

Spaß und Stil im Netz: eine ethnografisch-textanalytische Perspektive

Jannis Androutsopoulos

1. Einleitung

Der öffentliche Diskurs kann schnell zum Schluss führen, im Internet gehe es hauptsächlich um Spaß. Vor allem die Werbekommunikation der Provider stilisiert Spaß beim Surfen als zentrales Motiv der Online-Nutzung. Die in den 1990er Jahren allseits proklamierte und beklagte „Spaßgesellschaft“ (Linke 2003) scheint in der wichtigsten sozial-technologischen Innovation desselben Zeitraums ihre passende Diskurspraxis zu finden. Doch empirisch fundierte Erkenntnisse über Spaß im Netz sind derzeit noch Mangelware. In der Literatur über persönliche Homepages gilt nicht die Unterhaltung, sondern die Konstruktion sozialer Identität und der Kontakt zu Gleichgesinnten als zentrales Motiv der Online-Nutzung (Döring 2001). Auch der Nutzungszweck von Chats und Newsgroups kann je nach Gattung und Nutzerprofil auch Unterhaltung umfassen, muss sich aber nicht darin erschöpfen. Spaß im Netz ist eines dieser Phänomene, über die man viel spricht, aber noch sehr wenig weiß.

Wenn hier von Spaß die Rede ist, so im Sinne eines Oberbegriffs für Phänomene des Nicht-Ernsten in allen Formen von Kommunikation (Kotthoff 1998, 46). Spaß ist also äquivalent zu unterhaltsamer bzw. Scherzkommunikation zu verstehen und vom vergnüglichen Empfinden zu unterscheiden (vgl. auch Perrin, i.d.Bd.). Vergnügliches Empfinden in der Produktion oder Rezeption von Online-Kommunikation – beispielsweise der intellektuelle Genuss beim Lesen im Forum, das amüsierte Stöbern auf Spaßseiten wie *autsch.de*, die Antizipation rezipientenseitiger Reaktionen beim Basteln am eigenen Webangebot – kann zwar durch Interviews, Befragungen oder Experimente dokumentiert, aber mit linguistischen, gesprächs- oder inhaltsanalytischen Methoden nicht erforscht werden. Im Folgenden geht es vielmehr um Spaß als Interaktionsphänomen sowie um Spaß-Ressourcen, also potentiell unterhaltsame Eigenschaften von Medientexten oder -gesprächen.

Das Stichwort „ethnografisch-textanalytisch“ im Titel dieses Beitrags bezeichnet ein methodisches Verfahren, das im Rahmen des Forschungsprojekts „jugendkulturelle mediale Stile“¹ entwickelt wird und auf eine systematische Verbindung von subjektiven und objektiven Daten in der Analyse von Online-Kommunikation abzielt. Die ethnografische Komponente orientiert sich an der Online-Ethnografie (vgl. Danet 2001, Hine 2000) und kombiniert die kontinuierliche Beobachtung von jugendkulturellen Webangeboten mit halbstrukturierten Interviews mit Betreibern persönlicher Homepages, Webmastern und Mitgliedern von Online-Gemeinschaften. Auf dieser Basis werden die Strukturen des jugendkulturellen Online-Feldes rekonstruiert und die Motivationen, Praktiken, Sprach- und Stilbewusstheit der Beteiligten untersucht (Androutsopoulos i. Dr. b). Auf der textanalytischen Seite werden Exemplare verschiedener Kommunikationsformen (Homepages, Gästebücher, Foren) mit Verfahren der Textsorten-, Variations- und Interaktionsanalyse untersucht. Meine Grundannahme ist, dass die ethnografische Rahmung der linguistischen Analyse schriftlicher Medienkommunikation wertvolle Information für die Kontextbildung und funktionale Interpretation beobachtbarer Sprachmuster liefern kann. Insofern ist das Verfahren durchaus parallel zur ethnografischen Gesprächsanalyse (Deppermann 2000) anzusehen. Die Ethnografie trägt zum Verständnis des konkreten Textgeschehens bei und weist auf für die Beteiligten relevante Phänomene hin, die als Ausgangspunkt für Sprach- und Textanalysen dienen können. Umgekehrt wird das Sprach- und Stilwissen der Beteiligten anhand der objektiven Daten überprüft, wodurch gleichzeitig auch seine Grenzen sichtbar gemacht werden.

Dieser Beitrag beschreibt Spaß im Netz als Aspekt der *produktiven* Beteiligung an Online-Kommunikation. Darunter sind sowohl die Bereitstellung eigener Webangebote (z.B. einer persönlichen Homepage) als auch die Teilnahme an Online-Interaktionen (z.B. in Chats oder Foren) zu verstehen (vgl. Androutsopoulos i. Dr. a, i. Dr. b). Während die Tradition der qualitativen Medienanalyse der Medienrezeption eine vorrangige Stellung einräumt (vgl. Charlton/Schneider 1997) und die Medienproduktion als eine korporativ geregelte, dem professionellen Handeln vorenthaltene Sphäre betrachtet, gehört die Demokratisierung des Publizierens zu den wesentlichen Differenzen zwischen Netz und herkömmlichen Massenmedien (Döring 2001). Die strukturelle Distinktion zwischen Produktion

¹ Das unter der Leitung von Werner Kallmeyer durchgeführte Projekt ist Teil der DFG-Forschungsgruppe „Sprachvariation als kommunikative Praxis“ (vgl. Androutsopoulos/Kallmeyer 2000, Androutsopoulos 2003, i. Dr. a und b).

und Rezeption wird im Netz tendenziell verwischt. Ganz im Sinne von Brechts Radiotheorie (vgl. Häusermann 1998, 51f.) ermöglicht das Netz ein neues Szenario des sozialen Mediengebrauchs, in dem alle Beteiligten Produzenten wie Rezipienten sind und das Medium zur Massenkommunikation wie zur interpersonalen Interaktion nutzen. Selbst eine kleine persönliche Homepage verwirklicht dieses Szenario, sofern sie neben den vom Betreiber betreuten Inhalten über ein Gästebuch verfügt, auf dem Online-Interaktionen stattfinden. Grenzziehungen der herkömmlichen Massenmedien werden also im Internet tendenziell verwischt, gleichzeitig werden neue Grenzen durch unterschiedliche Schreibstile konstruiert. Bestimmte Online-Kontexte eignen sich für unterhaltsame Kommunikation mehr als andere, verschiedene Komponenten eines Webangebots nehmen unterschiedliche Stellungen auf dem „Spaß/Ernst-Kontinuum“ an.

Im Rahmen des Projekts ist Spaß keine „ethische“, vom Analytiker an die Daten herangetragene Kategorie, sondern vielmehr eine „emische“ Analysekategorie, die im Verlauf der Forschungsprozesses zunehmend sichtbar geworden ist. Das Verhältnis von Spaß und Ernst wurde von mehreren Interviewpartnern spontan thematisiert, um sprachliche Unterschiede in jugendkulturellen Webangeboten zu erklären. Die nachfolgend untersuchten Online-Texte und -Gespräche wurden als besonders ergiebige Beispiele aus dem Gesamtkorpus ausgesucht und exemplarisch analysiert. Ihre Auswahl und Auswertung wird von ethnografisch gewonnenen Einsichten in die Wahrnehmungen und Einstellungen der Beteiligten geleitet. Was als Spaß im Netz gilt, wird im Wechselspiel beider Zugänge rekonstruiert und als Teil situierter Kommunikationspraktiken beschrieben.

2. Zum Umgang mit Spaß in der Linguistik

Kennzeichnend für den gegenwärtigen Stand der linguistischen Online-Forschung ist der Rückgriff auf Ansätze der empirischen Sprachwissenschaft, die medienspezifischen Besonderheiten angepasst werden. Daher stelle ich im Folgenden drei Ansätze, die sich mit Spaß aus linguistischer Warte beschäftigen, stichwortartig vor. Der erste und traditionellere Ansatz untersucht Strukturen des unterhaltsamen Sprachgebrauchs in Bereichen der „professional linguistic deviance“ (Crystal 1998) wie Journalismus, Werbung und Comics.² Dittgen (1989), die unter dem Motto *Regeln für Abweichungen* eine der umfassendsten Beschrei-

² Vgl. Kotthoff (1998, 84ff.), Crystal (1998), Dittgen (1990), Janich (2001) sowie Fiedler i. d. Bd. und Held i. d. Bd.

