aktiver Auseinandersetzung mit dem sozialen Umfeld herausgebildet wird. Durch Stil, so könnte man plakativ formulieren, signalisieren wir unseren „Platz in der Welt“. Genauso wie soziale Identitäten sind soziale Stile gleichzeitig kollektiv und individuell geprägt. Sie entstehen in der Spannung zwischen dem Einhalten gemeinschaftlicher Normen und dem Versuch, Individualität und Originalität auf einem symbolischen Markt zu etablieren. Im Fall der Jugendmusikkulturen und insbesondere der HipHop-Kultur ist Musik und ihr sozialer Kontext der zentrale Gegenstand von Identitätsarbeit. Der

individuelle Stil muss dabei zwei manchmal gegensätzlichen Ansprüchen gerecht werden: Zugehörigkeit zum Kreis der Fans und Aktivisten demonstrieren und ein distinktives Selbstbild als aktives, kompetentes Mitglied erzeugen.

HipHop – global, lokal, medial

HipHop – eigentlich ein Oberbegriff für vier Kulturpraktiken: Breakdance, DJ-ing, Graffiti und Rap – ist eine der populärsten Jugendmusikkulturen der letzten Jahre in Deutschland. Vom afroamerikanischen Kontext ausgehend wurde HipHop in den 1990-ern weltweit verbreitet und produktiv angeeignet (Androutsopoulos 2003b). Genauso wie andere zeitgenössischen Jugendmusikkulturen ist HipHop medial geprägt und verfügt über eine eigenständige expressive Phänomenologie mit besonderen Stilzügen. HipHop unterscheidet sich von anderen Jugendmusikkulturen durch seinen performativen Charakter, der Zugehörigkeit nicht nur an der gemeinsamen Rezeption, sondern an der aktiven Durchführung einer der vier genannten Kulturtechniken fest macht. Das populärste Element des HipHop, die Rapmusik, unterscheidet sich von anderen Popmusikstilen durch den Sprechgesang und die Verarbeitung lokaler Realität und individueller Erfahrung in den Songtexten. Lokale Rapszenen, beispielsweise in Deutschland, entwickeln ihren eigenen Diskurs, aber die afro-amerikanische „Mutterkultur“ bleibt ein relevanter Rahmen für die Interpretation lokaler Produktionen.

Die Popularität von HipHop in Deutschland spiegelt sich in der Netzkommunikation wider. Zehntausende von HipHop-Fans, Aktivisten und Künstlern machen das Internet zum Schauplatz jugendkultureller Identitätsarbeit. Wie sich dieses Engagement zu Aktivitäten außerhalb des Netzes verhält, lässt sich derzeit kaum verallgemeinern. Vermutlich sind die HipHopper im Netz keine „allgemein jugendkulturell orientierten“ Jugendlichen (Neumann-Braun & Schmidt 2003), denn dafür ist ihre Involviertheit und Investition symbolischer Arbeit im Netz einfach zu aufwändig. Andererseits ist es auch nicht so, dass sich im Netz nur die Szene-Elite trifft. Viele netzaktive HipHopper leben auf dem Land und nutzen die Vorteile der digitalen Information und Interaktion mit Gleichgesinnten. Was sie ans Netz treibt, ist Ihr Interesse an einer vertiefenden Auseinandersetzung mit der Kultur; dies schließt nicht aus, dass ihre Netzaktivitäten auch eine Ressource der Selbstprofilierung im lokalen Umfeld sind.

Virtuelle Diskursräume

Der Rahmen für die Identitätsarbeit der HipHopper im Netz ist das virtuelle Musiknetzwerk, definiert als die gesamte Online-Präsenz der HipHop-Kultur. Virtuelle Musiknetzwerke entstehen ungeplant und ungesteuert, durch die fortwährende wechselseitige Verbindung von Webangeboten und Online-Interaktionen, die sich explizit auf denselben Musikstil beziehen. Ihre Knoten sind thematisch verwandte, miteinander verlinkte Websites, die von Aktivisten und Fans

desselben Musikstils produziert und rezipiert werden. Musiknetzwerke sind kein rein analytisches Konstrukt, sondern haben empirischen Bestand für die Beteiligten. Daher sind die Kriterien für die Zugehörigkeit einer Website zum Netzwerk ethnografisch fundiert: die Selbstzuordnung der Website zum Netzwerk, ihre Verlinkung mit anderen Knoten, ihre Akzeptanz durch andere Mitglieder.

