

„EINFACH FETT! ZICKEN-BEEF DELUXE.“¹ DIE MEDIEN-
GENERATION – JUGENDSPRACHE AM BEISPIEL DES DEUTSCHEN
HIP HOP UND DEUTSCHER JUGENDZEITSCHRIFTEN

by

KIRSTEN DEISING

(Under the Direction of Renate Born)

ABSTRACT

Der Jugendsprache wird seit den 80er Jahren nicht nur seitens der Sprachwissenschaft, sondern auch von der populärwissenschaftlichen Literatur stetig mehr Aufmerksamkeit entgegengebracht. Die sich aus der Offenheit der Jugendlichen gegenüber den Medien ergebende, enge Wechselwirkung zwischen den Medien und der Jugendsprache ist das zentrale Thema dieser Arbeit. Die auditiven Medien und die Printmedien besitzen einen wesentlichen Einfluss auf die Jugendsprache, indem sie eine standardisierte gesamtdeutsche Jugendsprache stilisieren und verbreiten. Einer kurzen Erläuterung über die Jugendsprache im Allgemeinen wird eine eingehende Darstellung der Wechselbeziehung zwischen den Jugendmedien und des jugendlichen Jargons folgen. Die in einem theoretischen Teil aufgestellten Thesen werden anschließend in einer sprachwissenschaftlichen Analyse fundiert.

INDEX WORDS: Jugendsprache, Standardsprache, Medien, Hip Hop, Jugendzeitschriften, Jugendsubkultur, Kommunikation, BRAVO, Jugendliche

¹ Vgl. BRAVO 26. Hamburg: Heinrich Bauer Verlag 2009, S. 4-7.

„EINFACH FETT! ZICKEN-BEEF DELUXE.“² DIE MEDIEN-
GENERATION – JUGENDSPRACHE AM BEISPIEL DES DEUTSCHEN
HIP HOP UND DEUTSCHER JUGENDZEITSCHRIFTEN

by

KIRSTEN DEISING

B.A., The University of Bamberg, Germany, 2007

A Thesis Submitted to the Graduate Faculty of The University of Georgia in Partial Fullfillment
oft he Requirements for the Degree

MASTER OF ARTS

ATHENS, GEORGIA

2010

² Vgl. BRAVO 26. Hamburg: Heinrich Bauer Verlag 2009, S. 4-7.

© 2010
Kirsten Deising
All Rights Reserved

„EINFACH FETT! ZICKEN-BEEF DELUXE.“³ DIE MEDIEN-
GENERATION – JUGENDSPRACHE AM BEISPIEL DES DEUTSCHEN
HIP HOP UND DEUTSCHER JUGENDZEITSCHRIFTEN

by

KIRSTEN DEISING

Major Professor: Renate Born

Committee: Brigitte Rossbacher
Alexander Sager

Electronic Version Approved:

Maureen Grasso
Dean of the Graduate School
The University of Georgia
May 2010

³ Vgl. BRAVO 26. Hamburg: Heinrich Bauer Verlag 2009, S. 4-7.

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
KAPITEL	
1	EINLEITUNG.....1
2	DIE JUGENDSPRACHE.....3
	Definition3
	Warum gibt es eine Jugendsprache?6
3	JUGENDSPRACHE IM KONTEXT DER MEDIEN11
	Jugendsprache im deutschen Hip Hop12
	Jugendsprache in der deutschen Jugendpresse16
4	ANALYSE GESAMTJUGENDSPRACHLICHER MERKMALE IN AUSGEWÄHLTEN SONGTEXTEN DES DEUTSCHEN HIP HOP28
	Der deutsche Hip Hop.....28
	Lexik36
	Morphologie.....45
	Syntax51
5	ANALYSE GESAMTJUGENDSPRACHLICHER MERKMALE IN AUSGEWÄHLTEN DEUTSCHEN JUGENDZEITSCHRIFTEN.....55
	Die Jugendzeitschriften (BRAVO, Bravo Girl! und Mädchen).....56
	Lexik58

	Morphologie.....	74
	Syntax	90
6	JUGENDSPRACHE ALS AUSDRUCK DES GESAMTDEUTSCHEN SPRACHVERFALLS.....	95
7	FAZIT	98
	LITERATURVERZEICHNIS	102
	ANHANG	111
A	ABSOLUTE BEGINNER „LIEBESLIED“	111
B	BUSHIDO „ELECTRO GHETTO“	114
C	DIE FANTASTISCHEN VIER „HAUSMEISTER THOMAS D“	118
D	DIE FANTASTISCHEN VIER „BUENOS DIAS MESSIAS“	120
E	FREUNDESKREIS „ESPERANTO“	124
F	SIDO „AUGEN AUF/ HALT DEIN MAUL“	127
G	FLER „VOLL ASSI FLAIR“ (FEAT G- HOT & FRAUENARZT).....	131

KAPITEL 1

EINLEITUNG

„Einfach fett! Zicken-Beef de luxe“¹ – Wen diese jugendsprachliche Adaption der *BRAVO*-Redaktion an Rindfleisch denken lässt, der scheitert mit seinem Übersetzungsversuch. Die jugendliche Medien-Generation der Gegenwart hat ihre eigene Sprache: Sie ist innovativ, flexibel und populär. Ob als linguistischer Untersuchungsgegenstand oder im Fokus der Medien und der Öffentlichkeit – Die Jugendsprache gewinnt seit den 80er Jahren stetig an Aufmerksamkeit.

Die sich aus der Offenheit der Jugendlichen gegenüber den Medien ergebende, enge Wechselwirkung zwischen den Medien und der Jugendsprache ist das zentrale Thema dieser Arbeit. Herausgearbeitet wird im Verlauf dieser Arbeit, dass die auditiven Medien und die Printmedien einen wesentlichen Einfluss auf die Jugendsprache besitzen, indem sie eine standardisierte gesamtdeutsche Jugendsprache verbreiten. Unter einer standardisierten gesamtdeutschen Jugendsprache ist eine von den Medien stilisierte und idealisierte Form der Jugendsprache zu verstehen. Ob diese tatsächlich in den einzelnen Jugendsubkulturen umgesetzt ist, gilt es durch eine Fallstudie zu überprüfen.

Einer kurzen Erläuterung über die Jugendsprache im Allgemeinen wird eine eingehende Darstellung der Wechselbeziehung zwischen den Jugendmedien und des jugendlichen Jargons folgen. Im Sinne der Medienanalytischen Jugendsprachforschung werden Jugendliche im Rahmen dieser Arbeit nicht nur als passive Nutzer der Medien, sondern auch als aktive Gestalter von neuen Medienformaten angesehen.² Diese in einem theoretischen Teil aufgestellten Thesen werden anschließend in einer

¹ Vgl. *BRAVO* 26, S. 4-7.

² Eva Neuland: *Jugendsprache. Eine Einführung*. Tübingen/ Basel: Francke 2008, S. 36.

sprachwissenschaftlichen Analyse fundiert. Im Vordergrund dieser Analyse wird eine synchrone Betrachtung der Jugendsprache stehen. Die historische Entwicklung wird nicht unbeachtet bleiben, insofern sie der methodologischen Untersuchung der Jugendsprache auf synchroner Ebene dient. Materialgrundlage der sprachlichen Analyse bilden ausgewählte Songtexte des deutschen Hip Hop sowie ausgesuchte deutsche Jugendzeitschriften. Im Hinblick auf die Songtexte wurden Liedtexte deutscher Hip Hop-Bands aus Gesamtdeutschland ausgewählt: *Absolute Beginner* (Hamburg), *Bushido*, *Sido*, *Fler* (Berlin), *Freundeskreis* und *die Fantastischen Vier* (Stuttgart). Auswahlkriterium der Jugendzeitschriften war der Bekanntheitsgrad der Magazine (Auflagenhöhe und deutschlandweite Verbreitung). Dieses Faktum, Hip Hop-Bands aus verschiedenen regionalen Bereichen Deutschlands zu wählen sowie Jugendzeitschriften auszuwählen, die eine gesamtdeutsche Verbreitung erzielen, unterstreicht die These, dass von einer standardisierten, deutschen Gesamtjugendsprache gesprochen werden kann, die durch die Songtexte des deutschen Hip Hop und die Jugendzeitschriften stilisiert wird.

KAPITEL 2

DIE JUGENDSPRACHE

Definition

Die Jugendsprache ist in der Forschung nicht einheitlich definiert. Sie wird bezeichnet als „alterspezifische Sprachvarietät“³ (traditionelle Jugendsprachenforschung), oder im Plural als gruppenspezifische Sprache angesehen, die als unterschiedliche „Sprechweisen von Jugendlichen“⁴ jeweils den Anspruch einer eigenen Analyse auf der Ebene von Kleingruppen besitzen (ethnographische Jugendsprachenforschung). In einer umfassenderen Definition spricht Buschmann von der Jugendsprache als die Gesamtheit hochgradig inhomogener Stile einer Generationspopulation mit spezifischen sprachlichen Abweichungen vom vorausgesetzten Standard.⁵ Diese Definition ist vergleichbar mit Neulands soziolinguistischer Definition der Jugendsprache als „subkulturelle Stile“⁶. Neulands Begriffsbestimmung erscheint am adäquatesten; sie liegt demnach dieser Arbeit im Folgenden zugrunde. Der Vorteil von Neulands Definition ist, dass „soziolinguistische Stile als Ausdrucksformen sprachlichen wie nichtsprachlichen Handelns überdies auch paralinguistische und nonverbale Merkmale“⁷ aufweisen. Abgesehen von grammatikalischen und lexikalischen Merkmalen, die die Jugendsprache von der Standardsprache unterscheidet, erfasst Neuland somit ebenfalls in ihrer Definition den jugendlichen Lebensstil, der sich sozial in der Abgrenzung gegenüber der Erwachsenenwelt und der Identifikation mit geteilten Werten und Einstellungen in der

³ Matthias Hartig: Aspekte der Jugendsprache. Sozialer Wandel und der Einfluß der Jugendsprache. In: Wirkendes Wort. Deutsche Sprache in Forschung und Lehre 36 (1986), Heft 3, S. 222.

⁴ Edgar Lapp: „Jugendsprache“: Sprechart und Sprachgeschichte seit 1945. Ein Literaturbericht. In: Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht (1989), Heft 63, S. 54.

⁵ Vgl. Matthias Buschmann: Zur „Jugendsprache“ in der Werbung. In: Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache 104 (1994), Heft 3, S. 219.

⁶ Eva Neuland: Subkulturelle Sprachstile Jugendlicher heute. In: Neuland, Eva (Hg.): Jugendsprache – Jugendliteratur – Jugendkultur. Interdisziplinäre Beiträge zu sprachkulturellen Ausdrucksformen Jugendlicher. Frankfurt am Main: Lang 2003 (= Sprache – Kommunikation – Kultur. Soziolinguistische Beiträge 1), S. 140.

⁷ Ebd.: S. 140.

Interaktion mit der jugendlichen Gruppe auszeichnet.⁸ Entgegen der traditionellen Jugendsprachenforschung sieht Neuland „die Jugendsprache als eine Phase der sprachlichen Sozialisation“⁹ an: Die Jugendsprache ist „eine generationsspezifische Übergangsvarietät, die den biologisch bedingten Aufbruch der Jugendlichen zum Erwachsenenstatus in der Suche nach individueller und sozialer Identität in der Altersspanne zwischen 10 und 30 sprachlich und kommunikativ zum Ausdruck bringt“¹⁰.

Nach Neuland lässt sich die Jugendsprache demnach nicht aufgrund des biologischen Alters der Jugendlichen zeitlich festlegen:

Jugendsprache wird in der Entwicklungsperspektive vielmehr sprachbiographisch als Teil sozialer Lebensgeschichte angesehen, wobei die Bedeutung eines besonderen Sprachgebrauchs für die Sozialisationsphase der Jugend und die mit ihr verbundene Bildung sozialer Identität, insbesondere der Gruppen- und Geschlechtsrollenidentität interessiert.¹¹

Edgar Lapp bemerkt, dass es sich weder bei der Jugendsprache um ein abgeschlossenes Sprachsystem handelt noch bei der Jugend um eine einheitlich homogene Gruppe.¹² Dass sich die heutige Jugend aus zahlreichen Jugendsubkulturen zusammensetzt, erläutert Farin:

‘Die Jugend’ hat sich in den letzten 25 Jahren in eine [...] unüberschaubare Artenvielfalt oft widersprüchlichster Kulturen ausdifferenziert. Inmitten eines zahlenmäßig nach wie vor dominanten jugendlichen Mainstreams entstanden unzählige subkulturelle Szenen und Cliques, Gangs und Posses, Tribes und Families mit jeweils eigenem Outfit und eigener Musik, eigener Sprache und eigenen Ritualen.¹³

Auch kann die Jugendsprache nicht als eine homogene Sprache bezeichnet werden. Die zahlreichen subkulturellen Jugendszenen drücken ihren Eigenwert in einer gruppenspezifischen Sprache aus und grenzen sich so von anderen Jugendcliques ab. So drücken die Hip Hopper ihren Gruppenzusammenhang sprachlich z.B. durch eine spezifische

⁸ Vgl. ebd.: S. 140.

⁹ Neuland (2008): S. 38.

¹⁰ DFG – Jugendsprache im Längsschnitt. Freie Universität Berlin, <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/index.html>, aufgerufen am 12. Juli 2009.

¹¹ Neuland (2008): S. 38-39.

¹² Vgl. Lapp (1989): S. 54.

¹³ Klaus Farin: Jugend(sub)kulturen heute. In: Neuland (2003): S. 70.

Lexik (den Hip Hop-Jargon) aus und verwenden unter anderem Begriffe wie *Homies*, *B-Boys*, *Beef*, *Battle* und *tight*, um ihre Zusammengehörigkeit auszudrücken.

Jugendsprache kann sich demnach regional, schichtspezifisch, geschlechtsspezifisch oder gruppenspezifisch unterscheiden.¹⁴ Sie wird vordringlich mündlich verwendet und ist „durch die wesentlichen Merkmale der gesprochenen Sprache, der Gruppensprache und der kommunikativen Interaktion gekennzeichnet“¹⁵. Dass sich die Verschriftlichungen der Jugendsprache, wie sie in Form der Hip Hop-Songtexte, in Jugendmagazinen oder im Jugend-Chat (z.B. im Chatforum der Jugendzeitschrift *BRAVO*) vorliegen, nah an der gesprochenen Sprache orientieren, wird in den folgenden sprachlichen Analysen verdeutlicht. Von der Umgangssprache unterscheidet sich die Jugendsprache aufgrund ihres adressatenspezifischen Sprachstils, der auf bestimmten, gruppeninternen Kenntnissen und Vorwissen basiert.¹⁶ Sprache steht in einem direkten Kontakt mit gesellschaftlichen Entwicklungen. Somit ist auch die Jugendsprache „Abbild und Gegenbild“¹⁷ der sie umgebenden gesellschaftliche Verhältnisse: „Wandlungen in diesen Ausdrucksformen [der Jugendsprache] sind auch Symptome gesellschaftlichen Wandels“¹⁸. Ebenfalls steht die Jugendsprache in einem engen Verhältnis zur Standardsprache: „Die zeitgenössische ‚Jugendsprache‘ hat also nicht eine eigene [...] Geschichte, sondern sie ist immer Teil, wenn auch in vielen Bereichen differierender Teil der Standardsprache, der sich häufig *gegen*, aber nur *mit* der Standardsprache verändert.“¹⁹ Kennzeichen der jugendlichen Sprache ist die Veränderung des Standards aufgrund von bestimmten Motivationen und nach bestimmten Merkmalen. Die Standardsprache wird umgewandelt, destandardisiert und in einen

¹⁴ Vgl. Lapp (1989), S. 54.

¹⁵ Neuland (2008): S. 45.

¹⁶ Vgl. Eva Neuland: Subkulturelle Sprachstile Jugendlicher heute. In: Neuland (2003): S. 135.

¹⁷ Lapp (1989): S. 54.

¹⁸ Ebd.: S. 55.

¹⁹ Ebd.: S. 56.

jugendkulturellen Kontext gestellt²⁰: Der Prozess der Stil-Bastelei, sei es die Veränderung der Standardsprache oder die Abwandlung anderer Sprechstile (z.B. die Verfremdung von Zitaten aus Film, TV oder Musikbranche), wird in der Forschung als Bricolage bezeichnet. Mit dieser Technik werden in der Jugendkultur Gegenstände bezeichnet, die ihrem bekannten Kontext entnommen und in einem neuen Zusammenhang auftreten.

Die Beziehung zwischen Standardsprache und Jugendsprache ist jedoch keine einseitige; so „destandardisiert“²¹ die Jugendsprache bei der Neubildung von jugendsprachlichen Termini nicht nur die Standardsprache, sondern letztgenannte wird unter dem Einfluss der Jugendsprache ebenfalls einem Wandel unterzogen. So werden unter anderem immer mehr jugendtypische Ausdrucksweisen, vor allem im Bereich der Lexik und Semantik, in die Standardsprache aufgenommen:

Mit der Aufnahme und der Bedeutungsbeschreibung gehen jedoch die sozialstilistischen jugendsprachlichen Spezifika oft verloren. Dieser Prozess wird – korrespondierend zur ‚Destandardisierung‘ im Rahmen der Stilbildung – als ‚Restandardisierung‘ im Rahmen der Stilverbretung bezeichnet.²²

Die Jugendsprache unterscheidet sich von der Standardsprache in ihrer sprachlichen Realisierung sowie ihrer unterschiedlichen, jugendlichen Wahrnehmung und Interpretation von sozialen Verhältnissen. Die Jugendsprache bildet ein wesentliches Charakteristikum der Sprache ab: Die Fähigkeit sich zu verändern.