bungen sprachspielerischer Phänomene in der schriftlichen Massenkommunikation liefert, unterscheidet sechs Regeltypen – Inkompatibilitäten, Verdichtungen, Mehrdeutigkeiten, Zusammenziehungen, phraseologische Abwandlungen, Lautverschriftungen – und arbeitet ihre vielfältige Kombinatorik heraus. Eines der Hauptmotive ihrer Anwendung in Schlagzeilen, Slogans, Titeln usw. sieht sie darin, „den Text witzig, pfiffig, originell zu machen“ (19). Diese Verfahren finden Einsatz nicht nur in Texten, die konventionell als Unterhaltungsangebote produziert und rezipiert werden, sondern auch in ganz anderen Texten, etwa Nachrichtensendungen, die im Zuge des Infotainment bzw. der Boulevardisierung (Klein 1998) eine Unterhaltungskomponente erhalten sollen. Eine Grundannahme systemlinguistischer Sprachspielanalysen ist das (intrinsische) Unterhaltungspotenzial der untersuchten Verfahren für einen idealen Leser/Rezipienten, den letztlich der Linguist, die Linguistin selbst verkörpert.³ Mit dem Kommunikationsmodell von Stuart Hall gesprochen wird hier eine „präferierte“ Lesart adoptiert: Der geneigte Leser, der die Sprachkreationen des Senders versteht und akzeptiert.⁴ In Wirklichkeit aber gibt es auch „ausgehandelte“ und „oppositionelle“ Lesarten (vgl. Ayaß und Klemm i. d. Bd.), wie beispielsweise Fälle misslungener Werbekommunikation deutlich machen. Solche Fälle müssen mit Rückgriff auf den Kontext und die Kulturspezifik der fraglichen Kommunikation interpretiert werden und sind daher von einem rein systemlinguistischen Ansatz nicht erfassbar. Aus der Perspektive einer inklusiven Medienforschung (Keppler 2001) wäre die Analyse potenziell unterhaltsamer Sprachmuster in den Medienprodukten durch Evidenz für den Umgang der Produzenten bzw. Rezipienten mit diesen Sprachmustern zu ergänzen.

Grundlagen einer pragmatisch fundierten Theorie von (massenmedialer) Unterhaltungskommunikation stellt der viel beachtete Ansatz von Klein (1997, 1998) vor, der von der Unterscheidung zwischen *Information* und *Unterhaltung* als zentralen psychosozialen Bedürfnissen ausgeht. Kleins Konzept ist auf hoch komplexe massenmediale Formate ausgerichtet, die von Produzententeams nach strategischen Richtlinien realisiert werden. Analog zu den Grice'schen „Informationskategorien“ stellt Klein vier Prinzipien der Unterhaltung auf: *Abwechslung*, *Unbeschwertheit*, *Interessantheit*, *Eingängigkeit*. Allerdings wird die Operationalisierung der vier „U-Kategorien“ nur angedeutet (vgl. auch Held i. d.

³ „Die ungewöhnliche sprachliche Form ist daher unabhängig von der individuellen Wirkung stets (zusätzlicher) Lese-Anreiz, ein Spiel mit den Möglichkeiten und Grenzen des Sprachsystems auf Produzenten- und Rezipientenseite.“ (Dittgen 1989, 10).

⁴ Vgl. Hall (1980), Hepp (1999), Chandler (2002), Winter i. d. B. und Klemm i. d. B.

Bd.). Als Merkmale der Abwechslung nennt Klein die Kürze der Beiträge, das Tempo, schnelle Schnitte sowie „sprachstilistisches Switching zwischen unterschiedlichen Stilebenen und Jargons“ (1998, 110); Unbeschwertheit macht er an der Thematik der Unterhaltungsangebote und an der Art des Adressatenbezugs fest; Eingängigkeit bezieht er auf die „informelle Selbstpräsentation“ und die „(scheinbar) alltagsnahe Sprachverwendung“ in Unterhaltungsformaten (ebd.). Klein konstatiert für Kulturmagazine der öffentlich-rechtlichen Sender eine „Zunahme von Merkmalen, die zu den Unterhaltungskategorien gehören“ (ebd.), ohne jedoch konkrete Kriterien oder Auswertungen zu liefern.

Gesprächs- und interaktionsanalytische Ansätze konzipieren Spaß als eine Modalität der Interaktion, die *in situ* konstituiert und durch spezifische Phänomene kenntlich gemacht wird.⁵ Kotthoff unterscheidet zwischen Gattungen und Aktivitätstypen der Scherzkommunikation (wie Frotzeln, Necken, Parodie) und Verfahren, „die an der Erzeugung von konversationeller Komik beteiligt sind“ (1998, 193). Dazu gehören Lachpartikeln, Stilwechsel, Über- und Untertreibungen, Elemente die einen Rahmenwechsel anzeigen, lokale Kontraste auf mehreren Ebenen (stilistisch, prosodisch, semantisch) sowie Aspekte der Mimik und Gestik. Mehrere dieser Verfahren finden sich in der Klassifizierung von Deppermann und Schmidt (2001) wieder, die in Auseinandersetzung mit klassischen Höflichkeitskonzepten entwickelt wird (Tabelle 1): Nonverbales, Elemente der Syntax, Lautung und Lexik, thematische Orientierungen und Gattungen wirken zusammen in Situationen, die von den Beteiligten (und den Analytikern) als unterhaltsam erlebt werden. Festzustellen sind Überschneidungen mit dem Modell der konzeptionellen Mündlichkeit und Schriftlichkeit (Koch/Oesterreicher 1994). Mehrere Merkmale unterhaltsamer Kommunikation sind zugleich „konzeptionell mündlich“ und umgekehrt.

5 Kotthoff (1998, 165ff. und im Ersch.) spricht von Scherzkommunikation und spaßiger Interaktionsmodalität, Deppermann und Schmidt (2001) von unterhaltsamer Kommunikation.

Kategorie	unterhaltsam	nicht unterhaltsam
Redebeiträge	kurz und knapp	Lang
Syntax	Reduziert, Parataxe	schriftsprachlich, Hypotaxe
Phonologie	expressiv, variantenreich	monoton, sachlich
Lexik	Neubildungen, Tabuwörter	Hochsprache
Stilistik	Hyperbolik	Präzision, Litotes
Inhalte	situationsgebunden, Tabubrüche	abstrakte, ernste Themen
Kohärenz	assoziative Übergänge	argumentative Übergänge
Genres	Necken, Frotzeln, groteske/absurde Fiktionen	Diskutieren, Klärungsaktivitäten
Beziehung	Informalität, Vertrautheit	Distanz, Höflichkeit und Takt
Nonverbales	mehrere Aufmerksamkeitsfoki, expressive Körperlichkeit	Konzentration auf das Gespräch, Körperkontrolle

Tabelle 1: Unterhaltsame und nicht-unterhaltsame Phänomene der Kommunikation nach Deppermann und Schmidt (2001, 37; leicht gekürzt)

Alle drei Ansätze sind für die Analyse von Spaß im Netz prinzipiell von Belang sind, je nachdem, welche Form der Online-Kommunikation untersucht wird. Während z.B. bei der Homepage-Gestaltung Ausprägungen der Unterhaltungskategorien sowie Sprachspiel-Analysen eine Rolle spielen, sind bei der Analyse von Online-Interaktionen auch gesprächsanalytische Ansätze heranzuziehen. Den wichtigsten Bezugspunkt der unten vorgestellten Auswertungen stellt der Merkmalskatalog von Deppermann und Schmidt (2001) dar. Ihre gesprächsanalytisch entwickelten Kategorien lassen sich auf die informelle digitale Schriftlichkeit anwenden, stellenweise mit einschlägigen Anpassungen, beispielsweise von der Phonologie in entsprechende Verfahren der Graphemik (Schreibweise).

3. Spaß-Ressourcen in der Online-Kommunikation

In einem ersten Schritt sollen zentrale Ressourcen der unterhaltsamen Kommunikation im Netz eingeführt werden, deren Relevanz durch Rekurrenz in den Texten wie durch Aussagen der Beteiligten nachgewiesen wird.

Simulationen von Lachen und Lächeln. Ich unterscheide zwischen:

- (a) einfachen *Emoticons*, also typografischen Repräsentationen stilisierter Gesichtsausdrücke;
- (b) Abkürzungen die *Lachen/Lächeln* denotieren, wie *lol*, **g** und **fg**;
- (c) *Verbstämmen* (oft in Sternchen eingeschlossen) wie **lach**,
- (d) *Grafik-Emoticons*, wie sie neuerdings in vielen Foren Einsatz finden.

Während diese Ressourcen an sich gut dokumentiert sind (z.B. Runkehl et al. 1998), mangelt es noch an detaillierten Analysen ihrer Pragmatik. Ähnlich wie in jeder Analyse verbaler Interaktion kann Lachen – hier nur noch als symbolische, von der Körperlichkeit losgelöste Aktivität (Kotthoff 1998, 105) – als heuristisches Mittel genutzt werden, um spaßige Interaktionsmodalitäten zu identifizieren. Allerdings kann nicht einfach angenommen werden, dass jedes Emoticon einfach „Freude“ bedeutet, oft werden Emoticons auch als Ironie-Hinweise eingesetzt (vgl. Abschnitt 5).