Für die Strukturanalyse eines Musiknetzwerks ist zunächst die Unterscheidung zwischen Webangeboten und Gemeinschaften relevant. Webangebote werden von (Gruppen von) Individuen zusammengestellt, publiziert, gewartet und aktualisiert. Gemeinschaften (Communities) sind Netzwerke von NutzerInnen, die durch regelmäßige Interaktionen an einem gemeinsamen virtuellen Ort (Forum, Chat, Newsgroup) entstehen. Im Sinne eines Kern-Peripherie-Modells stehen im Zentrum des Netzwerks diejenigen Webangebote bzw. Gemeinschaften, welche die meisten Zugriffe bzw. Mitglieder haben, überregional bekannt sind (wie an ihrer Verlinkung oder an Interviews erkennbar) und sich im Diskurs der Szene einen Namen gemacht haben. Die Webangebote im Kern des HipHop-Netzwerks bezeichnen sich selbst als Online-Magazine bzw. Portale. Ihnen ist eine funktionale Vielfalt und eine Tendenz zur Professionalisierung gemeinsam. Ihr redaktioneller Teil enthält journalistische Formen der Berichterstattung und ergänzt die gedruckten Szenemedien durch multimediale Angebote wie Bildergalerien, Glossare und Online-Audio. Die großen Magazine und Portale stellen außerdem Diskussionsforen und Chaträume bereit und bieten weitere Interaktivangebote wie Umfragen, Online-Shops und Gewinnspiele an. Zur Sicherung der hierfür benötigten Ressourcen sind sie freilich auf Werbung und andere kommerzielle Einbindungen angewiesen. Ihre umfangreichen, durch Selbsteintragungen wachsenden Linkverzeichnisse bieten einen Ausgangspunkt für die Erkundung des Netzwerks und lassen erkennen, wie tief die Kluft zwischen Anspruch und Realität ausfällt. Mehr als 50 selbst ernannte Online-HipHop-Magazine waren während der Feldforschung zu verzeichnen, doch höchstens ein Duzend davon verdiente diesen Titel nach objektiven Kriterien wie eine eigene Redaktion, regelmäßige Aktualisierung und Themenbreite.

Um den Kern des Netzwerks herum sind zahlreiche individuelle Webangebote zu verorten. Einige davon spiegeln die kommerzielle Infrastruktur der Szene wider und sind durch ihre Online-Shops selbst Teil dieser Infrastruktur: Alle auf dem deutschsprachigen HipHop-Markt präsente Künstler oder Labels verfügen über eine eigene Website. Ihnen stehen private Homepages gegenüber, die von Fans, Aktivisten und Nachwuchskünstlern gepflegt werden. Ihr typisches Gattungsprofil umfasst ein Bio, Fotos, Samples eigener Produktionen, Links zu Websites befreundeter Aktivisten sowie ein Gästebuch. Auf Gästebüchern, Chats und insbesondere Diskussionsforen konstituiert sich die Öffentlichkeit der Online-Szene. Rund zehn dezidierte HipHop-Foren mit jeweils mehreren Hunderten bzw. Tausenden registrierter User waren während der Feldforschung zu verzeichnen. Sechs davon (auf rap.de, hiphop.de, mzee.com, rapz.de, webbeatz.de, deflok.de) hatten im Sommer 2003 mehr als 65.000 registrierte User, die den befragten

Webmastern zufolge zwischen 14 und 29 Jahren alt und vorwiegend männlich sind, während die Foren- und Magazin-Betreiber selbst eher in ihren (späten) 20-ern sind.