Warum gibt es eine Jugendsprache?

Die jugendspezifischen Motivationen zur Veränderung des Standards und zur Herausbildung eigener Stile sind vielfältig. Jugendliche grenzen sich zunächst in ihrer Sprechweise von der

²⁰ Vgl. Eva Neuland: Subkulturelle Sprachstile Jugendlicher heute. In: Neuland (2003): S. 140.

²¹ Neuland (2008): S. 78.

²² Ebd.: S. 79-80.

Erwachsenenwelt ab, die als mit der Standardsprache verbunden gesehen wird. Die Sprache der Jugend kann als Protesthaltung gegenüber den Normen und Werten der Erwachsenenwelt, die sich unter anderem in den Regeln der Standardsprache offenbaren, angesehen werden. Hartig betont, dass „sich die Unterschiede zwischen der Sprache der Erwachsenen und der Jugend [...] im Bereich der Einstellung zum sozialen Leben finden und die verwendete Sprache hier ein Bild bzw. ein Ausdruck dieser Einstellung ist“²³. Die jugendliche Tendenz zu Kritik und Wandel rebelliert, nach Hartig, in Form der Jugendsprache gegen die Konformität der Erwachsenen²⁴: „Der Wandel von Attitüden ist eines der wichtigsten Ziele der Handlungsorientierung der Jugendlichen, da sich auf der Grundlage solcher Veränderungen die Bedingungen eigener Handlungsfähigkeit entwickeln lassen“²⁵. Die Jugendsprache ist somit auch gegenwärtig noch als ein Zeichen der jugendlichen Abgrenzung gegenüber der Erwachsenenwelt zu verstehen. Dennoch stellt Schoblinski in seiner Befragung der Jugendlichen fest, dass das Verhältnis zwischen Jugendlichen und Erwachsenen heute als kooperativ zu beschreiben ist. Die Jugendlichen sehen ihre eigene Sprache nicht als Tabubereich an, aus dem sich die Eltern heraushalten sollen. Sie erwarten lediglich Verständnis und Toleranz der Erwachsenen gegenüber ihrem individuellen Jugendstil.²⁶

Auch zeichnet sich die Phase der Pubertät durch die Suche nach der eigenen Identität aus, die zahlreiche Konflikte enthalten kann. Sprache dient als Vermittler Emotionen, Aggressionen und Ängste auszudrücken. Ehmann spricht der Jugendsprache sogar therapeutische Fähigkeiten zu: „Jugendsprache kann in diesem Sinne als ein Stück ‚kanalisierter Emotionsabfuhr‘ mit therapeutischem Effekt gedeutet werden: Wer sich sprachlich abreagiert, muss seine Aggressionen nicht anderweitig an realen Objekten

²³ Hartig (1986): S. 226.

²⁴ Vgl. ebd.: S. 227.

²⁵ Ebd.: S. 228.

²⁶ Vgl. Peter Schoblinski, Gaby Kohl u. Irmgard Ludewigt: Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit. Opladen: Westdeutscher Verlag 1993, S. 193-204.

loswerden.²⁷ Farin sieht einen Zusammenhang zwischen der zunehmenden Individualisierung und Subjektfokussierung der Gesellschaft und dem Anstieg der Jugendsubkulturen:

Informelle Gleichaltrigen-Cliquen, die neuen faszinierenden Welten der Computer-Kulturen (Techno, Internet) und weitere attraktive Konsum- und Identifikationsangebote des kommerziellen Freizeitmarktes verdrängten die Partizipationsangebote der konventionellen Erwachsenenstrukturen (Parteien, Kirchen Jugendverbände etc.) von der Agenda des jugendlichen Lebensalltags.²⁸

Die zunehmende Medialisierung des Alltags verdrängt die ursprünglichen, jugendlichen Identifikationsobjekte der Familie, Kirchengemeinde, Vereinen und Parteien zugunsten der Populärkultur. Diese moderne Entwicklung kann einerseits als Chance der Jugendlichen angesehen werden, sich aus alten Strukturen freizusetzen und Veränderungen innovativ und offen gegenüber zu stehen. Andererseits kann es auch den Verlust einer vertrauten Ordnung und des gemeinschaftlichen Rückhalts zur Folge haben. Farin sieht demnach in der Partizipation der Jugendlichen in Jugendkulturen die Suche nach neuen Identifikationsobjekten: „Jugendkulturen sind ein Versuch, in orientierungslosen Zeiten wieder – selbst bestimmte – Grenzen zu setzen.“²⁹

Sprache dient den Jugendlichen nicht nur als Zeichen ihrer Abgrenzung, indem sie die allgemein gültigen Regeln der Standardsprache variieren. Jugendsprache wird für die Jugendlichen auch zu einem „Modus der peer-group-internen Verständigung“³⁰. Aus der Abgrenzung nach Außen folgt auch die Etablierung von Zusammengehörigkeit nach Innen in der Gruppe. Neuland bezeichnet die Jugendsprache als Mittel der gruppenspezifischen Kommunikation.³¹ Durch den gruppeninternen Sprachstil verdeutlichen die Jugendlichen ihren Zusammenhalt: „Die geteilte Erfahrungswelt und übereinstimmenden Normen und Wertsetzungen der Gruppe bilden einen gemeinsamen Bedeutungskontext als Voraussetzung

²⁷ Hermann Ehmann: Voll konkret. Das neueste Lexikon der Jugendsprache. München: Beck 2003, S. 11-12.

²⁸ Klaus Farin: Jugend(sub)kulturen heute. In: Neuland (2003): S. 70-71.

²⁹ Ebd.: S. 71.

³⁰ Lapp (1989): S. 54.

³¹ Vgl. Neuland (2008): S. 39.

für das Funktionieren einer gruppenspezifischen Verständigungsweise.³² Im Hinblick auf die Verwendung der Jugendsprache hat die Wuppertaler DFG-Studie herausgearbeitet, dass Jugendsprache von den Jugendlichen vor allem in ihrer Freizeit mit Gleichaltrigen, bzw. der Peer-group, verwendet wird. Weniger findet sie Gebrauch in der Schule (gemeint ist hier das Sprechen innerhalb des Unterrichts und nicht in der Schule im Allgemeinen, in der die Jugendlichen natürlich z.B. in ihren Pausen vordringlich Jugendsprache gebrauchen) und selten bis nie Verwendung im Umfeld der Familie.³³ Warum sich die Jugendlichen gegen die Regeln der Standardsprache wenden, geht aus einer Umfrage Ehmanns aus dem Jahr 1992 hervor. Folgende Vorteile der jugendspezifischen Sprache, die gleichfalls Defizite der Standardsprache aus Sicht der Jugendlichen sind, werden von ihnen angegeben: Jugendsprache ist für die Jugendlichen „konkreter und farbiger“³⁴, „einfacher und verständlicher strukturiert“³⁵, sie „drückt Gefühle und Stimmungen besser aus“³⁶, „sie ist echter/ ehrlicher“³⁷ und „sie hat weniger starre Regeln/ ist flexibler“³⁸ als die Standardsprache. Aus einer weiteren Befragung Jugendlicher durch Schoblinski geht hervor, inwiefern die Jugendlichen die Sprache der Erwachsenen kritisieren: „Als nahezu typisch für dieses Ergebnis können somit die Eigenschaftszuschreibungen eines Schülers bezeichnet werden, der die Erwachsenensprache als normal und ernst beschrieb und sich wünschte, daß sie ‚etwas lässiger sein könnte‘.“³⁹ Zusammenfassend lassen sich die wesentlichen Eigenschaften der Jugendsprache wie folgt beschreiben: „Kreativität, Spontanität, Direktheit und Flexibilität sind gruppen- und situationsübergreifende Kennzeichen der jugendlichen

³² Ebd.: S. 40.

³³ Vgl. ebd.: S. 63.

³⁴ Ehmann (1992): S. 61.

³⁵ Ebd.: S. 61.

³⁶ Ebd.: S. 61.

³⁷ Ebd.: S. 61.

³⁸ Ebd.: S. 61.

³⁹ Schoblinski (1993): S. 189.

Kommunikation.“⁴⁰ Jugendliche setzen demnach in der Jugendsprache exakt das um, was ihrem jugendlichen Charakter in der Standardsprache missfällt oder fehlt. Die Jugendzeit ist eine Phase, in der die Jugendlichen sich ausprobieren und Innovationen offen gegenüber treten. Jugendliche besitzen den Wunsch sich von den Regeln der Standardsprache abzusetzen und etwas Neues, Innovatives zu schaffen: „In diesem Sinne gerät Sprache zur ‚Spielwiese‘ für Jugendliche“⁴¹. Ein besonders beliebtes, jugendliches Spiel mit der Sprache ist die bereits genannte „Bricolage“. Wo Erwachsene dazu tendieren die Wirklichkeit an ihre Einstellungen anzupassen, verändern Jugendliche ihre Einstellungen und somit auch die Wirklichkeit – Im Hinblick auf die Sprache sind es also die Jugendlichen, die flexibler sind, den Wandel der Sprache einzuleiten.⁴²

Die genannten, charakteristischen Merkmale der Jugendsprache spiegeln sich in der Lexik, Morphologie und Syntax wider. Die Motivationen der Jugendlichen eine Subsprache zu sprechen, werden in der anschließenden, sprachlichen Analyse immer wieder angesprochen.

⁴⁰ DFG–Jugendsprache im Längsschnitt. Freie Universität Berlin, <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/index.html>, aufgerufen am 12. Juli 2009.

⁴¹ Schoblinksi (1993): S. 66.

⁴² Vgl. Hartig (1986): S. 232.

KAPITEL 3

JUGENDSPRACHE IM KONTEXT DER MEDIEN

Jugendsprache ist gegenwärtig zum Modewort geworden. Eigentlich steht die Jugendsprache schon seit Beginn ihrer Existenz im Zentrum der Medien. Noch bevor sich die Wissenschaft dem Phänomen der Jugendsprache annehmen konnte (linguistische Jugendsprachforschung), wurde der jugendliche Jargon bereits zum Produkt der Medien. Die erste internationale Fachkonferenz zum Thema Jugendsprache im Jahr 1982 gilt in der Forschung als Geburtsstunde der linguistischen Jugendsprachenforschung. Zuvor kam es bereits durch die Medien zu zahlreichen populärwissenschaftlichen Veröffentlichungen über die Jugendsprache. So versprachen unter anderem in den 80er Jahren zahlreiche, nicht akademisch zu nennende Wörterbücher einen Einblick in die Szene der Jugend und der Jugendsprache zu gewähren.⁴³ Dass die Medien gegenwärtig einen großen Einfluss auf die Jugendlichen haben, geht aus folgendem Zitat Neulands hervor:

Das mediale Konstrukt ‚Jugendsprache‘ entsteht in einem Prozess des ‚Doing Youth‘ aus medialer Vermittlung, Stereotypisierung und Kommerzialisierung der Jugend und Jugendsprache zu Gunsten wirtschaftlicher und politischer Interessen funktionalisiert.⁴⁴

Neuland bezeichnet die Jugendsprache daher als ein „Medienphänomen“⁴⁵. Ehmann hält fest: „Von allen externen Einflussfaktoren auf die Entwicklung der sprachlich-kommunikativen Tätigkeit Jugendlicher sind die Massenmedien am wichtigsten und bedeutsamsten.“⁴⁶ Und

⁴³ Als Beispiel sei an dieser Stelle das Lexikon der Jugendsprache von Müller-Thurau genannt (*Claus Peter Müller-Thurau: Lexikon der Jugendsprache. Mit Zeichnungen von Marie Marcks. Düsseldorf/ Wien: Econ 1985.*). Ein weiteres bekanntes Wörterbuch aus den 90er Jahren sind die Lexika der Jugendsprache von Ehmann (u.a. *Hermann Ehmann: oberaffengeil. Neues Lexikon der Jugendsprache. München: Beck 1996.* und *Ehmann, Hermann: Voll konkret. Das neueste Lexikon der Jugendsprache. München: Beck 2003.*)

⁴⁴ Neuland (2008): S. 18.

⁴⁵ Ebd.: S. 42.

⁴⁶ Ehmann (1992): S. 74.

auch Schoblinski spricht von einer „Stilisierung von Jugendsprache“⁴⁷ durch die Medien. Letztere, im Besonderen die Musikkultur, bestimmen das gegenwärtige Freizeitverhalten der Jugendlichen maßgeblich. Die Massenmedien gewinnen an Einfluss und dienen den Jugendlichen als Orientierungshilfen (Stars werden zu Vorbildern, Verhaltensweisen und Lebenseinstellungen werden adaptiert). Als Folge dieser Entwicklung verlieren, wie bereits angedeutet, herkömmliche Instanzen wie die Familie, die Schule sowie die Kirche zunehmend ihre Vorbildfunktion: Die heutige Jugend setzt sich von traditionellen Werten ab und tendiert dazu, ein neues, innovatives Verhalten zu kreieren, welches sich vor allem im Kontext der Massenmedien entwickelt.

Jugendsprache im deutschen Hip Hop

Im Folgenden soll dargestellt werden, dass die Musikbranche des Hip Hop einen großen Einfluss auf die Stilisierung einer gesamtdeutschen Jugendsprache hat. Das Verhalten der Jugend, welches seinen sprachlichen Ausdruck in der Jugendsprache gewinnt, steht gegenwärtig in einer engen Wechselwirkung mit den Medien: Einerseits wird die Jugendsprache extern maßgeblich von den Medien beeinflusst, da die Jugendlichen eine „von oben gemachte und multimedial vermittelte Sprachform“⁴⁸ ihrer Musikidole adaptiert.⁴⁹ Eine von Ehmman 1992 durchgeführte Umfrage ergibt, dass die Jugendsprache „die meisten Anregungen und Impulse hinsichtlich neuer Wörter und Wendungen“⁵⁰ von Film- und Musikstars erhält. So adaptieren die Jugendlichen vor allem die Lexik aus Jugendmagazinen und den Songtexten ihrer Musikstars und fügen diese kreativ in ihre Sprache ein. Jakob stellt

⁴⁷ Schoblinski (1993): S. 11.

⁴⁸ Ebd.: S. 332.

⁴⁹ Vgl. ebd.: S. 332.

⁵⁰ Ehmman (1992): S. 74.

dar, dass sich die im Rahmen dieser Arbeit unter Punkt 2.2 besprochene Motivation der Jugendlichen, Jugendsprache als Symbol ihrer Zugehörigkeit zu einer Peer-group zu verwenden, ebenfalls anhand der jugendlichen Adaption von Musikjargon belegen lässt: „Die Teilhabe am Insider-Jargon wird zum Gruppensymbol. [...] Wer als bloßer ‚Konsument‘ die Gruppensprache der ‚Macher‘ übernimmt, ist sprachlich in die große Gemeinschaft der Rockfans aufgenommen“⁵¹.

Der Trend der Jugend sich von der Elterngeneration abzusetzen, der ebenfalls unter Punkt 2.2 angesprochen wurde, findet in dem jugendlichen Verhalten der Musikszene seit den 50/ 60er Jahren ein Beispiel: Die junge Generation begann sich bereits in den 50er Jahren von den Werten der erwachsenen Kriegsgeneration abzusetzen und sich an dem „American way of life“ zu orientieren. In den 60er und 70er Jahren beginnt sich in Deutschland eine Pop-Rock-Kultur zu manifestieren. Rock’ n’ Roll und Popmusik bestimmen die Jugendkultur dieser Zeit, anhand derer sich die Jugend in ihren Wertvorstellungen und in ihrem Verhalten orientiert: „der Pop-Rock-Komplex [ist] [...] die wichtigste, sogar international verbrüderte Anti-Protestkultur gegen die Welt der Erwachsenen“⁵². Jakob führt diese These Schobliniskis weiter und sieht in Udo Jürgens den „erfolgreichsten Macher der jüngeren Jugendsprache“⁵³. Seit der Mitte der 70er Jahre dienen seine Liedtexte den Jugendlichen als Quelle sprachlicher Innovationen. Somit hebt Jakob hervor:

Aus der Berufsgruppensprache der professionellen Muskmacher wurde die Alltagsgruppensprache der jugendlichen Musikkonsumenten. Musik- und Jugendzeitschriften bewirken, daß aus dem avantgardistischen Musikjargon der frühen 70er Jahre der gesamtjugendsprachliche Normalfall der 80er Jahre wird.⁵⁴

Die Medien dienen der Jugendsprache jedoch nicht nur als inspirative Bildungsressource, sondern werden ebenfalls, wie in diesem Zitat Jakobs bereits angedeutet, zur Inspirationsquelle einer kommerziellen Vermarktung und Verbreitung der Jugendsprache.

⁵¹ Karlheinz Jakob: Jugendkultur und Jugendsprache. In: Deutsche Sprache. Zeitschrift für Theorie, Praxis, Dokumentation 46 (1988), Heft 4, S. 325.

⁵² Ebd.: S. 325.

⁵³ Ebd.: S. 327.

⁵⁴ Ebd.: S. 326.