Multimodalität von Online-Texten: Sprache ist nicht die einzige Ressource für Spaß im Web.⁶ Während Online-Interaktionen im Grunde mit dem verbalen Text auskommen und diesen gelegentlich durch grafische Simulationen para- und nonverbaler Merkmale anreichern, verfügen persönliche Homepages über reichhaltigere Spaß-Ressourcen. Dazu gehören statische oder bewegte Bilder, die mit oder ohne Bezug auf einen verbalen Text funktionieren (vgl. Abschn. 4), oder auch der Klangteppich eines Webangebots, genauer gesagt die spezifische Auswahl an Sounds, die dem Besucher angeboten wird.⁷ Generell gilt: Je mehr die Beteiligten die Möglichkeiten des Mediums ausreizen, desto weniger reicht eine unimodale, auf Sprache eingeschränkte Analyse von Spaß-Ressourcen aus.

Bricolage: Darunter verstehe ich die kreative, oft unkonventionelle Verdichtung unterschiedlicher Ressourcen zu kontextspezifischen Schreibstilen (vgl. Schlobinski 1989, Chandler 1998; Runkehl et al. 1998, 115, sprechen von *Stilmix*). Das Bri-

⁶ Generell ist Unterhaltungskommunikation in hohem Maße multimodal kodiert. Im Fernsehen gehören z.B. schnelle Schnitte zu den Merkmalen der Abwechslung (Klein 1998), in Printmedien entsteht Komik oft erst durch die Text-Bild-Beziehung (vgl. Fiedler, i. d. B., Held, i. d. B.), Para- und Nonverbales spielt eine wichtige Rolle für die Erzeugung von Komik in der Interaktion (Kotthoff 1998).

⁷ Witzig ist es für mich z.B., wenn ein Online-Magazin für Technomusik (*klangterroristen.de*) neben den erwartbaren Technosounds auch kubanische und thailändische Musik als Klangteppich anbietet. Die witzige Wirkung entsteht durch den Kontrast dieser Optionen zur erwartbaren, unmarkierten Option bzw. zum Thema des Angebots.

colage-Prinzip betrifft den Umgang mit sprachlicher Variation wie mit Textmustern. Merkmale konzeptioneller Mündlichkeit, Elemente verschiedener Sprachen und Sprachvarietäten, Simulationen para- und nonverbaler Phänomene, intertextuelle Referenzen und andere Ausdrucksmittel werden im informellen Online-Austausch vielfach spielerisch kombiniert, das Ergebnis kann je nach Kontext für Schreiber und Leser sehr wohl unterhaltsam wirken. Bei der Zusammensetzung einer Homepage oder einer virtuellen Identität in Foren werden solche Schreibstile mit Elementen verschiedener Textmuster, Bildern und Tönen in eine neue Gesamtheit verflochten (Chandler 1998). Dabei können konventionelle Texthandlungen ungewöhnlich realisiert, Textsortenkonventionen spielerisch verfremdet werden. Als Beispiel hierfür führe ich zwei Textpassagen aus privaten Homepages an (Text 1).⁸

Text (1): Kontaktangaben auf zwei Homepages

(1.1) www.omaboy.de (Mai 2001)

Scans, Verbesserungsvorschläge, Kontakt, Nacktbilder von den weiblichen Besuchern, Fragen bezüglich der Inhalte, Infos, Lob, Grüße und Einschmeicheleien bitte an mich. Destruktive Kritik, Morddrohungen, Nacktbilder der männlichen Besucher und anderen Schwachsinn bitte zum Papierkorb@t-online.de schicken.

(1.2) www.aufnahmezustand.de (Juni 2002)

Für Kinderwünsche, mailt bitte MIT Foto an ichwilleinkindvon@aufnahmezustand.de
Falls Ihr nur auf einen One-night Stand aus seit, bitte mailt man
NAMEvom@aufnahmezustand.de
Mehr Infos zu diesem Thema findet Ihr auch in unserem FORUM

Diese Kontaktangaben sind Teil der Begrüßung oder Selbstdarstellung der Betreiber, wie sie auf der Startseite ihres Webangebots erscheint. Sie stellen einen temporären Übergang von einem grundsätzlich ernsten Diskurs hin zu einer witzigen Modalität dar, in welcher der Wahrheitsanspruch des Gesagten reduziert ist. Im Fall *Omaboy* (1.1) ist der Kontrast zwischen Ernst und Witz Teil der

⁸ Text (1.1) stammt aus einer näher untersuchten Homepage (vgl. Abschn. 4.1), (1.2) aus dem Webangebot einer HipHop-Gruppe. In beiden Fällen wurden Interviews mit den Produzenten durchgeführt. Die URLs der Homepages werden mit Erlaubnis ihrer Autoren angegeben, die wirklichen Personennamen anonymisiert.

Kontaktäußerung selbst: Bis zum Wort „Kontakt“ ist die Welt noch in Ordnung, das nächste nominale Element (*Nacktbilder weiblicher Besucher*) ist offensichtlich hyperbolisch, obwohl nicht als solches markiert. Im zweiten Teil der Kontaktäußerung sind es das Paar-Element *Nacktbilder männlicher Besucher*, außerdem die Ausdrücke *Morddrohungen* und *anderen Schwachsinn*, die den ernstesten Rahmen überschreiten. Die Konstruktion solcher Äußerungen macht den Produzenten vermutlich Spaß, das Ergebnis ist wohl als *potenzielle* Spaßquelle für die Rezipienten zu betrachten. Durch Kontaktangaben dieser Art inszenieren sich die Autoren als Personen, die sich des Feedbacks sicher oder sogar begehrt und umworben sind.

Die Star-Allüren von Nachwuchsmusikern sind eben das Stereotyp, das in (1.2.) aufs Korn genommen wird. In beiden Fällen ist eine Konstruktion geschlechtsspezifischer Identitäten mit im Spiel, sind es doch männliche Autoren, die hier einen latent sexistischen Witz für überwiegend männliche Rezipienten ausgestalten. Die Beispiele zeigen schließlich eine für das Medium spezifische Spaß-Ressource: das Format der Email-Adresse. In (1.1) wird eine nicht existierende, in (1.2) eine funktionierende, aber äußerst unübliche Adresse eingesetzt.

Humor wird „von unterschiedlichen Gruppen der Gesellschaft nicht auf gleiche Weise praktiziert“ (Kotthoff, im Ersch.). Man kann dies auch in Bezug auf das Netz behaupten: Was Autoren und Surfer zum Lachen bringt, ist zu einem guten Teil kulturspezifisch differenziert. Ähnlich wie Kotthoff meine ich damit nicht Nationalkulturen, sondern international verbreitete Subkulturen und Fangemeinschaften (Androutsopoulos 2001b). Auch in der Netzkommunikation baut die Inkongruenz, auf der viele Witze beruhen, auf gruppen- und kulturspezifischem Wissen auf. Im Diskurs der HipHop-Kultur z.B. kann eine Schreibung wie *Gängschda* (für das englische Wort *Gangsta*) nur auf der Basis bestimmter Wissensbestände als Inkongruenz auslösendes Element erkannt werden und damit potenziell witzig wirken: Die Figur des afroamerikanischen *Gangsta* und ihre Bedeutung im HipHop-Diskurs, die Art und Weise der Aneignung von HipHop in Deutschland sowie die mit Dialekt verbundenen soziolinguistischen Stereotype wirken zusammen in der Einstufung der als *Gängschda* bezeichneten Person als Karikatur der *Gangsta*-Figur. Dass Scherz auch als Mittel der Sozialkritik genutzt wird (vgl. auch Klemm i. d. Bd.), ist eine bekannte Prämisse der Humorforschung und wird z.B. im Fall der Parodie offensichtlich. In Scherzinteraktionen werden Probleme „andeutungsweise kommuniziert“ oder es findet „oft implizit eine Verständigung über Haltungen und Werte statt“ (Kotthoff, im Ersch.). Wichtig für die Online-Forschung ist es meines Erachtens, zu zeigen, wie diese

Funktion von Scherz *kulturspezifisch* und *situier*t im Netz erfüllt wird – in anderen Worten: welche Probleme welcher Gemeinschaften durch (welche Varianten von) Scherzkommunikation behandelt werden. Die Dialektik von Ernst und Spaß, Ernst und Kritik aus der Sicht der Beteiligten zu rekonstruieren, ist eines der zentralen Anliegen der nachfolgenden Fallanalysen.