Die Übersicht deutet auf den mehrdimensionalen, Information und Interaktion verbindenden Charakter der virtuellen Musiknetzwerke hin: Online-Magazine erweitern den Diskurs der gedruckten Szenemedien; die Nischenunternehmen der Szene nutzen das Netz als professionelles Werkzeug; für Nachwuchskünstler ist die private Homepage eine neue Möglichkeit der Selbstdarstellung und der preiswerten Werbung; und die Diskussionsforen eröffnen neue Möglichkeiten des öffentlichen Austausches. Musiknetzwerke sind polyphone Diskursräume, die unter dem Dach einer gemeinsamen kulturellen Orientierung unterschiedliche Teilnehmerprofile, Interessen und kommunikative Zwecke beherbergen.

Vom Gelegenheitsschreiber zum Webmaster

Welche Identitäten in diesen Diskursräumen vorgeführt werden, hängt davon ab, in welcher Eigenschaft oder Rolle an der Online-Kommunikation teilgenommen wird. Einige typische Beteiligungsformate im HipHop-Netzwerk modelliere ich anhand dreier Kriterien: Professionalisierung, Teilnahmeintensität und Kommunikationsform. Das erste und einfachste Format wäre der Gelegenheits-Poster: ein Mitglied, das mit dem gleichen oder mit wechselnden Pseudonymen hin und wieder die Foren, Chats und Gästebücher des Netzwerks aufsucht. Seine Identitätsarbeit beschränkt sich gewissermaßen auf „Zwischenrufe“ und ist von Anonymität und Unverbindlichkeit geprägt. Ihm steht das Stammmitglied gegenüber, der durch kontinuierliche Präsenz im gewählten Forum oder Chat in die Online-Gemeinschaft hineinwächst und dort soziale Beziehungen knüpft. Ein drittes Format ist der Autor einer persönlichen Homepage. Er ist oft als Rapper, DJ oder Graffiti-Maler aktiv, und die öffentliche Vorstellung dieser Aktivitäten ist ein wesentliches Motiv des Medienhandelns. Identitätsarbeit bedeutet hier eine fortwährende Arbeit an der eigenen Medienkompetenz zum Zweck der Homepage-Pflege. Jenseits der individuellen Gestaltungsstile ist allen Homepage-Autoren gemeinsam, dass die für Gelegenheitsschreiber typische Unverbindlichkeit von einer stets sichtbaren, gewissermaßen verbindlichen persönlichen Identität abgelöst wird. Ein viertes Format bilden diejenigen Teilnehmer, die über die Forenbeteiligung und die eigene Homepage hinaus so genannte Netzämter (Döring 2003) übernehmen oder sich als Nachwuchs-Journalisten versuchen. Dies sind die ehrenamtlichen Schreiber und Foren-Moderatoren, auf die alle großen Websites im Netzwerk angewiesen sind. Ihre Identitätsarbeit muss jedoch den einschlägigen Richtlinien der Magazin- und Portal-Betreiber genügen. Diese erwarten von ihren freien Mitarbeitern u.a. „gutes Schriftdeutsch“ und Englischkenntnisse, um etwa Interviews mit ausländischen Künstlern führen zu können. Die Betreiber professioneller Webangebote stellen das letzte Beteiligungsformat dar. Ihre Identitätsarbeit ist weniger an das Verfassen journalistischer Beiträge und mehr an die globale Konzeption und Strukturierung ihres Webangebots gebunden. Man bemüht sich, Standards professionellen

Medienmanagements zu erreichen, neue Entwicklungen der Webtechnologie anzuwenden und den Spagat zwischen Wirtschaft und Szene zu bewältigen.

Die skizzierten Formate schließen sich nicht gegenseitig aus. Meine Interviews und Online-Beobachtungen liefern Beispiele dafür, wie das Medienhandeln einzelner Teilnehmer ausdifferenziert wird. Man macht z.B. eine eigene Homepage, schreibt auf Diskussionsforen und ist auch noch als freier Mitarbeiter eines Online-Magazins tätig. Diese Aktivitäten und der Wechsel zwischen ihnen werden sprachstilistisch klar auseinander gehalten. Der Übergang von z.B. einer Forendiskussion zum Verfassen einer CD-Kritik wird durch den jeweils passenden Schreibstil kontextualisiert.