Im Hinblick auf die Geschichte der Jugendsprache differenziert Neuland die diversen deutschen Jugendgruppen und ihre individuellen Sprachen in „Protestgenerationen“⁵⁵ und „Spaß- und Freizeitgenerationen“⁵⁶. In den so genannten Halbstarke und den antiautoritären Studentenbewegungen sieht Neuland Jugendsubkulturen, in denen der Aspekt der sozialen Abgrenzung von der Öffentlichkeit durch Protest und Provokation dominiert. Die Protestgenerationen werden somit von der Gesellschaft ausgegrenzt oder gar kriminalisiert. Als Spaß- und Freizeitgenerationen bezeichnet Neuland unter anderem die Teens und Twens, die Disko-Jugendlichen und die gegenwärtige Event-Generation.⁵⁷ Neuland sieht die heutige Event-Generation als „medial kommerzialisiert und vereinnahmt [...] durch die Ausbeutung der Innovationskraft ihrer sprachlichen Ausdrucksformen“⁵⁸ an. Wesentlich ist, dass die gegenwärtige Offenheit der Jugendsprache gegenüber dem Einfluss der Medien und die Wechselwirkung mit diesen zu einer Stilisierung der Jugendsprache in den Medien führt. Die Medien fördern durch ihre Verbreitung der Jugendsprache die Entstehung einer stilisierten „Gesamtjugendsprache“⁵⁹. Die jugendlichen Sprachformen, die intern in den einzelnen Jugendgruppierungen entstehen, werden in den Liedtexten der Musikidole aufgewertet und so gesellschaftsfähig gemacht und anerkannt. Diesen Prozess beschreibt auch Neuland:

Wie bereits [...] angemerkt, werden jugendsprachliche Neuerungen von den Medien begierig aufgegriffen und bekannt gemacht. Im Prozess der medialen Vermittlung wird Jugendsprache [...] zur ‚Jugendsprache‘ stereotypisiert und kommerzialisiert.⁶⁰

Indem die Jugendsprache millionenfach von Werbung, Zeitschriften- oder Buchindustrie, Rundfunk- oder Filmindustrie eingesetzt wird, verbreitet sie sich nicht nur in Gesamtdeutschland, sondern wird auch aus verkaufsstrategischen Gründen standardisiert.⁶¹

⁵⁵ Neuland (2008): S. 130.

⁵⁶ Ebd.: S. 130.

⁵⁷ Ebd.: S. 130.

⁵⁸ Ebd.: S. 130.

⁵⁹ Jakob (1988): S. 321.

⁶⁰ Neuland (2008): S. 83.

⁶¹ Vgl. Jakob (1988): S. 332.

Jakob fasst zusammen: „So entsteht eine bundesweite Gruppensprache der Jugend“⁶². Diese von den Medien stilisierte Gesamtjugendsprache kann demnach ähnlich der Standardsprache, die als eine allgemeinverbindliche Sprachnorm der Gesellschaft gilt, als „eine der wichtigsten Integrationsklammern der modernen gesamtgesellschaftlichen Jugendkultur“⁶³ angesehen werden.

Diese Darstellung der Jugendsprache soll nicht zu dem Rückschluss führen, dass die Jugendsprache ein ausschließlich von den Medien inszeniertes Produkt ist. Vorläufer der Jugendsprache lassen sich in der Studentensprache bis in das 16. Jahrhundert zurück nachweisen und demnach bis in eine Zeit zurück, in der den Neuen Medien der Gegenwart noch keine Bedeutung zukam: „Jugendsprache hat es schon immer gegeben, und zwar immer dort, wo Jugendlichen genügend Freiräume zur Entfaltung geboten wurden.“⁶⁴ Demnach ist die Jugendsprache in ihrem Ursprung natürlich zu definieren als Produkt ihrer Träger, der Jugendlichen. Dennoch kann der heutige Einfluss der Medien auf die Jugendsprache nicht ausreichend betont werden: „Nicht zufällig wird der Anfang des Booms der Jugendsprache immer wieder zu Beginn der Nachkriegszeit, zur Zeit des Wirtschaftswunders und des Rock und Pop lokalisiert, während davor Jugendsprache eher als marginales Phänomen behandelt wurde.“⁶⁵ Jakob hält daher fest, „daß die Teile der Jugendsprache, die von dem Komplex Pop-Rock-Kultur geprägt sind, weitgehend über der sozialräumlichen Kleingruppendifferenzierung der Jugendkultur stehen, also eine gewisse ‚soziale Neutralität‘ aufweisen“⁶⁶.

Zusammenfassend lässt sich daher festhalten, dass die enge Wechselwirkung zwischen der Jugendsprache und den Medien in der Gegenwart und der Vergangenheit nur hervorgehoben werden kann.

⁶² Ebd.: S. 332.

⁶³ Jakob (1988): S. 320.

⁶⁴ DFG – Jugendsprache im Längsschnitt. Freie Universität Berlin, <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/index.html>, aufgerufen am 12. Juli 2009.

⁶⁵ Schoblinski (1993): S. 34.

⁶⁶ Jakob (1988): S. 331.

Jugendsprache in der deutschen Jugendpresse

Aus der Stiftung Lesen, gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung, geht hervor, dass jeder vierte deutsche Bundesbürger keine Bücher liest⁶⁷: „Die Deutschen finden Bücher lesen wichtig – tun es aber nicht“⁶⁸. Dass Jugendzeitschriften, trotz des Rückgangs der traditionellen Printmedien, gegenüber digitalisierten Medien noch immer eine große Attraktion auf Jugendliche zwischen 12-19 Jahren ausüben, geht aus der *JIM*-Studie 2007⁶⁹ hervor: Obwohl das meistgenutzte Medium unter den Jugendlichen das Handy ist (94 Prozent) und zwei Drittel der Jugendlichen einen eigenen Computer oder Fernseher zur Verfügung haben, liest fast jeder zweite Jugendliche (48 Prozent) eine Zeitung und jeder dritte Jugendliche konsumiert eine Zeitschrift.⁷⁰ Die traditionelle Zeitschrift hat folgende Vorteile gegenüber den elektronischen Medien: Der Leser kann sie überall und spontan lesen (im Zug oder auf dem Schulhof). Der Leser kann sie einfach und unkompliziert nutzen (bei Stromausfall und ohne die Gefahr, dass sie sich einen Virus einfängt). Der Leser kann sie preiswert erwerben.

Insgesamt ist in den letzten Jahren eine steigende Auflagenhöhe der deutschen Publikumszeitschriften feststellbar. Seit 1980 verteilt sich diese wachsende Auflagenzahl jedoch auf eine ansteigende Titellanzahl.⁷¹ Kinder- und Jugendzeitschriften müssen sich daher ebenfalls mit den Schwierigkeiten, die gegenwärtig den Gesamtzeitschriftenmarkt betreffen,

⁶⁷ Vgl. Stiftung Lesen: Lesen in Deutschland 2008, Bundesministerium für Bildung und Forschung, <http://www.stiftunglesen.de/default.aspx?pg=eea4349c-bbd2-4fa3-82a1-a30d7bbaf481>, aufgerufen am 26. Juni 2009.

⁶⁸ Ebd.: am 26. Juni 2009.

⁶⁹ In der *JIM*-Studie 2007 des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest wurden 1204 Jugendliche im Alter von 12-19 Jahren nach deren Mediennutzung und Medienausstattung befragt.

⁷⁰ Vgl. *Jim*-Studie 2007, Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest, <http://www.stiftunglesen.de/default.aspx?pg=9f0dcb45-eead-45a1-8dcc-a7610a113f5a>, aufgerufen am 26. Juni 2009.

⁷¹ Die Chefredakteurin der Kinderzeitschrift *Benjamin*, Kathrin Kommerell, schätzt die derzeit auf dem deutschen Zeitschriftenmarkt erscheinenden Titel auf 280 Magazine. (Vgl. Kathrin Kommerell: Journalismus für junge Leser. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2008 (= Praktischer Journalismus 82), S. 50).

auseinandersetzen: Der Wettbewerb zwischen den auf dem Markt erscheinenden Zeitschriftentitel.⁷²

Jugendzeitschriften werden nach Knoll wie folgt definiert: „Unter Jugendzeitschriften versteht man periodisch erscheinende Druckerzeugnisse, die sich mit jugendspezifischen Themen und in jugendmäßiger Aufmachung an Jugendliche (meist zwischen 12 und 18 Jahren) wenden.“⁷³ Die ersten Jugendzeitschriften finden sich mit den moralischen Wochenschriften bereits im Zeitalter der Aufklärung. Ziel der moralischen Wochenschriften war die sittliche und moralische Bildung der Jugend. Seit 1950 werden auf dem Markt der deutschen Jugendzeitschriften kommerzielle von nicht kommerziellen Jugendmagazinen unterschieden. Im Rahmen dieser Arbeit wird der Fokus der Analyse auf den kommerziellen Jugendzeitschriften liegen. Lichtenberger definiert letztgenannte wie folgt: „Kommerzielle Zeitschriften werden [...] von Wirtschaftsunternehmen zur Erzielung wirtschaftlichen Erfolges, d.h. zur Erzielung von Profit, herausgegeben.“⁷⁴ Die Intention der gegenwärtigen Jugendzeitschriften hat sich demnach gegenüber dem ursprünglichen Ziel der moralischen Wochenzeitschriften gewandelt.

Die kommerziellen Jugendzeitschriften werden untergliedert in Mädchenzeitschriften (u.a. *Mädchen*, *Bravo Girl!*), musikorientierte Zeitschriften (u.a. *Bravo*, *Bravo HipHop Special*, *Popcorn*, *Yeah!*), fernsehorientierte Zeitschriften (u.a. *Gute Zeiten*, *schlechte Zeiten*) und Sportzeitschriften (u.a. *Bravo-Sport*). Abgesehen von den fernsehorientierten Zeitschriften werden diese aufgelisteten Jugendzeitschriften mit der höchsten Auflagenzahl

⁷² Insbesondere so genannte Special-Interest-Zeitschriften, wie z.B. die Mädchenzeitschriften verzeichnen seit den 80er Jahren steigende Auflagenzahlen: „Immer mehr Zielgruppen-, Special-Interest- und Very-Special-Interest-Zeitschriften drängen auf den Markt als Folge innovativer Nischenkonzepte. Die Spezialisierung findet entweder auf inhaltlicher Ebene [=Spezialzeitschriften wie z.B. die *Bravo-Sport* oder auch die *Bravo HipHop Special*] oder sie bezieht sich auf die Rezipienten [=Zielgruppenzeitschrift wie die Mädchenzeitschriften].“ [Herv. d. Verf.] (Petra Nickel: Mädchenzeitschriften – Marketing für Medien. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse der Marketingstrategien und Inhalte. Münster: Waxmann 2000, S. 53).

⁷³ Knoll, Joachim H.: Jugendzeitschriften im Videozeitalter. Ethische, Pädagogische, rechtliche Aspekte. Sachsenheim: Burg Verlag 1985, S. 11.

⁷⁴ Hans-Jürgen Lichtenberger: Männer für Mädchen. Die Darstellung des anderen Geschlechts in der Jugendzeitschrift Mädchen. Eine Inhaltsanalyse. Frankfurt a. Main: Haag und Herchen 1987, S. 38.

auf dem deutschen Markt von zwei Großverlagen, dem Heinrich Bauer Zeitschriftenverlag (*Bravo, Bravo Girl!, Bravo HipHop Special, Bravo-Sport, Yeah!*) und dem Axel Springer Verlag (*Popcorn, Mädchen*) herausgegeben. Thematisch befassen sich Jugendzeitschriften im Allgemeinen mit Themen wie Musik und Stars, Kino und TV, Jugendberatung und Sexualität, Liebe und Freundschaft, Mode und Kosmetik. Diese Themenbereiche finden in den einzelnen Subgenres der Jugendzeitschriften eine unterschiedliche Gewichtung.⁷⁵ Ziel der kommerziellen Jugendzeitschriften ist die Identifikation des jugendlichen Lesers mit der Zeitschrift. Erreicht wird dieses Endziel, indem sich die Redaktionen der Jugendzeitschriften an den jugendlichen Interessen, deren Werten und deren Sprache orientieren, um den Lesern so eine authentische Möglichkeit anzubieten sich auf inhaltlicher, visueller und sprachlicher Ebene mit dem Jugendmagazin zu identifizieren.

Dass die Medien gegenwärtig einen großen Einfluss auf die Jugendlichen haben, ist bereits thematisiert worden. Erinnert sei an dieser Stelle an die bereits zitierte Aussage Neulands, die die Jugendsprache als ein „Medienphänomen“⁷⁶ bezeichnet. Und auch Schoblinski spricht von einer Stilisierung der Jugendsprache durch die Medien.⁷⁷ *BRAVO, Bravo Girl!* und auch *Mädchen* werden, wie gesagt, von kommerziellen Großverlagen herausgegeben und sind somit nicht nur auf eine enge Werbebindung, sondern ebenfalls auf eine intensive Leserbeziehung angewiesen⁷⁸:

Ziel der Unternehmensstrategie (redaktionelle Politik) von BRAVO ist es – ökonomisch betrachtet – Absatzrisiken gering zu halten und durch Berechenbarkeit des Konsumenten (Leser) mögliche Verhaltens-Bedürfnisschwankungen auszuschalten. Berechenbarkeit des Konsumenten heißt: Seine Lesebedürfnisse zu reproduzieren, um damit zu einer Profitmaximierung zu gelangen.⁷⁹

⁷⁵ So stehen in den Mädchenzeitschriften Inhalte wie Mode und Kosmetik, Liebe und Freundschaft und Jugendberatung und Sexualität im Vordergrund. Wohingegen Musik und Stars und Kino und TV als inhaltliche Schwerpunkte der musikorientierten Zeitschriften anzusehen sind. Der thematische Fokus der Sport- und fernsehorientierten Zeitschriften ergibt sich bereits aus ihrem Titel.

⁷⁶ Neuland (2008): S. 42.

⁷⁷ Vgl. Schoblinski (1993): S. 11.

⁷⁸ Vgl. Horst Koch: Redaktionelle Politik von Jugendzeitschriften. Königstein/ Ts.: Scriptor Verlag 1978, S. 94-95.

⁷⁹ Ebd.: S. 58.

Dass es den Jugendzeitschriften vordergründig um den eigenen Absatz geht, lässt sich anhand der Geschichte der *BRAVO* nachvollziehen. Herrwerth bezeichnet die Jugendzeitschrift *BRAVO* in den 50er Jahren wie folgt: „BRAVO war seinerzeit so verklemmt und so muffig wie die Bundesrepublik der Nachkriegsära eben als Ganzes war.“⁸⁰ Erst durch die Entwicklungen der Beat-Generation in den 60er Jahren (Der Erfolg der Beatles und der Rolling Stones in der Mitte der 60er Jahre) sowie die Lockerung der biedereren Sexualmoral Ende der 60er Jahre (u.a. durch das Aufkommen der Pille) passte sich die *BRAVO* den neuen Interessen der jugendlichen Zielgruppe an⁸¹: „Marktwirtschaftlichen Gesetzen folgend und unter Vernachlässigung pädagogischer Ambitionen wurden der Beat und seine Stars nun heftein heftaus dominierendes Thema.“⁸² Ebenso findet sich in der 43. Ausgabe der *BRAVO* im Jahr 1969 erstmals die Beratungsinstanz Dr. Sommer, die bis heute als Kultstatus der *BRAVO* gilt und deutschlandweit bekannt ist. Es lassen sich zahlreiche weitere Beispiele finden, die darlegen, inwiefern die Redaktion versucht sich thematisch an den Interessen der jugendlichen Leser zu orientieren, um diese so an die Zeitschrift zu binden.⁸³

Eine möglichst intensive Leser-Zeitschriften-Bindung erreicht eine Jugendzeitschrift, indem sich der Leser mit „seiner“ Zeitschrift identifiziert: Im Hinblick auf Jugendmagazine bedeutet dies unter

⁸⁰ Thommi Herrwerth: Partys, Pop und Petting. Die Sixties im Spiegel der BRAVO. Marburg: Jonas 1997, S. 18.

⁸¹ Vgl. ebd.: S. 18-100.

⁸² Ebd.: S. 43.