4. Spaß-Ressourcen auf der persönlichen Homepage

Ausschlaggebend für die Verteilung unterhaltsamer Elemente auf persönlichen Homepages ist die bereits angesprochene Unterscheidung zwischen redaktionell betreuten Inhalten und Formen virtueller Interaktion. Erstere stellen die Betreiber und ihre Interessen in Wort, Bild und vielleicht auch Sound vor, letztere bieten eine Kontaktmöglichkeit zwischen Betreibern und Besuchern an. Die zentrale Interaktionskomponente der persönlichen Homepage ist das Gästebuch. Bekanntlich enthalten Online-Gästebücher nicht nur Kommentare der Gäste, sondern dienen als Plattform für verschiedene kommunikative Handlungen wie z.B. Verabredungen, Klatsch und Tratsch (Diekmannshenke 2000). Auf dieser Basis kann das Gästebuch den jeweiligen Nutzungsbedingungen angepasst und bisweilen als Plattform für den Austausch in der lokalen Clique genutzt werden (Androutsopoulos 2003). Auf den untersuchten persönlichen Homepages sind die Inhaltskomponenten eher dem „Ernst des Lebens“ (Klein 1997, 183f.), die Interaktionskomponenten eher dem Spaß gewidmet. Freilich ist die Wirklichkeit komplexer: Auch in den Inhaltskomponenten gibt es spaßige „Lichtblicke“, in den Interaktionsbereichen auch ernste Momente. Die nachfolgenden Fallbeispiele veranschaulichen diese geordnete Koexistenz von Ernst und Spaß.

4.1 Sodele, here we go once again...

*Oma*boy, Student in den frühen Zwanzigern, unterhält seit 1999 eine persönliche Homepage mit Spezialisierung auf den deutschsprachigen Punkrock (Abb.1). Bands wie *Die Ärzte*, *WISO* und *Abstürzende Brieftauben* werden hier mit ausführlicher Bio- und Diskografie sowie Fotos geehrt. *Oma*boy, der selbst Musiker und Plattensammler ist, hält außerdem Tipps für den Plattenkauf bereit und pflegt ein Tauschforum. Auf einer extra Seite (*Ich über mich*) präsentiert er sich mit Lebenslauf und Fotos.



Abbildung 1: Startseite der Homepage von *Omaboy*

Am Beispiel dieser Homepage lassen sich inhaltliche, visuelle und sprachliche Unterhaltungselemente unterscheiden. Die visuellen Spaß-Ressourcen auf der Startseite (Abb. 1) sind das Bild eines verkaterten Nikolaus auf der Kopfleiste sowie zwei sich von links nach rechts bewegendes GIF-Animationen unter dem Begrüßungstext: ein daher laufendes Hündchen wird von einem Bus überfahren; ein halbnacktes Männlein läuft ein paar Schritte, zieht seine Hose runter und pinkelt eine imaginäre Wand an, den Kopf zum Besucher gedreht. Die beiden Animationen haben keine thematische oder semantische Verbindung zum Text, sondern sind rein dekorative Elemente, die der Betreiber nach eigenen Angaben (Interview) von anderen Homepages übernommen hat – ein Beispiel für die weit verbreitete Praxis des gegenseitigen Kopierens im Web (Chandler 1998, Döring 2001). Als unterhaltsam konzipierte Rubriken der Homepage sind erreichbar über den Menüpunkt „Sonstiges“, die beim Anklicken sechs Rubriken eröffnet. Drei davon sind Parodien. Unter *Schwanzvergleich* findet sich der lapidare Spruch: *Keiner ist kleiner als meiner, aber keiner ist feiner als meiner*. Unter *Nacktbilder* sieht man Kneipenbilder, unter *Awards* liegt eine fiktive Auszeichnung der Homepage vor. Der Webmaster bezeichnet im Interview diese Rubriken als *Verarschung*. Spaß entsteht für ihn bei der Antizipation der Rezipientenerwartungen: *ich freu mich schon wenn ich dran denke dass er auf schwanzvergleich klickt und denkt 'da kommt er mit seinem schwanz' und dann*

kommt gar nix, 'nee son scheiß' und dann wieder zurückgehen. Diese Spaß-Momente sind mit kleinen Demonstrationen von Fan-Kompetenz versehen. Der Spruch bei *Schwanzvergleich*, so stellt sich im Interview heraus, ist ein Zitat der Lieblingsband *WISO*, und der parodistische Preis bescheinigt der Site *86 von 125 Punkten Punkroooooock*.

Der Sprachgebrauch von *Omaboy* ist funktional differenziert. Seiten mit Musikinformation (*Tips und Adressen zum Tonträgerkauf*) legen einen recht sachlichen, konzeptionell schriftlichen Stil an den Tag, der Autor sagt dazu: *ganz normales Deutsch ohne Dialekt ohne nix, pure Information*. Komponenten mit kontakativer und expressiver Funktion (Startseite, *Ich über mich*, *Dank und Grüsse*) enthalten auch Sprachspiele und Stilmischungen wie z.B. die Ein- und Ausrahmung auf der Startseite (Text 2):

Text (2): Anfang und Ende des Begrüßungstextes von *Omaboy*

[Überschrift]	<i>PUNKROOOOOOOOOOOOOOOOCK!</i>
[Einrahmung]	<i>Hi Mädels, Punks, und ähnliches Internetgewürm! Herzlich willkommen auf meiner Homepage. [...]</i>
[Ausrahmung]	<i>Sodele, here we go once again...</i>

Die Überschrift ist typografisch auffallender als der restliche Text. Semantisch bietet sie eine Art Selbstkategorisierung der Site. Die grafische Ausgestaltung weist typische expressive Merkmale auf: Großschreibung für lautes Sprechen, Buchstabenwiederholung als Abbild der Lautdehnung. Die Einrahmung inszeniert durch ein informelles Grußwort (*Hi*), lebensweltliche Kategorisierungen der erwünschten Besucher (*Mädels, Punks*) und eine Art rituelle Beschimpfung (*Internetgewürm*) einen lockeren, kumpelhaften Ton. Die Fortsetzung des Begrüßungstextes ist sachlich gehalten und setzt klassische Höflichkeitsformeln ein (*Herzlich willkommen ...; Ich hoffe, euch ... begrüßen zu können*). Die Ausrahmung ist ein gutes Beispiel für *Bricolage*. Sie kombiniert konzeptionelle Mündlichkeit in Gestalt der Gliederungspartikel *sodele – es ist meine Sprache* sagt *Omaboy*, der tatsächlich stark regional gefärbt spricht – mit einem englischen Songzitat, das einerseits diskurspragmatisch sinnvoll platziert ist (diese Stelle bildet bei einer linearen, der Reihenfolge der Navigationsleiste folgenden Rezeption den Auftakt), andererseits die Funktion der kulturellen Verortung erfüllt. Sich musikkulturell zu verorten ist bei *Omaboy* ein Spaß und Ernst

übergreifendes Motiv, das an mehreren Stellen der Homepage seine Spuren hinterlässt.

4.2 ...und dann geht es ab

Den Stellenwert des Gästebuchs als Arena für Spaßkommunikation möchte ich am Beispiel der Homepage von *Anita*, einer 15-jährigen Schülerin, die ich zusammen mit ihrem guten Freund *Tim* interviewt habe, darstellen. *Anita* und *Tim* verbringen mehrere Stunden täglich online. Ihre Hauptnutzung ist ICQ⁹, außerdem besuchen sie die persönlichen Homepages von durch ICQ kontaktierten Jugendlichen sowie die Homepages von Freunden und Bekannten. *Anita* unterhält seit Anfang 2001 eine eigene Homepage mit mehr oder weniger üblichen Komponenten: Selbstvorstellung, Fotos von Freunden mit Kurzbeschreibung, News, Grüße, Links, Songtexte und ein stark frequentiertes Gästebuch mit mehr als 1.500 Einträgen zur Zeitpunkt des Interviews. Die „Webmistress“ (Selbstbezeichnung) bezeichnet es im Interview als *Treffpunkt für die Clique* und schätzt die Zusammensetzung der Einträge auf 90% *Clique*, 10% *Gäste* (d.h. persönlich nicht bekannte Besucher) ein.

Text (3): Schreibproben von Anita auf ihrer Homepage

(3.1) Eintrag im Gästebuch (28.07.2002)

HEYYYYY!!!

Ja musste mal wieder sein!

Mein Urlaub war brutal geil! aber näheres erzähl ich dir lieba unta vier augen =>

Wie war deina? Wie gehts Stefan? Was gibts neues...?

(3.2) Eintrag im Forum (19.05.2002)

Jeden regt es auf zu sehen das die eigenen Eltern abreiten, steuern zahlen und man dann die Leute sieht die nicht arbeiten, keine Steuern zahlen, Geld vom Staat kriegen und im Endeffekt sich nicht bei uns oder beim Staat bedanken sondern mucken unangenehm auffallen. Leute, das hat nichts mehr mit LINKS ODER RECHTS zu tun, denn VIELE DEUTSCHE MACHEN DAS AUCH! Es sind nicht immer die Ausländer!