Globale Ressourcen für lokale Identitäten

Die Spannung zwischen globaler Popkultur und ihrer lokalen Aneignung prägt den Diskurs im virtuellen Netzwerk der HipHop-Kultur. Auch wenn die deutschsprachige Rap-Produktion eine bemerkenswerte Eigenständigkeit und Vielfalt erreicht hat, bleibt die afroamerikanische ‚Mutterkultur‘ als Inspirationsquelle und Interpretationsrahmen relevant. Jeder einzelne Künstler und jede lokale Szene (z.B. in Stuttgart, Hamburg oder Berlin) positioniert sich im Verhältnis zu den afro-amerikanischen Strömungen und Vorbildern. Die Aneignung der global zirkulierenden Kategorien des HipHop ist nicht beliebig, sondern Gegenstand kritischer Reflexion. Die Grenze zwischen dem individuellen *Style* und der Nachahmung fremder Stereotype (wie z.B. *Gangster*) wird im Diskurs ausgehandelt, wobei lokale Identitätsaspekte wie Wohnort oder Musikgeschmack herangezogen werden.

Ich möchte diese Spannung am Beispiel einer Forendiskussion auf dem Portal webbeat.de demonstrieren. Diese „Promotion Plattform“ gibt jungen Rappern und DJs die Möglichkeit, sich und ihre Musik kostenlos zu präsentieren. Jeder registrierte Künstler hat eine eigene Seite mit einem Foto, einem kurzen Info-Text und Songs im Digitalformat. Die Besucher können sich die Songs anhören und in einem eigens eingerichteten „Kritikforum“ kommentieren. Die nachfolgend untersuchte Diskussion entstammt dem Kritikforum einer Berliner Band namens Hecklah & Coch. Bereits der Bandname ist ein gutes Beispiel für kulturelle Lokalisierung: Es verfremdet den Namen eines deutschen Waffenherstellers (Heckler & Koch Jagd- u. Sportwaffen) und lehnt sich dabei an die amerikanische Rapband *Smif & Wessun*, die ihrerseits den Namen des amerikanischen Waffenherstellers *Smith & Wesson* verfremdet. Im Bandfoto blicken die beiden Jungkünstler, Schusswaffen haltend, auf den Betrachter herunter. Dies ist eine im HipHop-Kontext bekannte Pose, die das Sujet als dominant, den Betrachter als machtlos konstruiert. Während das Bandfoto in diesen Kritikforen normalerweise kaum beachtet wird, steht es hier vom Anfang an im Zentrum der Debatte.

19 Tage nach Eröffnung des Kritikforums von Hecklah & Coch (November 2003) umfasste die Diskussion 90 Beiträge mit einem Durchschnitt von 45 Wörtern pro Beitrag. Die hier untersuchten, ersten 29 Beiträge wurden von 16 Personen in 43 Stunden verfasst. In ihrer Sequenzstruktur sind sie eine Kette von aufeinander folgenden Kommentaren, durchbrochen von kleinen Dialogsequenzen, die auf vorangehende Beiträge reagieren. Mehrere Teilnehmer aus verschiedenen Orten Deutschlands nehmen dabei den Songtext und vor allem das Bandfoto in die Kritik. So schreibt „David“ im 2. Eintrag: *„euer foto find ich krass lächerlich... aber wer weiss ..vielleicht lauft ihr ja in berlin wirklich so hart rum...dann is ok...“* Im darauf folgenden Beitrag fordert er die Band provokativ auf, die Glaubwürdigkeit ihrer Pose zu beweisen: *„aber vielleicht hate [= hasse, J.A.] ich auch einfach nur... auch möglich...dann erschießt mich halt.“* Im 8. Beitrag stempelt auch „Dieter“ das Foto als visuelles Klischee ab: *“Das photo ist echt der Hammer - fehlen nur noch zwei bitchez, ihr seid soooo lächerlich...“* Im 19. Beitrag wird die Berechtigung der Band, auf kriminelles Ghetto-Leben zu verweisen, angezweifelt: *„euer foto.. naja, der eine ist aufm internat, der andere war fürn jahr im ausland, ob ihr gerade die richtigen seid um "das getto zu representen" weiss ich jetzt auch net.“* Im 27. Beitrag wird das Foto mit der negativen Kategorie des „Möchtegern-Gangsta“ belegt: *„Aber bitte wechselt dieses peinliche Foto... sieht aus wie so 2 möchtegern gangsta.“* Offensichtlich löst das Bandfoto kulturelle Resonanzen aus: Die Waffen werden auf ihren spezifischen Ursprungskontext zurückgeführt und mit Kategorien belegt, die von der Band selbst nicht benutzt werden (*Gangsta, Ghetto*). Für diese Kritiker verstößt die Selbstdarstellung von Hecklah & Coch gegen die weit verbreitete Maxime, dass Rap-Texte gelebte Erfahrung zu reflektieren haben.