⁸³ So werden unter anderem die Emotionen der Leser (ähnlich wie im Fernsehen) durch Skandalbilder („Tierquälerei! Was in vielen deutschen Zoohandlungen wirklich abgeht...“ (BRAVO 26 (2009), S. 74-75) angesprochen. An diesem Beispiel zeigt sich bereits anhand des Titels, inwiefern die Redaktion gesellschaftliche und politische Themen nicht nur visuell durch skandalöse Bilder „aufpeppt“, sondern ebenfalls sprachlich durch die Jugendsprache. Inwiefern die Emotionen der Jugendlichen in Jugendzeitschriften gezielt kommerziell genutzt werden, geht aus folgendem Beispiel hervor. In der BRAVO-Ausgabe vom 3. Juni 2009 stellt die BRAVO-Leserin Lena dem Dr.-Sommer-Team folgende Frage: „Ich hab Angst, dass das Rückholbändchen reißt und der Tampon im Körper bleibt. Meinst du, das kann passieren?“ (BRAVO 24 (2009), S. 47). Direkt neben dieser Leseranfrage finden die BRAVO-Leser die kommerzielle Antwort auf Lenas Frage: Der weltweit tätige, amerikanische Pharmazie- und Konsumgüterhersteller *Johnson & Johnson* wirbt hier mit folgendem Werbetext für die Tamponmarke *o.b.*: „Mit den o.b. ProComfort-Tampons bist du jederzeit zuverlässig geschützt, und die SilkTouch-Oberfläche macht das Einführen und Entfernen ganz einfach!“ (BRAVO 24 (2009), S. 47). Interessant ist an dieser Stelle, dass das Anzeigengeschäft der Jugendzeitschriften (nicht nur der Verkauf) ebenso ausschlaggebend für den wirtschaftlichen Erfolg einer Zeitschrift ist. Die Jugendzeitschriften manipulieren die Jugendlichen demnach insofern, als dass sie deren Konsumverhalten ansprechen. Denn Mode und Kosmetik haben für die Jugendlichen eine besondere Funktion: Hierüber stellen sie sich selbst dar und demonstrieren ihre Zugehörigkeit zu einer Gruppe (Vgl. Monika Weber: Mädchen-Zeitungswelten. Lebensrealität von Mädchen und ihr Bild in Mädchenzeitschriften. Münster: Votum-Verlag 1999, S. 123). An dieser Stelle spricht die Jugendzeitschriften abermals ein Merkmal an, welches für die Jugendlichen in ihrer Jugendsubkultur von zentraler Bedeutung ist: Das Demonstrieren von Zugehörigkeit nicht nur über die Sprache, sondern auch durch das eigene Aussehen und Konsumverhalten.

anderem, dass sich die Jugendlichen mit den abgedruckten Prominenten vergleichen, Kosmetik- und Modetipps annehmen (konsumieren) und in den Ratgeberrubriken ihre Fragen beantwortet bekommen. Die Jugendzeitschriften übernehmen daher für die Jugendlichen eine ähnliche identitätsbildende Funktion, wie die Jugendsubkulturen⁸⁴:

Identität wird maßgeblich durch eine Beziehungsleistung entwickelt, d.h. durch Imitation und Vergleich mit anderen. Den Raum dazu eröffnet die Gruppe [...] Die dazu nötigen Symbole werden nicht mehr nur als ganzes Paket aus der Erwachsenenwelt übernommen, sondern unter freiem Zugriff auf das gesellschaftliche und medial vermittelte Angebot frei kombiniert.⁸⁵

Die Jugendzeitschriften haben demnach, ähnlich dem Hip Hop, bereits in ihrer Konzeption Merkmale der Jugendsubkulturen adaptiert. Weitere Beispiele, die verdeutlichen inwiefern die Jugendzeitschriften in ihrer Aufmachung der Jugendkultur ähnlich sind, gehen aus der Intention der Jugendlichen hervor eine Jugendzeitschrift zu konsumieren.

Jugendliche lesen Jugendzeitschriften unter anderem um in ihrem Freundeskreis „mitreden“ zu können. Jugendzeitschriften fördern somit die Zugehörigkeit zu einer Jugendsubkultur. Denn Kinder lesen Zeitschriften oft unterschiedlich als Erwachsene – Sie lesen Sie gemeinsam. Jugendzeitschriften besitzen daher oft einen Haupt- und mehrere Nebenleser⁸⁶: „Während Lesen also häufig Rückzug bedeutet, hat es für Kinder und Jugendliche vor allem auch den Stellenwert, soziale Kontakte zu stiften, Gruppeninteressen zu entdecken und zu formulieren, Zugehörigkeit zu empfinden.“⁸⁷ Die Jugendzeitschriften spiegeln daher, mit ihrer Konzeption den Lesern Zugehörigkeit zu einer Jugendsubkultur zu eröffnen, ein wesentliches Merkmal der Jugendsprache wider. Schließlich besteht eine wichtige Motivation in einer Jugendsubkultur

⁸⁴ Unter Punkt 2.2. ist bereits angedeutet worden, dass sich die Phase der Jugend durch die Suche nach der eigenen Identität auszeichnet.

⁸⁵ Heiko Trimpel: Seelsorge bei Dr. Sommer. Religion und Religiosität in der Jugendzeitschrift BRAVO. München: Don Bosco 1997, S. 18.

⁸⁶ Vgl. Dieter Baacke u. Jürgen Lauffer: Nicht nur schöner Schein – Kinder- und Jugendzeitschriften in Deutschland. Übersicht und Empfehlung. Bd. 19: Schriften zur Medienpädagogik. Bielefeld: GMK 1994 (= Medienpädagogische Handreichung 4), S. 186.

⁸⁷ Ebd.: S. 186.

Jugendsprache zu sprechen ebenfalls in dem Ziel, das Verständigungsmuster einer gruppeninternen Kommunikation zu adaptieren, um sich so dieser Gruppe zugehörig zu fühlen.⁸⁸

Für die folgende Analyse interessant ist, dass die Jugendlichen Jugendzeitschriften nicht nur aufgrund ihrer jugendtypischen Aufmachung konsumieren, sondern diese lesen, da sie sich selbst mit der inhaltlichen, visuellen und sprachlichen Aufbereitung der Jugendzeitschriften identifizieren. Im Folgenden soll kurz thematisiert werden, inwiefern sich die Jugendzeitschriften nicht nur in ihrer Konzeption an den Jugendsubkulturen orientieren, sondern auch in thematischer und sprachlicher Hinsicht. Da die einzelnen Rubriken von Redakteuren und nicht von Jugendlichen verfasst wurden, wird deutlich inwiefern die Redakteure bemüht sind, sich inhaltlich an den Interessen der Jugendkulturen (Liebe, Freundschaft, Sexualität, Medien, Kosmetik, Mode) zu orientieren, um eine jugendtypische Zeitschrift zu entwerfen.⁸⁹

Dass insbesondere die Lebensberatung der Jugendzeitschriften die Identifikation der Leser mit einem Jugendmagazin erhöhen, ist in der Jugendsprachenforschung vielfach thematisiert.

⁸⁸ Anhand dieses Beispiels verdeutlicht sich abermals die Intention der Medien, deren Strategie es ist, sich möglichst nahe an den Jugendsubkulturen zu orientieren.

⁸⁹ Als Beispiel sei an dieser Stelle die Strategie der *BRAVO* genannt, die eine inhaltliche Leserbindung unter anderem insofern erreicht, als dass die Redakteure den Lesern das Gefühl geben ihren Stars ganz nahe zu sein, indem sie die abgebildeten Star-Reportagen stets mit einem personalisierten Kommentar schließen lassen. In diesem Kommentar stellt der verantwortliche Redakteur die Prominenten als ganz normale Menschen dar, mit dem sich die Leser persönlich identifizieren können. In der *BRAVO*-Ausgabe vom 17. Juni 2009 beendet die *BRAVO*-Redaktion ihre Reportage über die Sängerin Lady GaGa mit folgenden Worten: „Wie schön, dass sogar Lady GaGa ihr cooles Pokerface mal zu Hause lässt – wenn sie einfach nur verliebt ist...“ (*BRAVO* 26 (2009), S. 12). Die Mehrzahl der redaktionell verfassten Artikel und Reportagen in den Jugendzeitschriften sind kommentierend verfasst. Artikel, die sich inhaltlich mit Prominenten oder den Medien (der Musik- und Filmbranche) befassen, schließen fast ohne Ausnahme mit einem personalisierten Kommentar der Redaktion. Knoche/ Lindgens stellen fest, dass „zwei Drittel aller Artikel kommentierend geschrieben sind.“ (Manfred Knoche u. Monika Lindgens: *Erscheinungsbild und Inhaltsstruktur von Jugendzeitschriften. Ergebnisse einer systematischen Inhaltsanalyse*. Frankfurt a. M.: R.G. Fischer 1983 (= Beiträge zur Analyse der Jugendpresse 4), S. 145). Besteht keine präzise Trennung von Nachrichten und redaktionellen (Kommentar) und werbungsgebundenen Inhalten spricht Koch nicht mehr von Information, sondern von Propaganda: Zur Kategorie ‚Propaganda‘ rechnen wir alle Stil- und Ausdrucksmittel, die meinungsbeeinflussende, ‚omnibus‘ – Charakterzüge haben, d.h. vieldeutig interpretiert werden können. Insbesondere typische Stilformen sind [...] Sex-Protokolle, phantasiebetonte Kurzgeschichten, Foto-Love-Stories, (Fortsetzungs-) Romane, und persönlich ‚gefärbte‘ Reportagen. [...] (Koch (1978): S. 31.).

Kommerell sieht insbesondere in den bereits angesprochenen Beratungsforen der Jugendzeitschriften eine effektive Strategie der Redaktionen, Leser an die eigene Zeitschrift zu binden:

Ratgeberrubriken, die sich aus Leserzuschriften und –fragen speisen, sind in Kinder- und Jugendmedien ein wirkungsvolles Mittel der Leserbindung. In den Ratgeberubriken findet sich der Leser mit seinem Anliegen wieder. Er findet sich womöglich in den Zuschriften anderer und sieht sich und Gleichgesinnte aufgehoben und ernst genommen.⁹⁰

Jedoch binden die kommerziellen Jugendzeitschriften den Leser nicht durch einen engagierten Leserservice der Redaktion an eine Zeitschrift, sondern erhalten durch letzteres wiederum wertvolle marktanalytische Daten über ihre Zielgruppe. Dass die Ratgeberrubriken der Jugendzeitschriften ebenfalls das Ziel verfolgen die Interessen, Sorgen und Ängste der Jugendlichen zu erkunden, um so die Jugendmagazine auf die Bedürfnisse der Jugendlichen abzustimmen (und ebenso indirekt natürlich auch den Absatz der eigenen Zeitschrift zu steigern), gibt die Mitarbeiterin Jutta Stiehler aus dem Dr.-Sommer-Team in einem Interview zu:

Über die Anfragen der Leser und den engen Kontakt in den Telefonsprechstunden und bei unseren Dr.-Sommer-Mobil-Aktionen in Schulen und Freizeiteinrichtungen haben wir einen einmaligen Einblick in die Seelenlage der Jugendlichen. Natürlich fließen diese Erfahrungen auch in die redaktionelle Aufbereitung von Themen aus der Lebenswelt der Leser ein.⁹¹

Ebenfalls sind die Jugendzeitschriften für viele Jugendlichen neben den Eltern, den Freunden und dem Sexualkundeunterricht eine wichtige Aufklärungsinstanz in der Pubertät. So stellt Jutta Stiehler aus dem Dr.-Sommer-Team der *BRAVO* fest:

Viele Anfragen, per E-Mail, Brief oder Telefon, beginnen mit den Worten „Ihr seid die Ersten oder einzigen, an die ich mich wenden kann...“. [...] Natürlich haben die Mädchen und Jungen ein Umfeld – Familie, Schule und Freunde. Aber oft ist es leichter, Fragen, die ihre Gefühlswelt betreffen, an eine neutrale, kompetente Stelle zu richten. [...] Die anonyme Beratungssituation bei Dr. Sommer macht es den Jugendlichen einfacher, ihre intimen Fragen zu stellen. Es ist ein riesiger Vertrauensbeweis, dessen wir uns auch bewusst sind.⁹²

Die Jugendzeitschriften werden so, ähnlich wie die Jugendsubkulturen, immer mehr zu einer pädagogischen Instanz neben Eltern und Institutionen (Schule, Kirche, Verbände etc.), die die

⁹⁰ Kommerell (2008): S. 199-200

⁹¹ Ebd.: S. 202

⁹² Ebd.: S. 202.

Jugendlichen über Liebe, Sexualität und Freundschaft informieren.⁹³⁹⁴ Jugendliche geben zwar an, einen Sexualkundeunterricht in der Schule besucht zu haben. Dennoch bemerkt Wenzel, dass es sich bei dem hier vermittelten Wissen meist ausschließlich um ein biologisch-anatomisches Faktenwissen handelt. Wenzel bemerkt, dass sich die Jugendlichen jedoch mehr für emotionale, soziale und rechtliche sexuelle Fragen interessieren und sich aus diesem Grund an die *BRAVO* wenden.⁹⁵ Den Jugendlichen ist es hier möglich persönliche Fragen an die Redaktionen der Jugendzeitschriften (Dr.-Sommer-Sprechstunde (*BRAVO*), Körper & Seele und Liebe & Sex (*Bravo Girl!*) Frag Gabi (*Mädchen*)) schicken zu können. Die Jugendzeitschriften schaffen es daher, sich näher an den wirklichen Interessen der Jugendlichen zu orientieren als Lehrer und Eltern: „Mehr als Fernsehen und Radio sind es also die Zeitschriften, die [...] in kommerziellem Gewande, wichtige pädagogische Aufgaben übernehmen!“⁹⁶ Braun weist kritisch auf diese bedenklichen Entwicklungstendenzen der Gegenwart hin, indem er fragt: „Sowohl Lehrer als auch Eltern müssen sich hier die Frage stellen: warum fragen die Jugendlichen nicht zu Hause die Eltern oder in der Schule die Lehrer? Warum suchen sie die Lösung ihrer Probleme und die Vorbilder für ihr Handeln bei BRAVO?“⁹⁷

Es wird deutlich, inwiefern die Medien, hier am Beispiel der Jugendzeitschriften (Die *BRAVO* noch intensiver als die *Bravo Girl!* und *Mädchen*) den Leser inhaltlich und visuell ansprechen und so die Jugendlichen in ihrer Identifikation mit der jeweiligen Zeitschrift beeinflusst werden. Damit ein Jugendlicher eine Jugendzeitschrift kauft, müssen also die

⁹³ Vgl. Baacke (1994): S. 186.

⁹⁴ Unter Punkt 2.2. ist bereits angesprochen worden, dass die zunehmende Medialisierung des Alltags immer mehr die ursprünglichen, jugendlichen Identifikationsobjekte der Familien, Kirchengemeinden, Vereinen und Parteien zugunsten der Populärkultur verdrängt.

⁹⁵ Vgl. Susanne Wenzel: Sexuelle Fragen und Probleme Jugendlicher. Dargestellt an den Leserbriefen Jugendlicher in der Zeitschrift ‚BRAVO‘ (1968-1987). Frankfurt a. Main/ Bern/ New York u.a.: Lang 1990 (= Studien zur Sexualpädagogik 6), S. 44-45.

⁹⁶ Baacke (1994): S. 186.

⁹⁷ Joachim Braun: Die Jugendzeitschrift BRAVO aus der Sicht von Schülern und Lehrern. In: Knoll, Joachim H. u. Rudolf Stefen: Pro und Contra BRAVO. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 1978 (= Schriftenreihe der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften), S. 130.

angesprochenen Themen in der Ausgabe die Inhalte widerspiegeln, die auch in der jugendlichen Entwicklungsphase von Relevanz sind. Es ist deutlich geworden, dass eine enge Wechselwirkung, wie sie bereits zwischen der Musikbranche (dem deutschen Hip Hop) und den Jugendkulturen beschrieben wurde, auch im Hinblick auf die deutsche Jugendpresse und die heutige Jugend feststellbar ist. Die Intention der Jugendpresse sich möglichst nahe an den Jugendsubkulturen zu orientieren, beschränkt sich nicht auf die inhaltliche und visuelle Ebene.

Im Rahmen dieser Arbeit soll der Fokus auf der medial stilisierten Jugendsprache in den Jugendzeitschriften liegen.⁹⁸ Einerseits geben die Jugendzeitschriften den Jugendlichen nicht nur durch ihre Inhalte, sondern auch in ihrer Adaption des Jugendjargons die Möglichkeit zur Identifikation mit „ihrer“ Zeitschrift. So stellt Peter Ortmann richtig fest: „Redaktioneller wie Anzeigenteil [der kommerziellen Jugendzeitschriften] sind in Sprache und in psychologischer Einfühlung auf ein jugendliches Publikum zugeschnitten.“⁹⁹ Die Redakteure partizipieren indirekt aus werbestrategischen Gründen an den Jugendkulturen, indem sie sich Hintergrundwissen der einzelnen Jugendkulturen aneignen, um authentisch zu erscheinen. Teil dieses Aneignungsprozesses ist die bewusste Verwendung von jugendspezifischem Vokabular in den einzelnen Jugendzeitschriften. Ehmann sieht in dem Verhalten der Redakteure nicht nur eine Adaption der Jugendsprache, sondern sogar deren systematische Kreation:

In diesen ‚Jugendzeitschriften‘ wird nicht in erster Linie Jugendsprache ‚wiedergegeben‘ oder ‚nachgemacht‘, sondern ‚gemacht‘, indem Denkmuster und Verhaltensschemata für den ‚normalen Jugendlichen von heute‘ (wie er in den Köpfen der Zeitungsmacher existiert) systematisch aufgebaut werden.¹⁰⁰

⁹⁸ Dass die Redaktionen der Jugendzeitschriften die Sprache der Jugend aufgreifen und in den einzelnen Ausgaben zahlreich publizieren, wird in der Jugendforschung zwar teilweise erwähnt, wird jedoch im Vergleich zu der inhaltlichen und visuellen Beeinflussung der Jugendlichen durch die Jugendpresse in der Forschung weniger beachtet.

⁹⁹ Peter Ortmann: Jugendzeitschriften und Pop-Musik. Aussagenanalyse des Musikeils von Jugendzeitschriften. Berlin: Verlag Volker Spiess 1982 (= Hochschul-Skripten: Medien 23).

¹⁰⁰ Ehmann (1992), S. 111.