Auch bei *Anitas* Homepage sind funktionale Differenzierungen des Sprachgebrauchs deutlich, wobei ich den Kontrast zwischen Gästebuch und Forum

⁹ Die Software ICQ (www.icq.com) und andere so genannte „instant messenger“ ermöglichen Echtzeit-Dialoge zwischen einzelnen Online-Nutzern.

fokussieren möchte (Text 3). Während das Gästebuch Musterbeispiele für konzeptionelle Mündlichkeit bei Jugendlichen liefert (3.1), ist ein Forum, das *Anita* auf ihrer Homepage ebenfalls unterhält, sehr wenig besucht, und die einzelnen Beiträge sind deutlich schriftlicher konzipiert (3.2). Im Interview (Text 4) erklären die Jugendlichen den Unterschied zwischen Forum und Gästebuch durch Rückgriff auf Kategorien der unterhaltsamen Kommunikation (vgl. Abschn. 2.).

Text (4): Auszug aus dem Interview mit Anita und Tim (August 2002)¹⁰

1. Jannis warum ziehen die leute das gästebuch vor?
2. Anita weil es kurz ist weil * man geht dahin=
3. Jannis [weil es kurz ist
4. Tim [weils aktueller ist
5. Anita =ja * aktuell
6. Tim =ja genau ist viel schneller und das das ich bin halt faul ich geh auch nicht ins forum=
7. Anita ((lacht))
8. Tim =ich hab da gar nicht so die lust da großartig was zu schreiben
9. Jannis fühlst du dich verpflichtet im forum mehr zu schreiben weil es forum ist?
10. Tim ja genau * dass man da * ja dass man ins forum schreibt wenn man das ernst gemeinter nimmt * also es ist ernster so dass man auch sachlicher bleiben soll dann irgendwie nicht so totalen blödsinn schreiben soll * und im gästebuch kann man irgendwie schreiben so och keine ahnung irgendwas lustiges
11. Anita abspasten
12. Tim er ist grad vom fahrrad gefallen oder was weiß ich, keine ahnung
13. Anita ja oder wenn jemand so was schreibt * „oh mir ist voll langweilig“ dann kommt der nächste „ja mir auch“ ((Anita und Tim lachen)) der nächste kommt „ja gehen wir ins schwimmbad“ der nächste kommt „schwimmbad ist doof“ ((lacht)) und dann geht es ab „ja habt ihr den und den gesehen, habt ihr das und das gesehen, habt ihr das gehört“, und * ja: „habt ihr das heute im unterricht mal mitgekriegt“ und so

Als wesentliche Eigenschaften des Forums nennen sie *ernst gemeint*, *sachlich* (Beitrag 10) und *großartig was schreiben* (8), was Länge und Ausbau der Einträge impliziert. Merkmale des Gästebuchs sind *kurz* (2), *aktuell* (3, 5) *schnell* (6), *lustig* (10) und *abspasten* (11) – ein Verb, das unkontrolliertes Benehmen, unvorhersehbare Stimmungswechsel und Expressivität suggeriert, also mehrere

¹⁰ Für die Transkription wird ein vereinfachtes DIDA-System mit folgenden Konventionen verwendet: * kurze Pause, = direkter Anschluss, [Überlappung, ((...)) Kommentar, „...“ direkte Rede.

Merkmale unterhaltsamer Kommunikation quasi zusammenfasst. Die thematische Freiheit bzw. Trivialität des Gästebuchs beschreibt Tim mit dem Ausdruck *totalen blödsinn* (10) und das Beispiel *er ist grad vom fahrrad gefallen* (12). Der darauf folgende Beitrag von Anita (13) repräsentiert Gästebuch-Kommunikation durch einen Austausch fingierter Zitate, die ebenfalls Merkmale von Unterhaltungskommunikation andeuten: Kurze Äußerungen, alltägliche Themen, schnelle Abwechslung, Expressivität (*dann geht es ab*). Gleichzeitig ist Anitas Darstellung an sich unterhaltsam, sie wird von Lachen der beiden Jugendlichen begleitet. Später im Interview greift Anita die Opposition von Ernst und Spaß wieder auf, um die redaktionellen Teile der Homepage (*richtig ernst*) vom Gästebuch (*lustiger*) abzugrenzen. Als wesentliches Gästebuch-Merkmal nennt sie wieder die Freiheit, *mitten im text abzuspasten*, und illustriert dies durch ein Quasizitat (Text 5):

Text (5): Auszug aus dem Interview mit Anita und Tim

Anita: diese homepage, die ist richtig ernst bei mir würd ich sagen, ich spaste nicht irgendwann mitten im text ab so * leute irgendwie heute ist alles so voll fürn arsch oder so so was schreibe ich nicht ((lachen)) ins gästebuch ja weil ich weiß nicht das gästebuch * das ist halt nur für meine freunde die wissen schon bescheid, aber ich denke wenn jemand auf die homepage kommt und dann liest der tag ist fürn arsch oder so das kommt irgendwie kacke * ich will immer dass die sich das angucken oder so und dann dass die merken dass es mir ernst ist

Die Autorin nutzt ein triviales Thema und Umgangssprache (*voll fürn arsch*), um die Modalität des „Abspastens“ zu repräsentieren, die sie im gleichen Zug als unangemessen für den redaktionellen Teil ihrer Homepage einstuft (*so was schreibe ich nicht*). Anschließend wird die Netz-Öffentlichkeit in zwei Teile aufgespalten: Das Gästebuch gilt einer „kleinen“, aktiven Öffentlichkeit, die expressive und spaßige Interaktion für sich gestaltet. Die Homepage gilt der unspezifischen und passiven Öffentlichkeit, die mitunter auch die Eltern und interessierte Lehrer einschließt. Anitas „Gesicht“ mit dem Anspruch, ernst genommen zu werden, ist der redaktionelle Teil der Homepage; für das Geschehen im Gästebuch ist ihre Verantwortung geringer.

5. Spaß und Kulturkritik

Der skizzierte Kontrast zwischen Gästebuch und Forum bedeutet nicht, dass in Foren keine Scherzkommunikation stattfindet. Wie alle Online-Dienste lassen auch Foren unterschiedliche situierte Realisierungen zu, die Position eines Forums auf dem „Ernst-Spaß-Kontinuum“ variiert je nach den lokalen Nutzungsbedingungen. Gleichzeitig ist Forenkommunikation sachzentriert. Sie hat einen thematischen Rahmen sowie spezifische Anlässe, die in einzelnen Diskussionsfolgen (Threads) interaktiv entwickelt werden, wobei Moderatoren für das Einhalten der thematischen und stilistischen Richtlinien sorgen. Daher sind Foren generell weniger für Unterhaltungskommunikation geeignet als Gästebücher oder Chats. Spaßmomente sind zwar nicht ausgeschlossen, jedoch stets vom eigentlichen Diskussionsthema abhängig. Aufgrund ihres sachzentrierten Charakters sind Foren wichtige Kristallisationspunkte für subkulturelle Diskurse. Hier zeigt sich, was eine Szene oder Fangemeinschaft bewegt. In Foren lässt sich also beobachten, welche Rolle eine spaßige Modalität in der Bewältigung kulturspezifischer Anliegen spielt (vgl. Abschn. 5.1). Der Rückgriff auf Spaß als Mittel der Kritik (vgl. Kotthoff 1998, 178ff) findet einen Höhepunkt in der *Parodie-Homepage*. Solche Webangebote werden von privat erstellt, wobei ihre Urheber oft anonym bleiben, und ihre Adressen werden durch Mailinglisten und Foren verbreitet. Eine typische Zielscheibe von Parodie-Homepages ist die zunehmende Popularisierung des Webs, oft im Zusammenhang mit der Popularisierung bestimmter sozialer Stile (Abschn. 5.2).

5.1 *„ich glaub mein dick explodiert“*

Jede jugendliche Subkultur ist früher oder später Gegenstand institutioneller und kommerzieller Integration (Hebdidge 1979). Ihre materiellen und symbolischen Stilmittel werden durch die massenmediale Berichterstattung trivialisiert und allmählich in die Strukturen der Unterhaltungsindustrie aufgenommen. Ein relevantes Moment in diesem Prozess ist die Aufnahme ursprünglich subkultureller Musikstile in die Massenmedien der Jugendkultur (Androutsopoulos 2001a). Auf *mzee.com*, einem der größten deutschsprachigen HipHop-Foren, ist die Berichterstattung über HipHop in den Massenmedien ein oft gesehenes Thema. Einschlägige Diskussionen beginnen typischerweise mit der Ankündigung einer neuen szenefremden Publikation über HipHop, oft belegt durch Links bzw. Zitate. Die hier besprochene Diskussion (Text 6) hat einen Bericht der Jugendzeitschrift „Bravo“ über HipHop zum Anlass. Die zahlreichen Reaktionen dokumentieren die Empörung der Fans, die eine recht oberflächliche und teils fehlerhafte

Darstellung ihrer Kultur sehen müssen. Der Ernst wird jedoch systematisch aufgelockert. Zum einen sind viele ernste Äußerungen expressiv bzw. hyperbolisch ausgestaltet, werden also dadurch unterhaltsam. Zum anderen gibt es viele ironische Äußerungen, wobei die ironische Lesart durch Emoticons und äquivalente Mittel (z.B. die Abkürzung *LOL*) kontextualisiert werden.