Diesen kritischen Stimmen stehen mehrere Verteidiger der Band gegenüber, die ausnahmslos aus Berlin kommen und die Band als Repräsentanten des lokalen Stils (*Berlinrap, berliner style*) würdigen. Bemerkenswerterweise gilt ihr Lob (ausgedrückt z.B. durch *fett, cool, fresh*) der Musik und den Texten, das Foto thematisieren sie kaum. Zudem greifen sie gelegentlich die Kritiker an, indem sie deren Wohnort oder Musikgeschmack abwerten. Beispielsweise wird im 11. Beitrag ein Kritiker aufgefordert: *„halt einfach dein maul oder hör weiter beginner!“* Hier steht die Hamburger Rapband Beginner für einen Stil, den der Berliner Fan ablehnt. Im 20. Beitrag weist „Timm“ die Kritik von „Dieter“ zurück, indem er sich über seinen angegebenen Wohnort lustig macht: *„wo kommst du her? Pinneberg? keine angst die tun dir nichts.“* Die Implikation ist wohl, dass ein „Provinzler“ mit Waffen nicht so vertraut ist wie die Berliner Jugendlichen. Der Konflikt zwischen Adepten und Kritikern des *berliner style* spitzt sich ab dem 22. Beitrag zu. Schauen wir uns die Beiträge 22-29 genauer an (vereinfachte und anonymisierte Fassung der am Bildschirm sichtbaren Diskussion; die Schreibweise des Originals wird beibehalten):

22. Frank – 15.56

In gewisser Weise ist es clever jede Art von Kritik mit dem Vorwurf des "Ihr Hated Nur" [= Songtitel der Band, J.A.] abzutun. Sehr einfaches, beneidenswert unkompliziertes Weltbild.

Nur beschränkt man sich dadurch letztendlich selbst. Aber das fühlen Hecklah&Coch wohl nicht.

Ein Quentchen übertriebener und es wäre beinahe humorvoll. So bleibt es, in meinen Augen, ein vergeblicher Profilierungsversuch der unterhalb der Mittelmäßigkeit rangiert. Der Beat fügt sich gut in diese Szenerie.

23. Andy – 16.08

blub blub blub.

24. Timm – 17.28

blub blub und abgesoffen!

das man in alles immer so viel interpretieren kann.

der track definiert sich ganz einfach. tighter beat, strophen geschrieben, aufgenommen.

is doch nur RAP man, RAP !!!!!

kritik is cool. aber Deeutschländ (Mr.Banjo said so) hört auf mit pseudo intellektuellen phrasen irgendwelche tracks zu analysieren. feier doch einfach den track. (@frank)

@rick

HAALLLOOOO

H.E.C.K.L.A.H. & C.O.C.H - 99% Treffsicherheit

- deutsche parade waffe - FlexRap

-----GUNZ auf dem Cover!!!!