Kommerell veröffentlicht eine Checkliste mit Handlungsanweisungen für Journalisten nach denen Jugendliche in Printmedien angesprochen werden können.¹⁰¹ Einige dieser Strategien lassen sich auf die Jugendzeitschriften anwenden: Kommerell sieht eine wesentliche Strategien die Zielgruppe der jungen Leser zu erreichen in der Verwendung von sprachlicher Simplifikation in der Jugendpresse: „Wo ein erwachsener Leser bildungslastigen Edelfedern oder eitlen Jargon-Schreibern gegenüber noch eine Weile tolerant weiterliest, verliert ein junger Leser sekundenschnell das Interesse, wenn er ein Wort nicht versteht oder nicht weiß, worum es eigentlich geht.“¹⁰² Die Redakteure der Jugendzeitschriften *BRAVO*, *Mädchen* und *Bravo Girl!* folgen nicht nur insofern Kommerells Rat, als dass sie eine einfachere Sprache (in Lexik und Syntax) verwenden, sondern indem sie sich direkt an der Jugendsprache orientieren und gezielt bekannte Wörter, Phrasen und Satzstrukturen der Jugendlichen aufgreifen. Schelo beschreibt, die Kommunikation (in Leserbriefen) zwischen dem jugendlichen Rezipienten und dem erwachsenen Redakteur als in Alter, Ausbildung, Gruppenzugehörigkeit und Zeitpunkt der Kommunikation verschieden.¹⁰³ Aus der Kommunikationstheorie allgemein bekannt ist, dass Kommunikation umso erfolgreicher ist, desto störungsfreier der Kanal ist. Schelo deutet daher die sprachliche Adaption der Jugendsprache durch die Redakteure von Jugendzeitschriften wie folgt:

Diesem Punkt der Analyse liegt die Annahme zugrunde, daß gehäufte Ungleichheiten zwischen Briefschreiber und -beantworter z.B. was Alter, Ausbildung und Zeitpunkt der Kommunikation, Gruppenzugehörigkeit u.a. betrifft, in verstärktem Maße zu textlichen Angleichungen führen muß, damit die Kommunikation die intendierte Wirkung erzielt.¹⁰⁴

Andererseits lässt sich jedoch auch eine Wirkung der Jugendpresse zurück auf die Jugendsubkulturen feststellen. Nowotnick beschreibt die Jugendkultur als einen Zusammenschluss aus einerseits von der Kulturindustrie angebotenen Werbeprodukten wie

¹⁰¹ Kommerell (2008): S. 109-112.

¹⁰² Ebd.: S. 125.

¹⁰³ Vgl. Marie Dorothee Schelo: Lebenshilferubriken in anglo-amerikanischen und deutschen Jugendzeitschriften. Inhalte, Aufbau und Sprache. Eine vergleichende Analyse. Frankfurt a. Main: R. G. Fischer 1982, S. 30.

¹⁰⁴ Ebd.: S. 30.

Mode, Kosmetik und Medienprodukten wie der Musik und dem Starkult sowie andererseits persönlichen Elementen der einzelnen Jugendsubkulturen.¹⁰⁵

Wesentlich ist, dass durch die enge Wechselbeziehung zwischen den Medien und der Jugendkultur und der Macht der Medien folgendes Phänomen, so Nowottnick, gegenwärtig entstehe:

Subkultur und Kulturindustrie treten in ein spannungsreiches Wechselverhältnis: Subkulturelle Stilelemente werden teilweise vermarktet zu einer industriell erzeugten Jugendkultur [...] Diese geglättete Jugendkultur wird aus verkaufsstrategischen Gründen auf einen möglichst großen Teil ‚der Jugend‘ zugeschnitten, so daß hier vorübergehend das Bild einer relativ einheitlichen Gruppe Jugend entstehen kann.¹⁰⁶

Im Hinblick auf die Jugendpresse gestaltet sich dieser Prozess ähnlich wie in der Musikbranche. Der Jugendjargon der einzelnen Jugendsubkulturen wird von den Redaktionen stilisiert und verbreitet. Bereits die Auswahl von jugendlichen Szenewörtern, die die Redakteure adaptieren und mehrfach abdrucken, beeinflusst die Jugendsprache insofern, als dass die Magazine deutschlandweit für viele Jugendliche eine Vorbildfunktion haben. Indem die Redakteure unter anderem Jugendlichen in den Foto-Love-Stories jugendtypische Reizwörter in den Mund legen sowie ausgewählte Leserbriefe und Beiträge ihrer Leser abdrucken, besitzen sie einen großen Einfluss auf die Auswahl und Stereotypisierung der Jugendsprache. Die Aussage Jakobs bei der in den Medien verwendeten Jugendsprache handle es sich um eine stilisierte Gesamtjugendsprache ist demnach auch auf die Jugendpresse übertragbar: „Indem die Jugendsprache millionenfach von Werbung, Zeitschriften- oder Buchindustrie, Rundfunk- oder Filmindustrie eingesetzt wird, verbreitet sie sich nicht nur in Gesamtdeutschland, sondern wird auch aus verkaufsstrategischen Gründen standardisiert.“¹⁰⁷ Diese These Jakobs findet sich in der Jugendforschung bestätigt durch die Psychologen und Psychoanalytiker Bruder/ Bruder: „Die Industrie greift

¹⁰⁵ Vgl. Marlies Nowottnick: Jugend, Sprache und Medien. Untersuchungen von Rundfunksendungen für Jugendliche. Berlin/ New York: de Gruyter 1989, S. 26.

¹⁰⁶ Ebd.: S. 26.

¹⁰⁷ Vgl. Jakob (1988): S. 332.

Bedürfnisse, Trends und Stile der Jugendlichen auf, diese werden durch Medien ‚kanalisiert‘ und verbreitet, verlieren dabei einen Teil ihrer ursprünglichen Aussagekraft.“¹⁰⁸ Durch die deutschlandweite Verbreitung und Kommerzialisierung eines ausgewählten, modischen und aus kommerziellen Gründen „In“ klingenden Jugendjargons durch die Jugendpresse wird dieser zu einer vereinheitlichten, gesamtdeutschen Jugendsprache stilisiert: „Jugendkultur erhält damit überregionale, sogar internationale Reichweite: Weltweit können Jugendliche durch Konsum von Gütern und Medienprodukten Mitglieder ‚der Jugend‘ werden.“¹⁰⁹

Anhand der folgenden sprachlichen Analyse von ausgewählten deutschen Hip Hop-Songtexten und Jugendzeitschriften wird nicht nur deutlich werden, dass die Jugendsprache in den Jugendmedien sehr produktiv verwendet wird, sondern ebenfalls, dass sich der in der jugendspezifischen Musikbranche sowie der Jugendpresse verwendete jugendsprachliche Jargon überschneidet. Überregional ist demnach von einer durch die Medien stilisierten gesamtdeutschen Jugendsprache zu sprechen.

¹⁰⁸ Vgl. Almuth Bruder und Klaus-Jürgen Bruder: *Jugend. Psychologie einer Kultur*. München/ Wien: Urban & Schwarzenberg 1984, S. 20.

¹⁰⁹ Nowotnick (1989): S. 27

KAPITEL 4

ANALYSE GESAMTJUGENDSPRACHLICHER MERKMALE IN AUSGEWÄHLTEN SONGTEXTEN DES DEUTSCHEN HIP HOP

Der deutsche Hip Hop

Wie bereits angedeutet, existiert ein einheitlicher Gesamtwortschatz der Jugendsprache, der sich unter anderem literatursprachlich in der Musikkultur der Jugend widerspiegelt. Im Folgenden soll dargestellt werden, dass sich in Songtexten des deutschen Hip Hop typische, überregionale Ausdrucksformen der Jugendlichen finden lassen. Songtexte des Hip Hop werden zu einer sprachlichen Analyse herangezogen, da es sich bei dem deutschen Hip Hop um eine junge Musikrichtung der 1990er Jahre (berühmt wurde der deutsche Hip Hop vor allem um die Jahrhundertwende) handelt. Dieses Faktum deutet nicht generell auf eine jugendliche Zielgruppe hin, erhöht jedoch die Wahrscheinlichkeit, dass die heutige Jugend mit dieser Musikrichtung aufgewachsen ist. Der Hip Hop ist als Jugendsubkultur zu bezeichnen, die sich gegenüber der Gesellschaft und den Medien offen zeigt. Entstanden aus der jamaikanischen Tradition des *Toasting*¹¹⁰ und populär geworden in den 70er Jahren durch die Block Parties auf den Straßen der South Bronx in New York gewann der Hip Hop international erst an Erfolg, als er sich von seinen ursprünglichen Inhalten lossagte und sich mit der Fokussierung auf die Rapmusik der Kommerzialisierung durch die Musikbranche öffnete¹¹¹: So „ermöglichte erst die Trennung des *HipHop-Stils* von seinen sozialen

¹¹⁰ Als *Toasting* wird ein mit dem Rap eng verwandter Sprechgesang bezeichnet.

¹¹¹ Rap-Musik und Hip Hop entstanden in den 1970er Jahren in New York als Resultat der Fusion verschiedener afro- und hispanisch-amerikanischen Traditionen. Die Geschichte des deutschen Hip Hop geht zurück in die 1980er Jahre. Zu dieser Zeit entstanden bereits die populären Aspekte des Hip Hop wie Graffiti und Breakdancing in Deutschland. Obwohl die ersten Rap-Produktionen ebenfalls bis in die 1980er Jahre zurückgehen, war es jedoch die Band *Die Fantastischen Vier*, die den *Deutschen Sprechgesang* seit 1992 berühmt machten. Die ersten Informationen über Hip Hop erreichten Deutschland in Form der beiden Filme *Wild Style* (1982) und *Beat Street* (1984) von Charlie Ahearn und produziert von Harry Belafonte. Beide Filme stellen dar, dass es sich bei Hip Hop um mehr als nur die Rap-Musik, sondern um eine Straßenkultur der afro- und hispanischen-amerikanischen Jugend handelt. Definiert ist Hip Hop wie folgt: „Hip Hop culture is defined as a movement which is expressed

Zusammenhängen und Textbotschaften zugunsten sinnentleerter Gesten und Lyrics den kommerziellen Durchbruch des HipHop bzw. Rap zur derzeit mit Abstand erfolgreichsten Musikkultur unter den 13- bis 18jährigen“¹¹².

Auch Elflein beschreibt die Entwicklung des deutschen Hip Hop ähnlich. Der Titel der ersten Hip Hop-CD, die deutschen Rap beinhaltet, *Krauts with Attitude*, referiere, so Elflein, auf die kalifornische Band *Niggaz with Attitude*, die aufgrund ihrer direkten Liedtexte (z.B. *Fuck the Police*) eine der kontroversen Hip Hop Bands der 90er Jahre zu nennen ist. Elflein bemerkt somit, dass sich der deutsche Hip Hop in seiner Entstehungsphase noch stark an dem amerikanischen Vorbild des „subcultural discourse of dissidence“¹¹³ orientiert habe. Der Terminus „dissidence“ impliziert Folgendes: „dissidence means the construction of a world-wide community of all those who are deprived of power – regardless of their social, political and economic differences“¹¹⁴. Diese Intention des amerikanischen Hip Hop wird von den deutschen Rappern zunächst aus Interesse oder mit der Absicht reale Lebenserfahrungen

through various artistic mediums which we call "elements". The main elements are known as MC'ing (Rapping), DJ'ing, WRITING (Aerosol Art), SEVERAL DANCE FORMS (which include Breaking, Up-Rocking, Popping, and Locking) and the element which holds the rest together: KNOWLEDGE.” [Herv. d. Verf.] (Afrika Bambaataa & The Universal Zulu Nation, <http://www.jayquan.com/zulunews.htm>, aufgerufen am 12. Juli 2009.). Im Folgenden seien diese Elemente des Hip Hop näher erläutert: Interessant ist die aus Jamaika stammende Tradition der mobilen Diskothek (bekannter unter dem Begriff des „sound system“), die bei dem DJ'ing verwendet werden. Sie ermöglichen die Kreation eines innovativen Musikstils, bei dem zwei „turntables“ gleichzeitig verwendet und so bereits existierenden Songs oder Rhythmen übereinander gelegt werden, um neue Musik zu produzieren. Diese so entstehenden „breakbeats“ werden als Hintergrundmusik für die Raps, ein sich reimendes und rhythmisches Rezitativ, welcher in der afro-amerikanischen Tradition des Toastings steht, der Hip Hopper verwendet. Auch das Entstehen der Graffiti-Kunst ist als Teil der Hip Hop-Kultur anzusehen. (Siehe hierzu Thomas Northoff: Lautloses Singen: LiedGraffiti. In: Lied und populäre Kultur 47. Bremen: Deutsches Volksliedarchiv 2002, S. 171-200.). Interessant ist, dass die Musikrichtung des amerikanischen Hip Hop in Deutschland nicht nur durch Filme und Schallplatten bekannt wurde, sondern vor allem auch durch die in den 80er Jahren in Deutschland stationierten amerikanischen Soldaten. Als Beispiel sei der New-Yorker B-Boy *Rico* genannt, der im Zuge seines Militärdienstes der US-Army Anfang der 1980er Jahre nach Frankfurt (eine der ältesten Hip Hop-Szenen Deutschlands) kam und bis heute als einer der wichtigsten Förderer der Hip Hop-Kultur gilt. Seit Beginn der 90er Jahre begannen sich die Medien und die Musikindustrie immer mehr für die Bewegung des Hip Hop zu interessieren. 1991 erscheint die erste CD, die deutsche Hip Hop Songs enthielt (*Krauts with Attitude – German Hip Hop Vol. 1*). Drei von fünfzehn Songs dieser CD sind in deutscher Sprache gerappt (u.a. von den *Fantastischen Vier*). Als die gegenwärtig wichtigsten Hip Hop-Zentren Deutschlands gelten Hamburg, Berlin und Stuttgart.

¹¹² Klaus Farin: Jugend(sub)kulturen heute. In: Neuland (2003): S. 75.

¹¹³ Dietmar Elflein: "From Krauts with Attitudes to Turks with Attitudes: Some Aspects of Hip Hop History in Germany." In: Popular Music 3 (Oct., 1998), Vol. 17, S. 258.

¹¹⁴ Ebd.: S. 258.

niederzuschreiben adaptiert.¹¹⁵ Seit der Publikation dieser CD, die den Beginn des deutschen Hip Hop in Deutschland markiert, mutierte der Begriff des deutschen Hip Hop immer mehr zu dem Terminus „Neuer Deutscher Sprechgesang“. Diese neue Benennung des Hip Hop, die sich mit dem Erfolg der deutschen Band *Die Fantastischen Vier* einstellte, reduzierte den deutschen Hip Hop immer mehr zu einem ausschließlichen Musikstil, so Elflein.¹¹⁶ Jacob beschreibt diese Entwicklung ebenso wie folgt: „The groups marketed in this way did not really know what to do with hip hop verse. They were more or less aware of the fact that they participated in a national tradition of Germans who in imitating exotic cultures, no matter how perfectly, reduce them to carnival. The aim becomes simply commercial success.“¹¹⁷ Die Reduktion des Hip Hop zu einem ausschließlichen Musikstil mache diesen absatzfähiger für die Mainstream Musikindustrie, so Elflein.¹¹⁸ Auch Stapleton beschreibt die europäische Entwicklung des Hip Hop ähnlich. In den letzten 20 Jahren sei die Entwicklung der europäischen Rap-Musik zu bezeichnen als „from the margins to mainstream“¹¹⁹.

Ob es sich bei den Lyrics der Rapper tatsächlich um sinnentleerte Botschaften handelt, wie Farin es nennt, ist dennoch zu bezweifeln. So zeichnen sich gerade die Vorreiter des deutschen Hip Hop *Die Fantastischen Vier* durch ihre anspruchsvollen und intelligenten Songtexte aus. So bezeichnet die Zeitschrift *Der Spiegel* die Musik von *Die Fantastischen Vier* 1999 als „guter alter Fanta 4-Sound, witzig, intelligent, stilübergreifend“¹²⁰. Dennoch gilt zu beachten, dass auch wenn deutsche Rapper aus ihrer privaten Lebensgeschichte berichten, wie z.B. *Bushido*, sie dennoch überwiegend der deutschen Mittelklasse

¹¹⁵ Elflein beschreibt dieses mögliche Interesse der deutschen Hip Hopper wie folgt: „that is, of a white male youngster, living in a western metropolis, who does not believe in political engagement any more, but still feels obliged to feel solidarity with the oppressed of the world“ (Ebd.: S. 258).

¹¹⁶ Vgl. ebd.: S. 258- 259.

¹¹⁷ Günther Jacob: *Agit Pop – Schwarze Musik und Weiße Hörer. Texte zu Rassismus und Nationalismus, HipHop und Raggamuffin*. Berlin/ Amsterdam: Edition ID-Archiv 1993, S. 214.

¹¹⁸ Vgl. Elflein (1998): S. 259.

¹¹⁹ Katina Stapleton: „From the margins to mainstream: The political power of Hip Hop“. In: *Media, Culture and Society* 20 (1998), S.219.