Die Mischung aus Ernst und Spaß lässt sich im abgedruckten Auszug detailliert verfolgen (Text 6). Nur drei Stunden seit Eröffnung des Threads liegt schon der 38. Beitrag vor. *Andi* [1] stellt Ausschnitte aus dem Bravo-Bericht vor und kommentiert sie durch eine ironische Übertreibung, eine expressive Interjektionen und ein Inflektiv (*hüstel*). Anschließend wechselt er in eine ernste, aber hyperbolische Modalität. Er verlangt die *Todesstrafe* für die Redakteure und entschuldigt sich für die Wiederholung des Zitats. *Ben* [2] setzt durch die vorangestellten Smileys die spaßige Modalität des Vorgängers fort, inhaltlich greift er die Bewertung der Redakteure auf und stellt eine Vermutung an, welche der Behauptung *Andis* widerspricht. *Carl* [3] greift die negative Wertung der Redakteure auf, er beschimpft sie als *Toys* – im Graffiti-Jargon: Anfänger – und den Bericht als *beschissen*. Die erneute Meldung von *Andi* [4] weicht vom Diskussthematik ab, indem sie die expressive Einleitung von *Carls* Beitrag aufgreift. Durch die Repetition, die begleitenden Smileys sowie die explizite Bewertung macht *Andi* deutlich, wie sehr ihm der Spruch gefallen hat. Anschließend konstruiert er ein Gebrauchsszenario, in dem der Spruch an die Lehrerin adressiert wird. Diese Inszenierung von Rebellion ist ein Tabubruch (vgl. Deppermann/Schmidt 2001), der das Unterhaltungspotenzial des Beitrags steigert. *Dan* [5] setzt den metasprachlichen Fokus *Andis* fort und wirft den Bravo-Redakteuren stilistische Unangemessenheit vor. Der Ausdruck *ein auf HipHop tun* hebt das Nichtauthentische, die Nachahmung des Szene-Stils hervor. Den Anreiz bietet der Satz *Ferris musste im Knast abhängen*.¹¹ *Abhängen* bedeutet ‚Zeit vertreiben‘, sein kollokatorisches Spektrum umfasst Orte der Freizeitgestaltung, man kann z.B. in der Kneipe, im Plattenladen, zuhause abhängen (Androutsopoulos 1998, 626). Der Kollokator *Knast* gehört

Text (6): Auszug aus dem Thread „Hip Hop Schule by Bravo“
(URL: <http://www.mzee.com/forum/showthread.php?threadid=26223>)

¹¹ Er entstammt einem Passus, der mit der Überschrift *U wie U-Haft* versehen ist und über eine Verhaftung des Rappers Ferris MC berichtet.

- [1] *Geschrieben von Andi am DATUM um 21:59:*
 God is a DJ! Sein Name: DJ Tomekk! Jeder MC will mit ihm einen Track machen
 🎧 (natürlich, die reissen sich richtig drum 🎧) D wie DJ: Unverzichtbar im Hip
 Hop! Die Plattenteller-Dreher sind für fette Beats und coole Samples zuständig.
 Absoluter King unter den Turntable-Spezialisten: DJ Tomekk (*hüstel* *hüstel*)!
 Niemand hat so geile Connections wie der Berliner (AAAHHHHHHHHHHHHHHH).
 Selbst USA-Rapstars wie GZA, KRS One oder Grand-master Flash geben sich bei
 DJ Tomekk die Mics in die Hand. Andere derbe DJ's: Plattenpapzt, DJ Friction, DJ
 Mad, DJ Emilio.
 Verdammst schade das die Todesstrafe nicht mehr Erlaubt ist aber für dieses
 Statement hätten die Scheiss Redakteure die wirklich verdient, **** wie dumm sind
 die eigentlich!?!?
 OOOPPPSSS ich sehe das hat schon vorher jemand gepostet, naja egal... 🎧
- [2] *Geschrieben von Ben am DATUM um 22:09:*
 🎧🎧🎧
 Der Artikel hat den Bravo-Redakteuren bestimmt Spass gemacht beim schreiben.
- [3] *Geschrieben von Carl am DATUM um 22:16:*
 ich glaub mein dick explodiert das kann doch nicht ernst gemeint sein solche toys
 von bravo de glauben tatsächlich sei könnten hip hop definieren bzw in so einem
 beschissenen alphabetischen a- z artikel zusammenfassen
- [4] *Geschrieben von Andi am DATUM um 22:31:*
 🎧 ich glaub mein dick explodiert
 Ich glaub mein dick explodiert 🎧
 Das ist ja wohl der geilste Spruch den ich jeh gehört hab 🎧🎧🎧
 ICH glaub das werde ich morgen mal zu meinem Lehrern sagen wenn die mich stres-
 sen....
 "Frau B. ich glaub mein dick explodiert" 🎧 *totlach*
- [5] *Geschrieben von Dan am DATUM um 22:33:*
 Und dann wollen die noch ein auf HipHop tun!
 "Ferris musste im Knast abhängen"
 Warum sagen sie nicht gleich "Ferris war im Knast chillen"
- [6] *Geschrieben von Emil am DATUM um 22:38:*
 Ich wusste doch das das Thema binnen weniger Stunden es im Forum zum Thema
 Nr.1 machen wird... 🎧

offensichtlich nicht zu diesem Spektrum. Vermutlich ist diese Formulierung das Ergebnis der Bemühungen der Bravo-Redakteure, mit Szenewörtern wie *abhän- gen* unterhaltsam umzugehen, indem sie auf Dittgens (1989) Strategie der Inkompatibilität zurückgreifen. Doch die Rezipienten aus der Szene weisen dies zurück. Die Reaktion von *Dan* ist eine ironische Übertreibung durch eine noch größere

Inkompatibilität: *war im Knast chillen*.¹² In dieser Abwechslung von Modalitäten kehrt Beitrag [6] zum heiteren Pol zurück: Es ist die metakommunikative Perspektive des Initiators, der sich über den Erfolg seines Themas freut.

Man sieht, wie in diesem Auszug „Ernst“ und „Spaß“ für die Positionierung der Rezipienten gegenüber den Produzenten relevant gemacht werden. Entscheidend ist letztlich die Bewusstheit der Bravo-Redakteure bezüglich der Aufrichtigkeit ihres Berichts. Glauben sie selbst daran, nehmen sie also ihr Produkt als Information wahr – vgl. *ernst gemeint, glauben tatsächlich* in [3] –, so sind sie als ignorant oder *dumm* [1] abzulehnen. Die Unterstellung, es habe ihnen *Spaß* gemacht [2], impliziert jedoch, dass sie den Zwängen des kommerziellen Mediums unterworfen sind und lediglich schreiben, was sie schreiben müssen, was letztlich einer Abkopplung der individuellen Autoren von der Medieninstitution gleichkommt.

5.2 Peter der MC

Betreiber von privaten Webangeboten nutzen große Gästebücher standardmäßig zur Eigenwerbung, denn dies garantiert die Sichtbarkeit des Angebots in der Szenenöffentlichkeit. Die Adresse der hier vorgestellten Homepage (Abb. 2) wurde im Frühjahr 2002 auf dem Gästebuch eines großen deutschsprachigen HipHop-Portals publiziert. Mit Kotthoff (1998, 178 ff) kann man von einer Personenparodie, die in einer Gattungsparodie eingebettet ist, sprechen. Parodiert wird ein für die gegenwärtige HipHop-Kultur in Deutschland relevanter sozialer Typus: der inkompetente Nachahmer, der sich durch seine Homepage als Aktivist darzustellen versucht. Die Makrostruktur der Homepage umfasst Rubriken zu den üblichen kulturellen Aktivitäten des HipHop (*Grafitti, Raptexte, Skraschen*) sowie Musik im Digitalformat (*mp3's*) und eine Selbstdarstellung (*Ich*). Gattungskonventionen entsprechend wird die Parodie multimodal aufgebaut. Ein Teil des Witzes entsteht durch die Anti-Ästhetik der visuellen Aufmachung: Die Qualität der Fotos, der Seitenhintergrund, die vorgestellten Skizzen (*Grafitti*) und Songs (*mp3's*) konnotieren Inkompetenz und schlechten Geschmack. Der Rest wird

¹² Auch in einem anderen Eintrag wird dieselbe Formulierung ironisiert, die Reaktion dort lautet: *Stimmt ich häng auch gerne im Knast rum*.

erzielt durch die sprachliche Stilisierung¹³, die anhand des Begrüßungstextes (7) genauer betrachtet werden soll.