25. Timm – 17.39

ach ja,

<http://www.grundausbildung.com/>

und wer nen freshen bootleg hören will:

[http://\[...\].com/](http://[...].com/) in der mp3-area

hauta klabauta

26. Frank – 17.43

Was gibts da zu feiern Timm?

Ich finde diesen Track langweilig.

Wenn Du Dich über unreflektierten Konsum freuen kannst, dann wünsche ich Dir viel Vergnügen. Ich kanns nicht.

Hilfe.

Ich bin Student.

27. Dennis – 22.36

Ya so mag ich das: Berlinrap wie ihn mag

Krawall Peace

28. Willy – 22.56

Hey,

track ist sicherlich nicht schlecht... beat ist geil, raps sind auch gut... Aber alles in einem recht nett. Aber bitte wechselt dieses peinliche Foto... sieht aus wie so 2 möchtegern gangsta

Peace and respect

Bad Grade Click

29. Mark – 08.31

Frank schrieb am (DATUM):

[Vollzitat von 22]

geh nach hause und hör fanta4

Während die bisherige Diskussion in einem für Foren üblichen Stil verlief – kurze Beiträge, einfache Sätze, viel Kleinschreibung, Musikjargon und jugendsprachliche Bewertungen – folgt der 22. Beitrag einem markant anderen Stil: Er ist überdurchschnittlich lang und syntaktisch komplex, folgt der

Rechtschreibnorm und enthält mehrere Fremd- bzw. Bildungswörter, die man in diesem Forum ansonsten nicht sieht: *rangiert, unterhalb der Mittelmäßigkeit, vergeblicher Profilierungsversuch, beneidenswert unkompliziertes, beinahe humorvoll*. Er ist unpersönlich gehalten (bis auf die Formel *in meinen Augen*), während die meisten anderen Einträge persönlich und/oder dialogisch ausgerichtet sind. Die sprachliche Form unterstreicht den inhaltlichen Anspruch des Schreibers auf Objektivität. „Franks“ Beitrag ist gerahmt weniger als persönliche Wertung denn als eine Art Ideologiekritik, die Hecklah & Coch einen Mangel an Authentizität, Gefühl und Humor zuschreibt.

Erwartungsgemäß stößt der Eintrag auf Reaktionen der Berliner Jugendlichen: Einige Minuten später weist „Andy“ „Franks“ Analyse mit einem lapidaren Kommentar zurück. „Timm“ eröffnet den nächsten Beitrag mit einer Wiederholung und Variation dieses Kommentars und demonstriert dadurch seine Übereinstimmung mit „Andy“. In seiner Stellungnahme lehnt „Timm“ jeden Versuch ab, Rapmusik intellektuell zu interpretieren, und lenkt die Aufmerksamkeit auf die Stimmigkeit von Sound und Text. Er unterstreicht seine Position durch Verweis auf einen aktuellen Rapsong („Deutschland“ von Olli Banjo) und vergegenwärtigt dessen kritisches Deutschlandbild durch ein Zitat: *Deeuutschläänd (Mr.Banjo said so)*. Anschließend liefert „Timm“, auf einen vorigen kritischen Beitrag reagierend, eine alternative Lesart des Waffenfotos. Während für die Kritiker die Waffen eine mit der lokalen Realität inkongruente Pose sind, hebt „Timm“ auf eine metaphorische Lesart des Fotos ab: Als visuelle Metapher verstanden, übertragen *GUNZ auf dem Cover* (genauso wie der Bandname) bestimmte positiv gewertete Qualitäten des Waffenherstellers (*99% treffsicherheit*) auf die Band. Mit der Kategorie "Flex Rap" deutet er die Waffenmetapher als ein legitimes Stilmittel im Kontext des Battle Rap, der auf aggressiven verbalen Wettbewerb abzielt.