¹²⁰ Fiete Stegers: *Mfg von der Popstarwerdung*, <http://www.spiegel.de/kultur/musik/0,1518,25588,00.html>, aufgerufen am 19. Juni 2009.

entstammen. So ist *Bushido* nicht im Ghetto von L.A. oder der South Bronx in New York aufgewachsen, sondern in Berlin-Tempelhof. In einem Interview mit der Berliner Morgenpost hatte *Bushido* auf die Frage, „Für Rap braucht es die harte Straße. Gibt es die in Tempelhof?“, folgende Antwort:

In Tempelhof nicht. Ich bin froh, in einer ruhigen, sauberen Gegend zu wohnen, wo es keine Schießereien gibt und meine Mutter in Frieden leben kann. Ich genieße die Privatsphäre dort und die saubere Luft. Aber Berlin ist Ghetto. Hier bekommst du am schnellsten was auf die Schnauze, wird dir Geld geklaut oder deine Mutter beleidigt.¹²¹

Jedoch ist *Bushido* und den deutschen Hip Hoppern im Allgemeinen Authentizität nicht abzusprechen. So erzählt der deutsche Rapper *Bushido* aus seinem persönlichen Leben, das sich durch Drogen, Sex und Kriminalität auszeichnet. Mit dem Fokus auf die Rapmusik und der Offenheit gegenüber der Musikindustrie ist der Hip Hop heute nicht mehr als eine kleine subkulturelle Szene von Rappern mit sozialen Problemen in der South Bronx in New York zu bezeichnen, sondern wurde zu einer der „Mainstream-Fun-Kulturen“¹²², die stark von den Medien inszeniert ist und die „offen und durchlässig für die sogenannten Szene-Surfer, also für den Haupttypus des postmodernen Jugendlichen [ist], der sich nicht festlegen lassen will, der eigentlich immer unterwegs ist, der mehrere Heimaten gleichzeitig hat, der Gegensätze virtuos unter einen Identitätshut bringt, der mehrere Szenecodes beherrscht und damit z.B. am Montag Snowboarder, am Dienstag Techno-Freak, am Mittwoch Computerspieler und am Sonntag Junger Christ sein kann“¹²³.

Diese Aussage über den Hip Hop ist eine allgemeine zu nennen und mit dem Bewusstsein formuliert, dass innerhalb dieser Jugendsubkultur zwischen jenen zu unterscheiden ist, „die nur eine Zeitlang als Trittbrettfahrer mitreisen wollen, und denen, für

¹²¹ Berliner Morgenpost: Berlin ist Ghetto – nur nicht in Tempelhof, http://www.morgenpost.de/printarchiv/kultur/article260728/Berlin_ist_Ghetto_nur_nicht_in_Tempelhof.html, aufgerufen am 20. Juni 2009.

¹²² Bernhard Heinzlmaier u. Beate Großegger, Manfred Zenter (Hg.): Jugendmarketing: Setzen Sie Ihre Produkte in Szene. Wien/ Frankfurt a. M. 1999, S. 36.

¹²³ Ebd.: S. 36-37.

die das Leben im Netzwerk ihrer Jugendkultur zum ‚way of life‘ geworden ist¹²⁴. Dennoch teilen diese mediale und soziale Offenheit des Hip Hop andere gegenwärtig kleine, subkulturelle Jugendszenen, wie die Skinheads, die Satanisten oder die Atomkraftgegner, deren Szene der Durchschnittsjugendliche nur durch politische Überzeugung oder Übernahme gewisser Rituale angehörig werden und zwischen denen er nicht von Tag zu Tag wechseln kann, nicht.¹²⁵ Farin fasst diesen Sachverhalt treffend wie folgt zusammen: „Dieser lukrative Transfer eines subkulturellen Stils in Konfektionsware für (fast) alle gelingt nur, wenn zentrale Elemente und soziale Kontexte des ursprünglichen Stils ausgetilgt oder verwässert werden können, gleichzeitig aber die ‚street credibility‘, der Duft der ‚Authentizität‘, dabei nicht völlig verloren geht.“¹²⁶ Interessant ist, dass sich die bisher dargelegte Entwicklung des deutschen Hip Hop, der erst an Popularität in Deutschland gewann, als er sich gegenüber den Medien öffnete und zum Mainstream wurde, von dem Kommunikationswissenschaftler James Lull¹²⁷ als eine typische Adaption einer neuen Kultur bezeichnet wird. Lull geht davon aus, dass es sich bei der Adaption einer Kultur in eine neue Gesellschaft um einen komplexen Prozess handelt, der drei Phasen beinhaltet: *Transculturation*, *hybridization* und *indigenization*.¹²⁸ Nach Lull ist unter der ersten Phase, der *Transculturation*, ein Prozess zu verstehen „in which cultural forms literally move through time and space where they interact with other cultural forms, influence each other, and produce new forms“¹²⁹. Androutsopoulos beschreibt diesen Vorgang der Adaption anhand des Beispiels des amerikanischen Hip Hop in den 1980er Jahren in die deutsche Kultur: “Indeed, this has been the case with the international spread of rap as well: during the 1980s a whole range of media genres (records, films, video clips, magazines, etc.) delivered essential impulses for the spread of hip hop

¹²⁴ Klaus Farin: Jugend(sub)kulturen heute. In Neuland (2003): S. 77.

¹²⁵ Vgl. Heinzlmaier (1999): S. 36-37.

¹²⁶ Klaus Farin: Jugend(sub)kulturen heute. In: Neuland (2003): S. 75

¹²⁷ James Lull ist Professor Emeritus of Communication Studies an der San Jose State University California.

¹²⁸ Vgl. James Lull: Media, Communication, Culture. A Global Approach. Cambridge: Polity Press 1995, S. 145-164.

¹²⁹ Ebd.: S. 153.

culture among young people in Europe.”¹³⁰ Der Prozess der *Transculturation* ist demnach als ein vordringlich durch die Medien unterstützter Vorgang anzusehen.¹³¹ Bei dem Vorgang der *Hybridization* handelt es sich um das Aufeinandertreffen der neuen Kultur (in diesem Beispiel des amerikanischen Hip Hop) auf die bereits vorhandene Kultur (die deutsche Musikszene). Lull nennt selbst das Beispiel der europäischen Rap-Musik, die sich mit der lokalen Pop-Musik vermischte.¹³² Die dritte und letzte Phase Lulls, die *Indigenization*, „means that the imported cultural form take on local features“¹³³. Androutsopoulos beschreibt inwiefern diese dritte Phase Lulls auf die Adaption des amerikanischen Hip Hop in die deutsche Kultur in den 80/90er Jahren angewendet werden kann:

Such claims of indigenization do not necessarily mean that the model role of U.S. rap is rejected altogether. However, they clearly indicate that participants are engaging in a symbolic struggle for cultural autonomy, whereby simple imitation of the ‘mother’ culture is rejected in favor of a creative integration of rap into the host culture.¹³⁴

Androutsopoulos stellt daher fest, dass der amerikanische Gangsta Rap in Deutschland nicht dieselbe Form annehmen kann wie in Amerika, da „the living conditions reflected in gangsta rap hardly have a direct equivalent in the lives of European rap artists and fans“¹³⁵. Da die sozialen Verhältnisse in jedem Land unterschiedlich sind, unterscheidet sich der Rap, der soziale Missstände sprachlich anklagt, natürlich von Land zu Land: „While European rap artists may listen to (and look up to) U. S. gangsta rap, their own lyrics are expected to represent their own social environment.“¹³⁶ Die soziale und mediale Offenheit ist demnach als Charakteristikum des deutschen Hip Hop anzusehen, welches den deutschen Sprechgesang unabhängig von seinem amerikanischen Vorbild auszeichnet und berühmt machte. Nur indem sich der deutsche Hip Hop von seinem amerikanischen Vorbild lossagte

¹³⁰ Jannis Androutsopoulos, Arno Scholz: Spaghetti Funk: Appropriations of Hip Hop Culture and Rap Music in Europe. In: *Popular Music and Society* 4, Vol. 26 (2003), S. 467-468.

¹³¹ Vgl. ebd.: S. 468.

¹³² Vgl. Lull (1995): S. 155.

¹³³ Ebd.: S. 155-156.

¹³⁴ Vgl. Androutsopoulos (2003): S. 468.

¹³⁵ Ebd.: S. 472.

¹³⁶ Ebd.: S. 472.

und eigene Merkmale ausbildete, konnte er sich unabhängig entwickeln: „Being a local representative of a global cultural discourse is [...] fundamental to European rappers’ self-understanding and discursive action.“¹³⁷

Jedoch nicht nur die soziale und mediale Offenheit des Hip Hop spricht viele Jugendliche an. Ebenfalls handelt es sich bei den Themen des Hip Hop vor allem um solche, die vordergründig die Jugend bewegt: Sozialkritik, die Frage nach Gerechtigkeit, die Thematisierung von Gefühlen, Sexualität, Freundschaft, Liebe, das Sprechen über Musik- und Drogenerlebnisse, Krisen und Konflikte (Generationenkonflikt, Fremdenfeindlichkeit etc.), Gewalt und Kleinkriminalität. Auch ist der Hip Hop nicht nur als Musikrichtung, sondern ebenfalls als Lifestyle zu bezeichnen, an dessen Werten sich die Jugendlichen orientieren. Ideale des Hip Hop wie Männlichkeit, Respekt und Ehre dienen den Jugendlichen als Identifikationsobjekte. Das Ziel des Hip Hop ist es, sich als Künstler durch die Kreation eines individuell eigenen Rapstils einen Ruf zu erwerben.¹³⁸ Teil der jugendlichen Identitätsfindung ist die Suche nach Anerkennung und die Positionierung des Selbst in der Gesellschaft. Hip Hop gibt den Jugendlichen nicht nur die Chance sich an bereits gesellschaftlich respektierten und anerkannten Idolen zu orientieren, sondern erinnert ebenso in seiner eigenen Zielsetzung an die Ideale der Jugendgeneration. Dieses Ideal des Hip Hop geht ebenso aus folgenden Imperativen hervor: „Be real, stay original!“. Seinen eigenen Stil zu verwirklichen und sich seiner Individualität und in seinen Idealen treu bleiben sind als die Kernprinzipien des Hip Hop zu bezeichnen. Der originelle Raptext ist dem Hip Hopper ebenso Ausdruck seiner Identität wie es die Jugendsprache dem Jugendlichen ist. Auch ist der Aspekt der Kreativität in dem Musikjargon des Hip Hop sowie in der Jugendsprache von Bedeutung. Hip Hopper vertreten das Ideal Kleinkriminalität und vor allem Gewalt

¹³⁷ Ebd.: S. 476.

¹³⁸ Ruhm und Ehre kann in der Hip Hop Szene natürlich auch auf anderem Wege erworben werden (z.B. indem der Künstler seine Tags als Graffiti-Kunstwerk auf Hauswänden, U-Bahnscheiben oder anderen öffentlichen Plätzen oder Bauwerken publiziert).

abzulehnen und stattdessen ihre Kreativität und Innovation einzusetzen, um zu Ruhm und Anerkennung zu gelangen. Nicht nur Ruhm und Anerkennung, sondern auch die Coolness und der Fun, die von den Hip Hoppern ausgeht, schätzen die Jugendlichen an den Rappern und verwirklichen und leben diese ebenso selbst in ihrer Jugendkultur. So dient den Jugendlichen ebenfalls die Kreativität ihrer Sprache dazu ihre Identität und Zugehörigkeit zu einer Jugendkultur zu äußern. Die aktive Partizipation und Integration in eine Gruppierung ist ebenfalls nicht nur wesentliches Element der Jugendkultur, sondern auch des Hip Hop. So werden die großen Hip Hop-Parties als Jams bezeichnet, auf denen nicht nur die Künstler, sondern auch die Fans auf die Bühne kommen dürfen und sich im rappen, sampeln und scratchen beweisen können.¹³⁹ Die aktive Teilnahme und Identifikation mit einer Gruppierung ist in der Musikbewegung des Hip Hop demnach genauso angelegt, wie es an die Intention der Jugendlichen erinnert sich einer Jugendkultur anzuschließen.

Die ursprüngliche Intention der Musikbewegung des Hip Hop vertritt daher bereits Ideale und Zielsetzungen, die an die Ideale der Jugendkultur erinnern. Natürlich ist der Hip Hop aufgrund seiner Extension von einer ausschließlichen Musikrichtung zu einer Bewegung mit eigenen Werten und Zielen nun gegenwärtig selbst eine Jugendkultur zu nennen, die sich großer Popularität in Deutschland erfreut: Hip Hop zählt heute unter den Jugendlichen zu der populärsten Musikrichtung. Dennoch eignet sich der Hip Hop nicht nur aufgrund seiner Popularität unter Jugendlichen, sondern vor allem auf Grund seiner sozialen und medialen Offenheit für eine sprachliche Analyse der Jugendsprache im Rahmen dieser Arbeit.

¹³⁹ Als Sampling wird eine Art des Musik machens verstanden bei der ein Teil einer Ton- oder Musikaufnahme in einem neuen musikalischen Kontext verwendet wird. Unter Scratchen wird die Erzeugung von Tönen durch rhythmisches Hin- und Herbewegen einer laufenden Schallplatte auf einem Schallplattenspieler bei aufgelegter Nadel verstanden.

Lexik

Der deutsche Hip Hop zeichnet sich vor allem durch seine beeindruckend innovative, jugendspezifische und sprachstilistische Wortgewalt aus, mit der Rapper gegenseitig aufeinander Bezug nehmen und in so genannten „Battles“ gegeneinander antreten. Die Sprache hat in den Jugendsubkulturen im Allgemeinen sowie in der Musikbranche des Hip Hop im Speziellen eine zentrale Bedeutung.

Vor allem auf der Ebene der Lexik lassen sich die charakteristischen Merkmale der Jugendsprache im Hip Hop herausstellen. Der jugendsprachliche Wortschatz zeichnet sich durch die Wortbildungsproduktivität der einzelnen jugendtypischen Wörter aus. So werden, nach Androutsopoulos, produktive Wörter der Jugendsprache vielfach variiert und finden in verschiedenen Funktionen in der Sprache der Jugendlichen ihre Anwendung. So werden z.B. in der Jugendsprache Wortbildungsmodelle auf weitere Beispiele übertragen: aus „So’n Scheiß“ wird „So’n Fuck“. Ebenfalls besitzt die Jugendsprache einen spezifischen Wortschatz, der sich von der Standardsprache unterscheidet. Begriffe wie After Party beschränken sich auf das Interessengebiet der Jugendlichen und werden daher auch vordringlich von ihnen verwendet. Wie bereits angedeutet, lassen sich ebenso zahlreiche Bedeutungsveränderungen des Standards in der Jugendsprache nachweisen (so ist mit einer *Tüte* in der Jugendsprache z.B. eine Haschischzigarette und kein Plastikbehälter gemeint).¹⁴⁰ Wertadjektive gelten als einer „der wichtigsten Bereiche des jugendlichen Wortschatzes“¹⁴¹: „Mit ihnen können die Jugendlichen ihre Gefühlslagen offenbar angemessen ausdrücken.“¹⁴² Als typische, wertpositive Adjektive gelten *geil* und *cool*. Beide Mode-Adjektive finden sich in dem Songtext „Hausmeister Thomas D“ von den *Fantastischen Vier*: „ihr findets geil? das

¹⁴⁰ Vgl. Jannis K. Androutsopoulos: Deutsche Jugendsprache: Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen. Frankfurt am Main: Lang 1998 (= Vario Lingua; Bd. 6), S. 387.

¹⁴¹ Ebd.: S. 435.

¹⁴² DFG – Jugendsprache im Längsschnitt. Freie Universität Berlin. <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/index.html>, aufgerufen am 12. Juli 2009.

will ich meinen“¹⁴³, „die fühlen sich so cool, dabei bin ich viel dreister“. Syntaktisch werden die Wertadjektive *geil* und *cool* in diesen Sätzen prädikativ verwendet. Beide Adjektive haben sich von ihrer ursprünglichen Wortbedeutung entfernt und sind idiomatisiert: *Geil* ist nicht mehr in einem sexuellen Kontext zu deuten und *cool* hat seine ursprüngliche Bedeutung im Deutschen, wie auch im Englischen ebenfalls verloren.¹⁴⁴ Ein wertnegatives Adjektiv findet sich mit dem Partizip *beknackt* in dem Songtext „Buenos Dias Messias“ von den *Fantastischen Vier*: „Nicht nach kurzem beknackt war wie der Pappstar der zu matt war.“¹⁴⁵ Als weitere negative Wertadjektive, die sich in den Songtexten nachweisen lassen, sind folgende zu nennen: Das einfache Wertadjektiv *doof* in dem Liedtext Liebeslied von den *Absolute Beginners*: „Und sieht dein Leben manchma, doof aus.“ sowie das Adjektiv mit dem Suffix –lich *peinlich* in *Bushidos* „Elektro Ghetto“: „ich zeig dir mein Cover und du merkst wie peinlich du rappst.“ *Peinlich* wird in diesem Satz adverbial gebraucht. In dem folgenden Beispiel wird dieses Wertadjektiv hingegen attributiv verwendet. So heißt es in der nächsten Zeile desselben Liedtextes von *Bushido*: „du peinlicher Depp renn weg wenn der König erscheint.“ Ein weiteres von den Musikern gebrauchtes positives Wertadjektiv ist das von *Fler* prädikativ verwendete Adjektiv *hammerhart*: „Das ist so hammerhart, das ist so asozial.“ Ein wesentliches Merkmal der Jugendsprache und auch des Hip Hop ist ebenso die Verwendung von Intensivpartikeln. Die standardsprachlichen Intensivpartikel (z.B. *sehr* und *ganz*) hat die Jugendsprache durch eine Vielzahl weiterer Innovationen erweitert. Als die produktivsten, jugendsprachlichen Intensivpartikel können *absolut*, *echt*, *total* und *voll* angesehen werden.¹⁴⁶ Eines der produktivsten Intensivpartikel in der Jugendsprache ist das Intensivpartikel *voll*. Die Musikgruppe *Absloute Beginner* verwenden dieses

¹⁴³ Die Zitate der deutschen Hip Hop Songtexte sind im laufenden Text durch den Interpreten gekennzeichnet und in vollständiger Länge im Literaturverzeichnis dieser Arbeit abgedruckt.