Abbildung 2: Startseite der Parodie-Homepage von *MC Peter*

Text (7): Begrüßungstext von „MC Peter“ (Nummerierung hinzugefügt)

(1) Hallo! (2) ich bin MC Peter! (3) Ich bin achzehn (4) unt meine Hobis sind rapen und scratschen! (5) Hip-hop ist mein leben. (6) Ich reppe jetz schon seit Juni 2001 (7) und mein Steil entwickelt sich sehr tiet. (8) Unt bald mache ich auch meine eingene CD (9) ich weiß nur noch nicht genau wie mein Brenner geht. (10) Graffitty mache ich auch (11) schekt meine Styliz, Diggas!

Die Parodiefigur präsentiert sich durch die Bezeichnung „MC“ (Master of Ceremony) als Rapper und verwendet die im HipHop üblichen Bezeichnungen für kulturspezifische Aktivitäten und Konzepte (*rappen*, *Graffiti*, *Styles*) sowie Elemente aus dem *HipHop-Slang* wie die Anrede *Diggas*, die appellative Formel *checkt meine Styles* und das Plural-z bei englischen Wörtern. Die Parodie setzt bereits auf der Inhaltsebene an: Peter bezeichnet HipHop als *Hobby*, was aus Sicht der Szene einer Degradierung oder Verharmlosung gleichkommt (man

¹³ Unter Stilisierung verstehe ich die Arbeit mit soziolinguistischen Stereotypen, um in Texten und Gesprächen bestimmte soziale Typen zu konstruieren (Coupland 2001).

spricht vielmehr von einer *Leidenschaft*); er outet sich als Anhänger der letzten Stunde (Satz 6) und als sachlich inkompetent (9).¹⁴

Das wichtigste formale Mittel der Parodie sind die zahlreichen Schreibvarianten, die sich in zwei Gruppen einteilen lassen. Erstens *Interlingualschreibungen*, d.h. Repräsentation von Fremdwörtern nach dem Schreibsystem der Nehmersprache, z.B. *Steil* (normalerweise *Style*), *scratschen* (*scratchen*), *reppen* (*rappen*), *scheckt* (*checkt*). Derlei phonetische Schreibungen fallen sofort auf, weil sie im Online-Feld der deutschsprachigen HipHop-Kultur unüblich sind. Im journalistischen Diskurs haben „Laut-Verschriftungen“ dieser Art verschiedene Funktionen (Dittgen 1989, 134ff.). In jugendkulturellen Kontexten dienen sie mitunter dazu, Ignoranz zu kontextualisieren. Die eingedeutschte Schreibung symbolisiert ein eingeschränktes Verständnis der fraglichen Sache oder Kultur (Androutsopoulos 2000). Wenn im authentischen Szenediskurs die englischen Originalschreibungen den Normalfall darstellen, kann die eingedeutschte Schreibung Unechtheit markieren. Durch weitere Tipp- und Rechtschreibfehler (u.a. *unt*, *Hobis*, *tiet*,¹⁵ *eingene* etc.) sowie durch inkonsistente Schreibung derselben Wörter wird die Parodiefigur zusätzlich abgewertet. Dennoch darf die Distanz der Parodie von normalen privaten Homepages desselben kulturellen Feldes nicht überschätzt werden. Sowohl die Inhaltsgliederung als auch mehrere lexikalische Elemente sind durchaus auch im nichtironischen Modus geläufig. Es ist vielmehr die Übertreibung auf inhaltlicher *und* formaler Seite, welche die Parodie als solche kennzeichnet.

Das Gästebuch der Parodie-Site besteht aus teils amüsierten, teils beleidigenden Kommentaren zum Angebot.¹⁶ Der Witz vieler Kommentare besteht darin, dass sie die Parodie als solche nicht thematisieren, sondern ihren Duktus fortsetzen, also den Prätext inhaltlich und stilistisch *echoen* (vgl. Kotthoff 1998, 168ff.). Das Beispiel (8) zeigt einen der ersten (April 2002) und einen späteren (November 2002) Eintrag.

¹⁴ Die Texte enthalten mehrere Sachfehler, beispielsweise wird der berühmte Rapper Tupac als *Lieblings-DJ* genannt.

¹⁵ Die Form *tiet* lässt sich als Tippfehler von 'tief' oder als falsche Wiedergabe von engl. 'tight' deuten.

¹⁶ Paradoxerweise ist das Gästebuch der Parodiesite viel näher zum Gattungsprototyp als manche tatsächliche Realisierung, wie z.B. auf der Homepage von Anita (vgl. Abschn. 4.2).

Text (8): Einträge im Gästebuch von „MC Peter“

(8.1) yo digger, derbe probz von meiner seite yo! mach mal weider so :-)))))) PEACE

(8.2) Bob der Baumeister
Hey Pete!!!! Wann machste denn ein featcha mit P. Diddy oder Dr. Dre? Bist total cool man.....

Eintrag (8.1) ist ein Beispiel dafür, wie die stilisierte Szenesprache der Parodie von den Rezipienten fortgesetzt wird. Auffallend ist die doppelte Verwendung von *yo* – Diskurspartikel afroamerikanischer Herkunft und eines der wichtigsten Stereotype für HipHop-Sprache weltweit –, das die rituelle Begrüßung rahmt, und die ebenso rituelle Gratulation *derbe probz*.¹⁷ Der anschließende, mehrfach iterierte Smiley indiziert die spaßige Modalität, die Bewusstheit, Teil der Parodie zu sein. Das nachgestellte *PEACE* – an sich die üblichste Ausrahmung in Foren und Gästebüchern im HipHop-Feld – hat mindestens zwei Lesarten: Fortsetzung der Stilisierung oder aber eine Art Metakommentar dafür, dass der Schreiber einfach nur Spaß macht und niemandem feindlich gesinnt ist. Der Eintrag (8.2) bleibt im Rahmen der Parodie, indem er „Peter“ Kooperationen mit namhaften US-Rappern nahe legt. Was hier die Parodiesite echot und damit Ironie kontextualisiert, ist die Schreibung *featcha*, die wohl von der Homepage übernommen wird,¹⁸ sowie das gewählte Pseudonym: *Bob der Baumeister*, Hauptfigur einer (auch in Deutschland ausgestrahlten) Animationsserie für Kinder, parallelisiert formal den Namen des fiktiven Homepage-Besitzers – dieser nennt sich *Peter der MC* auf der Kopfleiste des Browsers – und degradiert diesen durch Assoziation mit einem Tätigkeitsbereich und einer Rezipientengruppe, die das absolute Gegenteil von Kunst und Jugendkultur darstellen.

¹⁷ Die Schreibweise *probz* (statt 'props') besteht einmal aus der Modifikation <p> > , die als Abbildung der Lenisierung und damit als regionalsprachliches Merkmal verstanden werden kann, und einmal aus der Variante <s> > <z>, die ein übliches Stilmittel der Kommunikation im HipHop ist (Androutsopoulos/Kallmeyer 2000).

¹⁸ Eine internationale Google-Suche ergab lediglich 13 Vorkommen der Form *featcha* (alle im Zusammenhang mit HipHop), davon stellt die Parodie-Site das einzige deutschsprachige Vorkommen dar.

6. Schluss

Ich habe versucht, die kontextuelle, formale und funktionale Bandbreite von „Spaß im Netz“ anhand einiger Fallbeispiele zu umreißen (vgl. Abb. 3). Spaß im Netz ist relativ zu verschiedenen Online-Aktivitäten zu differenzieren. Die übergreifende Unterscheidung zwischen monologisch-redaktionellen und interaktiven Komponenten (Androutsopoulos, i.Dr. a) schlägt sich hier als Unterscheidung zwischen Unterhaltungsangeboten und Scherzkommunikation nieder. Evidenz hierfür bieten die deutlich unterschiedlichen Schreibstile und Wahrnehmungen der Beteiligten.

Die redaktionellen Komponenten einer persönlichen Homepage sind eher für den „Ernst des Lebens“ (Klein 1997) reserviert, was jedoch gelegentliche Modalitätswechsel und den gezielten Einbau von Spaß-Ressourcen in die Eigenproduktionen nicht ausschließt. Unterhaltungselemente ergänzen die „ernste“ Seite des Betreibers und tragen dadurch zur gesamten Selbstdarstellung bei. Spielerische Elemente auf persönlichen Homepages sind grundsätzlich multimodal und kommen durch Bricolage-Prozesse zustande.