„Franks“ Reaktion hält an der Position und dem Stil seines ersten Beitrags fest. Er weist „Timms“ Aufforderung zurück und lehnt seinen *„unreflektierten Konsum“* ab. „Frank“ schließt seinen Beitrag mit einem Hilferuf und einer Selbstkategorisierung als *„Student“* ab. In der gegenwärtigen Jugendsprache ist *Student* eine negative Kategorisierung für junge Erwachsene mit einer intellektuellen Haltung, denen wirkliche Lebenserfahrung fehlt. „Franks“ Selbstkategorisierung kann gelesen werden als ironische Aneignung seines vermuteten Fremdstereotyps: Indem er die Kategorie, die ihm die Verteidiger von Hecklah & Coch vermutlich zuschreiben, für sich selbst beansprucht, nimmt er ihnen sozusagen den Wind aus den Segeln. Lob und Kritik wechseln sich in den darauf folgenden Beiträgen ab. „Dennis“ lobt den lokalen Stil der Band, während „Willy“ dem Song zustimmt, aber das Bandfoto ablehnt. Noch eine Kritik an „Frank“ kommt im 29. Beitrag. „Mark“, der ebenfalls aus Berlin kommt, zitiert den gesamten Beitrag „Franks“ und kommentiert ihn mit einer abschätzigen Aufforderung, deren Sinn sich erst im Kontext der deutschsprachigen Rap-Geschichte erschließt: *„geh nach hause und hör fanta4“*. „Franks“ Beitrag wird hier mit einer Band verglichen, die heute vielerorts als überholt, kommerziell und zu *„weich“* gilt. Die Kürze der Aufforderung und der

Rechtschreibfehler bei *höhr* lassen auch diesen Beitrag als formalen Kontrast zu „Franks“ Analyse erscheinen.

Ausblick

Ich habe versucht zu zeigen, wie die Diskursanalyse einer Forumdiskussion das problematische Verhältnis der jugendlichen Akteure zu globalen jugendkulturellen Kategorien sichtbar macht. Die Aneignung von Rap in Deutschland geht nicht automatisch mit einer unkritischen Übernahme aller damit verbundenen Stereotype einher. Im deutschsprachigen Kontext erscheint *Gangster* durchgehend als eine Fremdzuschreibung, die für eine misslungene kulturelle Aneignung steht. Allerdings hindert dies manche Akteure nicht daran, Stilmittel aus dem afro-amerikanischen *Gangster*-Kontext zu übernehmen. Jugendliche aus der Berliner Szene konstruieren für sich eine symbolische Entsprechung zwischen Globalem und Lokalem, die von anderen Mitgliedern des Forums als eine unpassende Nachahmung afro-amerikanischer Klischees zurückgewiesen wird. Die Analyse der Forumdiskussion hat exemplarisch gezeigt, wie diese Debatte geführt wird, und welche Rolle der Schreibstil dabei spielt. In solchen Debatten, die jeden Tag in zahllosen Forenbeiträgen ausgetragen werden, entsteht der Sinn der Jugendmusikkultur für die Beteiligten. Und in diesem Sinne ist eine Diskursanalyse von Online-Kommunikation ein unumgänglicher Zugang zur kreativen, außerinstitutionellen Aneignung der Neuen Medien durch Jugendliche.

Literatur

Androutsopoulos, Jannis (2003a). „Musikszene im Netz: Felder, Nutzer, Codes“. In Merkens, Hans / Jürgen Zinnecker (Hgg.) *Jahrbuch Jugendforschung* 3, 57-82.

Opladen: Leske + Budrich.

Androutsopoulos, Jannis (Hg.) (2003b): *HipHop: Globaler Kultur – lokale Praktiken*. Bielefeld: transcript.

Döring, Nicola (2003). *Sozialpsychologie des Internet*. 2. Auflage. Göttingen: Hogrefe.

Schmidt, Axel / Klaus Neumann-Braun (2003). Ethnografie der Musikrezeption Jugendlicher“. In: Neumann/Braun, Klaus / Axel Schmidt / Manfred Mai (Hgg.) *Popvisionen*, 246-272. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

van Eimeren, Birgit / Heinz Gerhard / Beate Frees (2004). ARD/ZDF-Online-Studie 2004. In: *Media Perspektiven* 8/2004, 350-370.