¹⁴⁴ Bei dem aus der englischen Sprache entlehnten Adjektiv *cool* handelt es sich ursprünglich um die Temperaturmetapher kühl. Gegenwärtig wird *cool* jedoch zur Beschreibung von menschlichen Eigenschaften oder Verhaltensweisen gebraucht.

¹⁴⁵ Der Neologismus *Pappstar* wird in diesem Zitat als pejorative Bezeichnung für einen *Popstars* verwendet.

¹⁴⁶ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 451.

jugendsprachliche Intensivpartikel in ihrem Song „Liebeslied“: „Voll erwischt, du Fisch zappelst am Haken.“ Das Intensivpartikel wird in diesem Beispiel zur Intensivierung des prädikativ verwendeten Adjektivs *erwischt* gebraucht. Das Intensivpartikel *voll* wird ebenfalls in dem Liedtext von *Fler* „Voll Assi Flair“ verwendet: „Das ist der voll, voll, voll, voll Assi Flair.“ Um die negative Wirkung des Substantivs *Assi* zu verstärken, wird das Intensivpartikel *voll* in dem Songtext viermal attributiv gebraucht.

Die Entwicklung eines gruppeninternen Soziolekts unter den Jugendlichen gilt diesen als Kennzeichen ihrer Zugehörigkeit zu einer Peer-Group (siehe Punkt 2.2.). Interessant sind daher ebenfalls die von den Jugendlichen in den Raptexten verwendeten, personellen Anredeformen. So spricht *Bushido* von den *Jungs*, *Kumpels* und den *Kids* in seinem Liedtext „Electronic Ghetto“. Hierbei handelt es sich um Anredeformen, die als sehr produktiv in der Jugendsprache gelten. Ebenso häufig verwenden die deutschen Hip Hop-Bands pejorative Anredeformen. *Bushido* verwendet in seinem Liedtext „Electro Ghetto“ die heimische, pejorative Anredeform *Depp*: „du peinlicher Depp“ und *Fler* benutzt die heimischen, negativen Anredeformen *Kuh* und *Weib* für das weibliche Geschlecht: „Ich bin nicht verschlossen wie du, man ich red offen du Kuh“ und „Ich bin bekannt dafür, dass ich die Weiber reihenweise ficke.“ Des Weiteren verwendet *Bushido* in seinem Songtext typisch jugendsprachliche, pejorative Anredeformen, die auf die ideologische oder interessenbedingte Einstellung oder den Charakter des Gegenübers hinweisen: *Nutten* („Ich hab wenig Zeit für Smalltalk mit Nutten“), *Gay* („Ich hab den sechsten Sinn du bist zu lieb du Gay“), *Homo* („mach mein Logo nach ich mach dich Homo arm“), *Bitch* („mach die Augen auf hol mir deine Mama her du Bitch ohne Job“), *Tunten* („denn mir ist scheißegal ob ich euch Tunten gefalle“), *Pennern* („ihr seid stockschwul und euch Pennern fehlen die Ideen“); und auch *Fler*: *Schlampen* („Scheiß auf Emanzen, ich mag die Schlampen, die jetzt wissen was sie wolln“) sowie die *Fantastischen Vier* verwenden letztgenannte pejorative Anredeformen:

Stricher („Macht ihr Stricher bei mir keinen Stich mehr“). In der Jugendsprache sowie in den Songtexten des Hip Hop werden ebenso häufig Anredeformen gebraucht, die auf Geschlechterkategorien verweisen. Vor allem Frauen werden in den Raptexten statistisch häufig mit pejorativen und diskriminierenden Anredeformen adressiert. Ebenfalls finden sich zahlreiche inhaltliche, negative Aussagen über Frauen in den Liedern. Die Geschlechterdifferenzierung hat im Rahmen der Identitätsfindung der Jugendlichen eine große Bedeutung. Während der jugendlichen Entwicklungsphase treten Fragen der Sexualität für die Jugendlichen in den Vordergrund. Dass sich Jugendliche vor allem in dieser Phase ihrer Entwicklung mit den Unterschieden zwischen den Geschlechtern, Geschlechterstereotypen und -kategorisierungen auseinandersetzen, ist kein neues Phänomen.¹⁴⁷ Neuland weist nach, dass sich ein jugendliches Bewusstsein über die Geschlechterdifferenzierung bereits anhand des Sprachgebrauchs der Jugendlichen bis in die historische Sprachgeschichte zurückverfolgen lässt:

So lässt sich schon in der Sprachgeschichte ein generischer Sprachgebrauch der historischen deutschen Studenten nachweisen, der sich u.a. in einem großen Repertoire von Bezeichnungen für das weibliche Geschlecht zeigt, z.B. *Florbesen*, *Cattunbesen*, *Waschbesen*, *Küchenbesen* für Mädchen mit höherer und niedriger Herkunft, aber auch in den bis heute gebräuchlichen Ausdrücken *Schnalle*, *Schnecke* aus dem Rotwelschen, die ursprünglich primäre weibliche Geschlechtsmerkmale bezeichneten.¹⁴⁸

Die Auseinandersetzung der Jugendlichen mit den unterschiedlichen Geschlechtern sowie die Abgrenzung von dem jeweils anderen Geschlecht helfen den Jugendlichen in ihrer Identitätsfindung.

Bushido verwendet des Weiteren in seinem Songtext „Electro Ghetto“ eine Gruppenbezeichnung, die mit dem Musikstil des Hip Hop assoziiert wird: *Homies* („Guckt mir zu wie ich jeden deiner Homies erschieß“), einen Begriff, den auch die *Fantastischen Vier* in ihrem Song „Buenos Dias Messias“ verwenden: „Zu viele Homies die noch nicht am

¹⁴⁷ Vgl. Hans Martin Trautner. In: Neuland (2003): S. 44.

¹⁴⁸ Neuland (2008): S. 70.

Strand sind am Rand sind“. Das Substantiv *Homie* ist abgeleitet von dem englischen Wort „Homeboy“ und besitzt eine zweifache Bedeutung. Die *Fantastischen Vier* verwenden das Substantiv *Homie* als Anredeform für eine befreundete Person. *Bushido* hingegen verwendet *Homie* in einem Battle jedoch als neutrale Anrede an den Gegner. Eine weitere Gruppenbezeichnung des Hip Hop verwendet *Freundeskreis* in ihrem Lied „Esperanto“: *B-Boys* („a&r's sehn aus wie B-boys die Kultur zerschellt am Geld“). Diese Anredeform stammt ebenfalls aus der englischen Sprache von englisch „Break-Boy“ und bezeichnet einen männlichen Breakdancer. Diese eng mit dem Musikstil des Hip Hop zu assoziierenden Begriffe sind von den Jugendlichen in ihren eigenen Sprachgebrauch entlehnt worden. Deutlich wird demnach anhand der Hip Hop-Termini *Homie* und *B-Boys*, dass die Musikrichtung des Hip Hop eine sprachprägende Wirkung auf die Jugendsprache in der Herausbildung eines spezifischen, jugendlichen Sprachrepertoires, welcher sich eng an dem Musikjargon orientiert, besitzt. Erinnerung sei an dieser Stelle an die von Ehmann 1992 durchgeführte Umfrage, die ergab, dass die Jugendsprache „die meisten Anregungen und Impulse hinsichtlich neuer Wörter und Wendungen“¹⁴⁹ von Film- und Musikstars erhält.

Ein weiteres, typisches Merkmal der Jugendsprache ist die Bildung von Synonymen im Hinblick auf die Standardsprache. Diese Bildung von Synonymen dient der sprachlichen Abgrenzung und Veränderung der Standardsprache (siehe Punkt 2.2.). So verwendet *Bushido* beispielsweise das Verb *knallen* im Substandard in seinem Song „Electro Ghetto“: „mein Beat knallt und ihr seid obdachlos“ für eine positive Beschreibung seiner Musik, wohingegen diese Verb im Standard im Sinne von *lärmern* eine völlig andere Bedeutung besitzt. Interessant ist, dass die jugendsprachlichen Synonyme nicht nur eine andere Bedeutung besitzen, sondern semantisch idiomatisiert sind. Das Verb *knallen* kann demnach nicht nur bedeuten, dass „etwas (z.B. Musik) auf Anklang stößt“, sondern auch im sexuellen

¹⁴⁹ Ehmann (1992): S. 74.

Bedeutungsbereich ein Begriff zur Umschreibung des Geschlechtsverkehrs sein. Letztgenannte Bedeutung besitzt das Verb *knallen* in *Flers* Lied „Assi Flair“: „Gib mir ein Zeichen mit deiner Freundin und ich knalle euch beide.“ Auch die *Fantastischen Vier* setzen in ihrem Song „Buenos Dias Messias“ Synonyme für standardsprachliche Begriffe ein: *lallen* anstatt von standardsprachlich *reden* („Sie wollen noch mehr Helden fallen sehen alle Denker lallen sehen“); und auch die *Abosloute Beginner* verwenden Synonyme in ihrem „Liebeslied“: *Bock* anstatt *Lust* („Bock ihn in den Arm zu nehmen und stundenlang zu knuddeln“), *entspannt* anstatt *ruhig* und *is doch Latte* anstatt *ist doch egal* („Komm vor, bleib' entspannt, kauf ' ne Neue, is doch Latte“). Interessant ist die von *Fler* in seinem Song „Voll Assi Flair“ verwendete jugendsprachliche Phrase *nen Dicken schieben*: „Egal wo ich bin, ich schieb n Dicken und roll auf Crom vor.“ Diese jugendtypische Phrase ist zu paraphrasieren mit „angeben“. Ebenfalls gebraucht *Fler* das in der Jugendsprache produktive Verb *klarmachen*, welches zu umschreiben ist mit „Jemanden für sich zu gewinnen“: „Ich mach dich klar und ficke noch gleich deine beste Freundin dazu.“ Interessant ist auch, dass sich weitere aus dem Hip Hop-Jargon entlehnte Begriffe in der Jugendsprache finden, die synonym zur Standardsprache verwendet werden. So spricht *Bushido* unter anderem von der Bling Bling: „guck dir meine Bling Bling an wenn wir auf Promo fahrn.“ Im Hip Hop-Jargon bezeichnet dieses Substantiv im Allgemeinen glänzenden Schmuck (z.B. eine teure Uhr). Weitere typische Synonyme der Jugendsprache sind die sinnverwandten Wörter für standardsprachliche Leitformen aus dem Englischen. Anglizismen kommen nicht nur in Songtexten des deutschen Hip Hop vor, sondern besitzen in der deutschen Sprache gegenwärtig generell eine große Bedeutung. Dennoch treten Jugendliche Fremdwörter (im Besonderen Anglizismen) offener gegenüber. Nicht nur *Bushido* verwendet englischsprachige Synonyme in seinem Songtext: *Sound* anstatt *Melodie/ Musik* („ich hab den Sound für die Dealer im Park“), *Leader* anstatt *Anführer/ Vorbild* („salutiert steht stramm

ich bin der Leader wie A“), *Tracks* anstatt *Lieder* („nimm deine neuen Tracks und schenk sie deinen Großeltern“), sondern auch *Freundeskreis* setzen Anglizismen in ihrem Lied „Esperanto“ ein: *Style* anstatt *Stil*, *Input* anstatt *Vorgaben* („euch unser style beseelt fühlt was mein input ist“); *lingo* anstatt *Soziolekt* („ein schnell erlernter lingo zur Verständigung der Nation“), *heads* anstatt *Köpfe* („das ist für die heads die raps aus 0711 lieben“). Vereinzelt werden sogar gesamte Sätze aus dem Englischen oder anderen Sprachen in die Songtexte integriert. So entlehnen *Freundeskreis* in ihrem Songtext „Esperanto“ den gesamten Refrain aus dem Französischen („Esperanto, c'est la langue de l'amour, (que)/ tout à tout vient à parler/ esperanto, et à ce jour l'espoir est née/ Esperanto“); *Bushido* integriert eine komplette englische Phrase in seinen Text „Electro Ghetto“ („wir sind die new Kids on the Block) und auch die *Fantastischen Vier* und *Fler* zögern nicht englische Sätze in ihre Texte „Hausmeister Thomas D“ („that's how I'm living“ – bereitet es euch auch Verdruss“) und „Voll Assi Flair (feat G-Hot & Frauenarzt)“ („Ich sag dir: Rest in peace Bitch!“) zu entlehnen. Abgesehen von der Entlehnung englischer Wörter aus dem Britischen oder Amerikanischen in den Wortschatz der Jugendsprache werden englische Wörter ebenso in deutsche Wortbildungsmuster integriert: *Freundeskreis* „Esperanto“: *spreaden* („wir spreaden's über Stuttgarts Hügel in die Welt, Esperanto“); *Bushido* „Electro Ghetto“: *gesuckt* („Und leider gibt's nicht viel das noch nicht gesuckt hat“); *Absolute Beginner* „Liebeslied“: *stylemäßig* („Stylemäßig immer wieder gut beraten von Polen“); *disst* („Müllredender Abschaum der dich ständig disst“).

Die Verwendung zahlreicher Vulgarismen zeichnet den Jugendwortschatz und auch die Songtexte des Hip Hop ebenfalls aus: „Es ist evident, dass in diesem biologisch aufgeladenen Reifeprozess Sexualität ein zentrales Thema ist [...] Vulgarismen dienen oft der Abgrenzung von der Erwachsenensprache – sie werden häufiger und provokativer benutzt

als sonst in der Sprachgemeinschaft¹⁵⁰. Ein vulgärer Sprachgebrauch sei nicht unbedingt jugendspezifisch zu nennen, werde jedoch von Jugendlichen in der Phase der Pubertät verstärkt gebraucht, so Androutopoulos.¹⁵¹ Jugendliche verwenden Vulgarismen, um Handlungsweisen provokanter auszudrücken. Unter Punkt 2.2. ist die Motivation der Jugendlichen Kritik zu üben sowie mit ihrer Sprache zu provozieren näher erläutert. Zunächst ist das heimische Schimpfwort *Arsch* zu nennen, welches in dem Song „Esperanto“ von der Band *Freundeskreis* verwendet wird: „wir tun was wir immer taten nur der Kontext is im Arsch“ oder auch von *Bushido* in seinem Song „Electro Ghetto“: es tut mir leid Jungs ich hab keinen Platz im Arsch“. Ebenfalls redet *Bushido* in diesem Songtext von den *Fressen* seiner Konkurrenten („wenn ich eure Fressen sehen muss nerven sie mich“). Die *Fantastischen Vier* benutzen darüber hinaus eine verkürzte Form des Schimpfwortes *scheiße* in ihrem Text „Buenos Dias Messias“: *scheiß* („Doch ich weiß Image ist nichts und scheiß auf alle die bekannt sind“) sowie das Schimpfwort *Pisse* („Die ganze Pisse die dein Leben durch meine Venen spült“). Vereinzelt finden sich auch traditionelle Schimpfwörter in den Songtexten: *Fantastischen Vier* „Hausmeister Thomas D“: *Scheibenkleister* („denkt einer hier, er könnt mich schlagen? Scheibenkleister“). Ein anglizistisches, vulgäres Schimpfwort wird von den *Fantastischen Vier* in ihrem Song „Buenos Dias Messias“ verwendet: *Wanker*¹⁵² (Ich seh sie schon als Wanker in Museenhallen stehn). Anhand dieses Beispiels zeigt sich, dass die Jugendlichen zahlreiche vulgäre Ausdrücke im Bereich der Sexualität verwenden. So gebraucht *Bushido* unter anderem das Verb *ficken* („um die Szene zu ficken brauch ich kein Bodyguard“). Das Verb *ficken* ist in diesem Kontext im Sinne von „erfolgreich sein“ zu verstehen. Interessant ist, dass es sich bei den meisten Vulgarismen um Wörter handelt, die sich um Wortnester zentrieren. So gruppieren sich um das Wortfeld *fuck/ fick* zahlreiche

¹⁵⁰ DFG – Jugendsprache im Längsschnitt. Freie Universität Berlin. <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/index.html>, aufgerufen am 12. Juli 2009.

¹⁵¹ Vgl. Androutopoulos (1998): S. 416-418.

¹⁵² Dieser vulgäre Anglizismus ist in der deutschen Sprache zu übersetzen mit *Wichser*.

Vulgarismen. Der Rapper *Fler* gebraucht in seinem Lied unter anderem das Substantiv der *Fick*: „sich nach dem Fick bei mir bedanken“, das Suffixoid *-ficker* in der Derivation *Mutterficker*: „Das ist der Mutterficker Playboy 51, holt eure Mamis her.“, das Verb *ficken*: „Ich ficke dann klatscht es, denn ich ficke bis matsch is“ und das Erstglied *Fick-* in dem Kompositum *Fickschlitten*: „Ich komm in Club alleine und geh mit einem Fickschlitten.“¹⁵³ *Fler* verwendet des Weiteren folgende vulgäre Umschreibungen für das männliche Genital *Schwanz*: „Bitches packen meinen Schwanz aus und sagen: heiliges Kanonenrohr!“ und die vulgären Anglizismen *Dick*: „Ich will zwischen deine dicken Titten meinen dicken Dick drücken.“ und *Pimp*¹⁵⁴: „Mein Pimp ist so dick, dass dein Po leidet.“ Ebenso verwendet *Bushido* das Verb *bumbsen* („kein Problem meine Jungs bumbsen euch alle“). Das Verb *bumbsen* leitet sich von dem Schallwort *bumbs* ab und ist seit dem 18. Jahrhundert belegt.¹⁵⁵ In seiner Bedeutung als vulgäres Synonym für den Geschlechtsverkehr ist es im saloppen Sprachgebrauch ebenfalls in der Umgangssprache geläufig. Das Verb *bumbsen* verliert in dem Songtext von *Bushido* insofern seine ursprüngliche Bedeutung, als das es nun in einem erweiterten Kontext, als eine provokantere Form Gewalt anzudrohen, gebraucht wird.