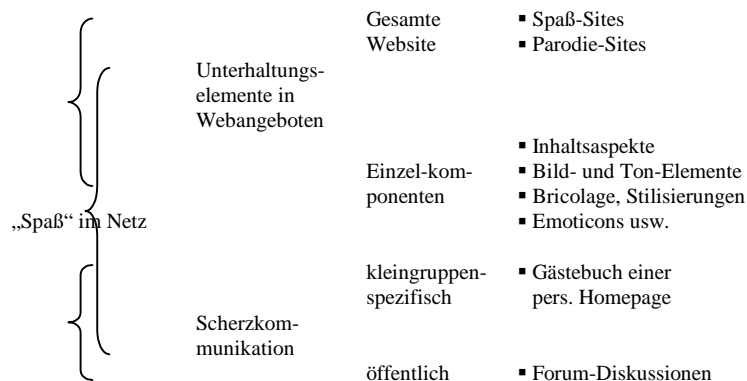


Abbildung 3: Überblick über die besprochenen Erscheinungsformen von Spaß

Demgegenüber ermöglicht das Gästebuch eine Annäherung an die direkte Scherzkommunikation in der Clique. Foren (und Newsgroups) bilden hingegen größere virtuelle Öffentlichkeiten, in denen kulturspezifische Schlüsselthemen

verarbeitet werden. Ausgehend von einer ernsten Grundlinie wechseln die Beteiligten immer wieder in eine spielerische Modalität, die einerseits der Entlastung dient und andererseits einer Kulturkritik, die insbesondere mit Techniken der Ironie und Übertreibung arbeitet. Die Verflechtung von Spaß und Kulturkritik wird am Beispiel der Parodie-Homepage am deutlichsten. Sie ist gleichzeitig ein Unterhaltungsangebot *und* ein Kommentar zur Popularisierung der eigenen Musikkultur.

Die Untersuchung von Spaß im Netz darf nicht von einer einheitlichen, „präferierten“ Lesart der medialen Unterhaltungsangebote ausgehen, sondern muss die uneinheitliche Bewertung solcher Angebote als Einstieg in die Analyse von Mediendiskursen nutzbar machen. Am Beispiel der Forendiskussion haben wir gesehen, wie als spielerisch-unterhaltsam intendierte Formulierungen von einer bestimmten Rezipientengruppe abgelehnt werden.¹⁹ Die Art und Weise, wie hier ein Medienprodukt und die Reaktionen der Rezipienten in einem öffentlich zugänglichen intertextuellen Kreislauf miteinander verflochten werden, macht die Besonderheit des Internets gegenüber den klassischen Massenmedien deutlich.

Literatur

- Androutsopoulos, Jannis K. (1998): *Deutsche Jugendsprache: Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen*. Frankfurt am Main: Lang.
- Androutsopoulos, Jannis K. (2000): Non-standard spellings in media texts: the case of German fanzines. In: *Journal of Sociolinguistics*, 4:4, 514-533.
- Androutsopoulos, Jannis (2001a): 'selbst, wenn es in der Bravo steht': Medien über Medien in der Jugendkultur. In: *Medien + Erziehung*, 2, 86-94.
- Androutsopoulos, Jannis (2001b): Textsorten und Fankulturen. In: Klein, Josef; Habscheid, Stephan; Fix, Ulla (Hrsg.): *Kulturspezifik von Textsorten*. Tübingen: Stauffenburg, 33-50.
- Androutsopoulos, Jannis (2003): Jugendliche Schreibstile in der Netzkommunikation: zwei Gästebücher im Vergleich. In: Neuland, Eva (Hrsg.): *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit*. Frankfurt am Main: Lang, 307-322.

¹⁹ Auch die Bewertung der dargestellten Parodie-Site in den Gästebucheinträgen ist uneinheitlich. Besucher, welche die Page als Parodie (*fake*) erkennen und im Gästebuch *Respekt an die Macher* richten, repräsentieren die präferierte Lesart. Besucher mit einer davon abweichenden Lesart kritisieren die Site, als wäre sie ein ernst gemeintes Angebot. Dies veranlasst die „idealen Leser“ zu Kommentaren wie: *die ganzen hiphop spacken blicken es einfach nicht =)*. Kulturkritik gilt also nicht nur der Parodiefigur, sondern auch denjenigen Fans, die die Homepage nicht als *Unterhaltungsangebot* wahr-, sondern *ernst* nehmen.

- Androutopoulos, Jannis (im Druck a): HipHop im Web: Zur Stilanalyse jugendkultureller Websites. In Fix, Ulla; Habscheid, Stephan (Hrsg.): *Gruppenstile: Zur sprachlichen Inszenierung sozialer Zugehörigkeit*. Tübingen: Stauffenburg.
- Androutopoulos, Jannis (im Druck b): Musikszene im Netz: Felder, Nutzer, Codes. In: Mertens, Hans; Zinnecker, Jürgen (Hrsg.): *Jahrbuch Jugendforschung*, 3. Opladen: Leske + Budrich.
- Androutopoulos, Jannis K.; Kallmeyer, Werner (2000): Was geht'n? Newz von der Szene. In: *Sprachreport*, 4, 2-8.
- Chandler, Daniel (1998): Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web. Online-Dokument. URL: <<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>> (letzter Zugriff: 17.01.2003):
- Chandler, Daniel (2002): *Semiotics: the Basics*. London: Routledge.
- Charlton, Michael; Schneider, Silvia (Hrsg.) (1997): *Rezeptionsforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Coupland, Nikolas (2001): Dialect stylization in radio talk. In: *Language in Society*, 30, 345-375.
- Crystal, David (1998): *Language Play*. London: Penguin.
- Danet, Brenda (2001): *Cyberpl@y. Communicating Online*. Oxford, New York: Berg.
- Deppermann, Arnulf (2000): Ethnographische Gesprächsanalyse. In: *Gesprächsforschung*, 1:2000, 96-124. (<http://www.gespraechsforschung-ozs.de>):
- Deppermann, Arnulf; Schmidt, Axel (2001): Hauptsache Spaß. Zur Eigenart der Unterhaltungskultur Jugendlicher. In: *Der Deutschunterricht*, 6, 27-37.
- Diekmannshenke, Hajo (2000): Die Spur des Internetflaneurs – Elektronische Gästebücher als neue Kommunikationsform. In: Thimm, Caja (Hrsg.): *Soziales im Netz*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 131-155.
- Dittgen, Andrea Maria (1989): *Regeln für Abweichungen. Funktionale sprachspielerische Abweichungen in Zeitungsüberschriften, Werbeschlagzeilen, Werbeslogans, Wandsprüchen und Titeln*. Frankfurt am Main: Lang.
- Döring, Nicola (2001): Persönliche Homepages im WWW. Ein kritischer Überblick über den Forschungsstand. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 49 (3), 325-349.
- Hall, Stuart (1980): Encoding/Decoding. In: Hall, Stuart; et al. (Hrsg.): *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.
- Häusermann, Jürg (1998): *Radio*. Tübingen: Niemeyer.
- Hebdige, Dick (1979): *Subculture. The meaning of style*. London: Methuen.
- Hepp, Andreas (1999): *Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Hine, Christine (2000): *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- Janich, Nina (2001): We kehr for you – Werbeslogans und Schlagzeilen als Beitrag zur Sprachkultivierung. In: *ZfAL*, 34, 63-81.
- Keppeler, Angela (2001): Mediales Produkt und sozialer Gebrauch. Stichworte zu einer inklusiven Medienforschung. In: Sutter, Tilmann; Charlton, Michael (Hrsg.): *Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 125-145.
- Klein, Josef (1997): Kategorien der Unterhaltsamkeit. Grundlagen einer Theorie der Unterhaltung mit kritischem Rückgriff auf Grice. In: Rolf, Eckard (Hrsg.): *Pragmatik*, 176-188. [Linguistische Berichte Sonderheft 8]
- Klein, Josef (1998): Boulevardisierung in TV-Kulturmagazinen. In: Holly, Werner; Biere, Bernd U. (Hrsg.): *Medien im Wandel*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 102-111.

- Koch, Peter; Oesterreicher, Wulf (1994): Schriftlichkeit und Sprache. In: Günther, Hartmut; Ludwig, Otto (Hrsg.): *Schrift und Schriftlichkeit*. Bd. 1. Berlin, New York: de Gruyter [HSK], 588-604.
- Kotthoff, Helga (1998): *Spaß verstehen. Zur Pragmatik von konversationellem Humor*. Tübingen: Niemeyer.
- Kotthoff, Helga (im Ersch.): Lachkulturen heute: Humor in Gesprächen. In: Roters, Gunnar; Klingler, Walter (Hrsg.): *Forum Medienrezeption*. Baden-Baden: Nomos.
- Linke, Angelika (2003): Spaß haben. Ein Zeitgefühl. In: Androutsopoulos, Jannis; Ziegler, Evelyn (Hrsg.): „*Standardfragen*“. Frankfurt am Main: Lang, 63-79.
- Runkehl, Jens; Schlobinski, Peter; Siever, Torsten (1998): *Sprache und Kommunikation im Internet*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schlobinski, Peter (1989): 'Frau Meier hat Aids, Herr Tropfmann hat Herpes, was wollen Sie einsetzen?' Exemplarische Analyse eines Sprechstils. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie*, 41 (1989), 1-34.