Kennzeichen der gesprochenen Sprache der Jugendlichen in den Raptexten sind ebenfalls Lautwörter. Die Lautwörter sind ein Beispiel dafür, dass die Jugendsprache die Neuen Medien als inspirative Bildungsressource nutzt, um diese Wörter zu entlehnen und sie in den jugendsprachlichen Jargon aufzunehmen. Denn Lautwörter basieren auf dem Medium des Comics und sind als comicsprachliche Entlehnungen in die Jugendsprache aufgenommen worden. Zwei solcher Onomatopoetika lassen sich in den vorliegenden Songtexten finden. So verwendet die Band *Absolute Beginner* in ihrem Lied „Liebeslied“ die Ausrufpartikel *ey* („und im Gesicht' n Trärentattoo, ey, dann wird's Zeit für Musik“) und die Band

¹⁵³ Semantisch ist unter dem Begriff *Fickschlitten* eine sehr abwertende Bezeichnung einer Frau zu verstehen.

¹⁵⁴ Der englischsprachige Begriff *Pimp* ist eigentlich zu übersetzen mit *Zuhälter*. *Fler* erweitert diese Bedeutung jedoch und bezeichnet hiermit ebenso das männliche Genital.

¹⁵⁵ DUDEN. Bd. 7: Etymologie. Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG 1997, Stichwort *bumbs!*, S. 105.

Freundeskreis in ihrem Lied „Esperanto“ den Ausruf *Yeah* („Freundeskreis 99, (in) Esperanto, international verständlich, Yeah, Yeah“). Interessant ist insbesondere die Partikel *ey* zu nennen. Schoblinski¹⁵⁶ widmet ihr ein komplettes Kapitel, welches die Bedeutung dieser jugendtypischen Partikel hervorhebt: „Die Partikel *ey* ist das einzig signifikante sprachliche Merkmal in unserem Korpus, das präferiert auftritt und insofern als übergreifendes strukturelles Merkmal des ‚Jugendtons‘ begriffen werden kann.“¹⁵⁷ In Anlehnung an Wachau¹⁵⁸ nennt Schoblinski vier mögliche Verwendungsweisen der Partikel: „1. Verstärkungspartikel, 2. Attention-getter, als 3. Kommentierung und 4. als Rückversicherungspartikel.“¹⁵⁹ Die vorliegende Verwendung der Partikel durch die Band *Absolute Beginner* kann sowohl als Attention-getter als auch als Kommentierung angesehen werden. Ebenfalls ist die topologische Struktur der Partikel nach Schoblinski als turnmediale Position zu bestimmen, da sie zwei Sätze miteinander verbindet.¹⁶⁰ Auch kennzeichnet die Partikel *ey* in dem vorliegenden Beispiel eine expressive Sprechhandlung, in der der Künstler seine Meinung zum Ausdruck bringt.

Morphologie

Abgesehen von dem Wortschatz weist die Morphologie des Hip Hop sowie die Jugendsprache im Allgemeinen vor allem verstärkt jugendtypische Abweichungen auf und steht Innovationen produktiv gegenüber. Ein wesentliches Merkmal der jugendsprachlichen Morphologie sind deren produktive Verbmodifikationen. In der dritten Strophe des Liedes

¹⁵⁶ Schoblinski (1993): S. 134-144.

¹⁵⁷ Ebd.: S. 144.

¹⁵⁸ Susanne Wachau: „...nicht so verschlüsselt und verschleimt!“. Über Einstellungen gegenüber Jugendsprache. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 41 (1989), S. 69-70.

¹⁵⁹ Schoblinski (1993): S. 134.

¹⁶⁰ Die Partikel *ey* tritt in turnmedialer Position auf, wenn sie in einer Sprechhandlung zwischen zwei Sätzen den Übergang bildet. (Vgl. ebd.: S. 135).

„Hausmeister Thomas D“ von den *Fantastischen Vier* lassen sich mehrere dieser für die Jugendsprache typischen Verbmodifikationen finden: Die Derivationen *angraben*, *abschleppen* und *hernehmen*. Interessant ist das Verbpräfix *her-*, welches in dem Liedtext seine ursprünglich räumliche Bedeutung verliert und in der jugendlichen Derivation *hernehmen* eine modale, sexuelle Bedeutung erhält. Indem Verben mit unterschiedlichen Vorsilben variiert werden, entstehen sowohl Wortgruppen, als auch eine „Zusammenraffung der Sprachmittel auf einige zentrale Wörter, die man mit Zusätzen variabel macht“¹⁶¹. Im Besonderen sind gerade die Verbpräfixe *an-* und *ab-* unter den Jugendlichen produktiv und reihenbildend. Beide Präfixe verbinden sich mit den standardsprachlichen Basisverben *graben* und *schleppen*. Indem Jugendliche diese Basisverben mit einem Präfix modifizieren, verändern sie dessen ursprüngliche, semantische Bedeutung. Die neu entstandene Derivation *angraben* bekommt beispielsweise nun die neue Bedeutung „flirten“ in der Jugendsprache und verliert seine ursprünglich semantische Bedeutung als Basisverb *graben*. Weitere Verbmodifikationen, die von den Künstlern verwendet werden, sind die von *Fler* verwendeten Verben *rumprollen*: „Ich proll rum, roll auf Crom.“, *volllabern*: „Ich will keine, die mich volllabert, weil sie jetzt Komplexe hat.“ und das von *Bushido* gebrauchte Verb *reinspucken*: „hör erz-guter Junge wie wir Kugeln in euch reinspucken.“

Ein weiteres Merkmal des Hip Hop und der Jugendsprache im Allgemeinen ist die produktive Bildung von Komposita. Bestimmte Kompositionsstrukturen sind in standardsprachlichen Texten unüblich oder treten unter Jugendlichen gebräuchlicher auf (vor allem Strukturen, die eine hohe Tendenz zur Nähesprachlichkeit aufweisen).¹⁶² In der Jugendsprache kann daher von einer innovativen und flexiblen Wortbildungsaktivität der Jugendlichen gesprochen werden eine Vielzahl von Neologismen zu bilden. Häufig werden zur Bildung von Substantivkomposita in der Jugendsprache reihenbildende oder suffixartige

¹⁶¹ Lapp (1989): S. 70.

¹⁶² Vgl. ebd.: S. 150.

Zweitglieder verwendet. Beide Kompositaformen lassen sich in dem Liedtext „Buenos Dias Messias“ von den *Fantastischen Vier* nachweisen. Bei allen Komposita, ob mit reihenbildenden oder suffixartigen Zweitglied, handelt es sich um Personenbezeichnungen. Als Kompositum mit reihenbildendem Zweitglied ist der *Wichtigmacher* einzuordnen. Auch wenn diese Wortbildungen in der Forschung als Kompositum eingeordnet wird¹⁶³, erscheint es sinnvoller sie als Zusammenbildung, einem Typ der Derivation, zu bezeichnen.¹⁶⁴ Diese Derivation ist abzuleiten als „wichtig machen“, dies beschreibt den Tätigkeitsbereich der Person; das Suffix *-er* leitet das Verb zu einem Nomen ab. Weitere Zusammenbildungen dieses Typs sind der *Rattenfänger* (Ratten fangen = bezeichnet den Beruf der Person; -er Nomen agentis), *Einzelgänger* (einzel(nd) gehen = bezeichnet den Tätigkeitsbereich der Person; -er Nomen agentis) sowie der *Spartendenker* (in Sparten denken = bezeichnet den Tätigkeitsbereich der person; -er Nomen agentis). Der *Spartendenker* kann als Substantivkompositum bezeichnet werden, da das Nomen der *Denker* lexikalisiert ist. Auch bei dem *Hosenkacker* handelt es sich um ein Substantivkompositum, da das Schimpfwort *Kacker* analog zu *Scheißer* in der Gegenwartssprache als Neubildung entstanden ist. Da das Verb *kacken* das Nomen *Hosen* abwertet; handelt es sich um eine vulgäre Neubildung. Auch bei der englischen Entlehnung des Cocksuckers handelt es sich daher um ein Substantivkompositum.

Vereinzelt lassen sich in den Songtexten auch Wortneubildungen finden: *Freundeskreis* „Esperanto“: *Sprachimperialismus* („kein Sprachimperialismus oder Privileg des Bildungsadels“), *Texterpartisane* („der Texterpartisane der letzte Mohikaner“), *Popkonserven* („ich krieg' Kopfschmerzen von zuviel Popkonserven“); *Fantastischen Vier*

¹⁶³ Ebd.: S. 143-158.

¹⁶⁴ Die Wortbildung *Wichtigmacher* ist nicht als Kompositum zu bezeichnen, da das Zweitglied *der Macher* nicht als eigenständiges Grundmorphem in der deutschen Sprache existiert. Nach Bergmann/ Pauly/ Stricker ist der Wortbildungstyp der Komposition wie folgt zu definieren: „Komposita oder Zusammensetzungen sind Wortbildungen, in denen die unmittelbaren Konstituenten Wörter oder Grundmorpheme sind, die auch außerhalb der jeweiligen Verbindung vorkommen.“ (Bergmann/ Pauly/ Stricker (2005): S. 59).

„Buenos Dias Messias“: *Pappstar* („Nicht nach kurzem beknackt war wie der Pappstar der zu matt war“); *Absolute Beginner* „Liebeslied“: *Tränentattoo*¹⁶⁵ („und im Gesicht' n Tränentattoo, ey , dann wird's Zeit für Musik“) und *Beginner-Rausch* („Nun bist du im Beginner-Rausch, früher warst du besoffen“). Die sprachliche Kreativität der Jugendlichen und ihre Tendenz und Offenheit gegenüber Neologismen ist bereits erläutert worden. Anhand der genannten Wortbildungen wird deutlich, dass die Künstler wie auch die Jugendlichen nicht nur kreativ mit sprachlichen Ausdrucksformen spielen, sondern sich vor allem in einer sehr bildhaften Sprache ausdrücken.

Abgesehen von dem Wortbildungsmodell der Komposition finden sich in den Raptexten auch Derivationen, die ebenfalls als ein produktives Kennzeichen der Jugendsprache anzusehen sind. Es lassen sich in dem Songtext „Buenos Dias Messias“ Derivationen finden, die ein nominales Suffixoid als Zweitglied aufweisen. Kennzeichnend für diese Ableitung ist, dass die Zweitglieder semantisch entleert sind. Als Beispiel für diesen Derivationstyp lassen sich folgende Wortbildungen in dem Songtext der *Fantastischen Vier* finden: *Motherfucker* und *Flachwanker* (das Zweitglied der *Wanker* kommt als eigenständiges Wort in dem vorliegenden Songtext vor). Bei diesen beiden Wortbildungen handelt es sich nicht um eine Zusammenbildung, da das Zweitglied eigenständig vorkommen kann sowie stark reihenbildend ist (*Mutterficker*, *Kinderficker*, *Homoficker*, *Nichtficker*, *Omaficker*; *Gaywichser*, *Homowichser*, *Frauenwichser*). Beide Wortbildungen bezeichnen Personen und lassen sich semantisch als anglizistische Schimpfwörter kategorisieren. Bei dem *Motherfucker* handelt es sich um einen entlehnten Anglizismus. Die Derivation *Flachwanker* indessen besitzt ein heimisches Adjektiv als Erstglied. Das Zweitglied dieser

¹⁶⁵ Interessant ist an dieser Stelle die semantische Herkunft des Kompositum *Tränentattoo*. Ein Tattoo in Form einer Träne gilt als ein Erkennungsmerkmal amerikanischer Gangs, unter anderem der *Mara Salvatrucha*. Unter der Bezeichnung *Maras* wird eine Vielzahl von Banden zusammengefasst, die auf dem amerikanischen Kontinent agieren. Ein *Tränentattoo* steht für die Anzahl der vom jeweiligen Mitglied durchgeführten Morde oder für den Tod eines befreundeten *Mara*-Mitglieds; es wird den Trägern meist im Gefängnis gestochen. Der Neologismus *Tränentattoo* ist demnach eine Anspielung auf die Stärke und Härte des Ganglebens, dass sich viele deutsche Hip Hopper und Gangster-Rapper zum Vorbild nehmen.

Wortbildung ist als anglizistisches Schimpfwort anzusehen und zu übersetzen mit „Wichser“. Das Zweitglied des deutschen Schimpfworts *Flachwichser* ist demnach mit der englischsprachigen Übersetzung *Wanker* ausgetauscht worden. Dieses Beispiel deutet erneut auf die Wortbildungskreativität in der Jugendsprache hin. Dass dieses Wortbildungsmuster in der Jugendsprache produktiv ist, zeigt sich anhand des Beispiels der Suffixoidbildung *Mutterficker* (von engl. Motherfucker), welches von *Fler* in seinem Song verwendet wird und ebenso gebildet ist wie das Beispiel *Flachwanker*: „Das ist der Mutterficker Playboy 51, holt eure Mamis her.“

Eine typische jugendsprachliche Substantivbildung ist auch die Ableitung auf *-er*. *Bushido* verwendet in seinem Song „Elektro Ghetto“ die Ableitung *Penner*: „ihr seid stockschwul und euch Pennern fehlen die Ideen.“ Dieses pejorative Schimpfwort stammt von dem Verb *pennen* aus der Gaunersprache. Die Gaunersprache gilt unter anderem neben der Drogensprache und der Spontisprache als wichtiger, kreativer Einfluss auf die Jugendsprache. Ein weiteres Beispiel findet sich bei *Bushido* mit dem Substantiv *Krasser*: „mir scheißegal ob du ein Krasser warst.“ Hierbei handelt es sich um eine Suffigierung aus der adjektivischen Basis *krass* und dem Suffix *-er*, welches semantisch stets zur Ableitung von Nomen Agentis verwendet wird. Das Adjektiv *krass* ist in dieser Bildung zu verstehen als „in seiner Art besonders extrem“¹⁶⁶. Ein populäres, jugendsprachliches Beispiel der Derivation ist ebenso die Adjektivableitung durch das Suffix *-mäßig*. Dieses Suffix wird in der Forschung oft als kennzeichnend für die Jugendsprache angesehen. Wobei dieses Suffix allmählich ebenso in der Standardsprache und in der Umgangssprache verwendet wird. Als jugendsprachenspezifisch kann jedoch festgehalten werden, dass das Suffix *-mäßig* unter Jugendlichen freier und häufiger in verschiedenen Kombinationen auftritt. Am häufigsten

¹⁶⁶ DUDEN. Bd. 5: Deutsches Universalwörterbuch. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG 2003, Stichwort *krass*, S. 958.

findet sich die Kombination des Suffixes *-mäßig* mit Substantiven.¹⁶⁷ Ebenso bemerkt Androutsopoulos: „Auffallend hoch ist die Anzahl der Bildungen mit engl. Basissubstantiven, die 29% der Gesamtsumme ausmachen. Die meisten gehören dem Musikregister an“¹⁶⁸. Ein Beispiel für die Kombination eines Suffixes mit einem englischen Basissubstantiv findet sich in dem Songtext „Liebeslied“ von der Band *Absolute Beginners*: Das Adjektiv *stylemäßig*: „Stylemäßig immer wieder gut beraten von Polen.“ Nach dem Suffix *-mäßig* handelt es sich bei dem Formativ *-ig* um das zweithäufigste adjektivische Ableitungssuffix.¹⁶⁹ *Fler* gebraucht in seinem Song das Adjektiv *nuttig*: „Also wer ist die Nutte? Ich bin nuttig wie du.“ Bei diesem Adjektiv handelt es sich um eine Suffigierung aus der substantivischen Basis *Nutte* und dem Suffix *-ig*. Semantisch zu umschreiben ist das Adjektiv *nuttig* mit „sich wie eine Nutte verhaltend.“

Als ein wesentliches Charakteristikum der Jugendsprache, welches ebenfalls in den Songtexten der Rapper nachzuweisen ist, gelten hyperbolischen Ausdrucksformen durch die Verwendung von Intensivpräfixen, die als Erstglied oder Zweitglied in den jugendtypischen Wortbildungen gebraucht werden. Jugendliche verwenden extreme Darstellungen, um ihre Gefühlswelt oder die Realität authentischer zu beschreiben. Die Wahl einer authentischen Sprachform ist ein wesentlicher Motivationsgrund für Jugendliche, eine eigene Sprechform neben der Standardsprache zu entwickeln, die für sie einen höheren Grad an Authentizität besitzt (siehe Punkt 2.2.). *Bushido* verwendet in seinem Song „Electro Ghetto“ das quantitativ häufig vorkommende Intensivpräfix *scheiß-*: („denn mir ist scheißegal ob ich euch Tunten gefalle“) sowie das adjektivische Intensivpräfix *stock-*: („ihr seid stockschwul und euch Pennern fehlen die Ideen). Das verbale Intensivpräfix an Adjektiven *scheiß-* wird auch von *Fler* („is mir scheißegal, bring mir deine Mädels und ich fick euch in der Unterzahl.“) gebraucht.

¹⁶⁷ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 173.

¹⁶⁸ Ebd.: S. 174.

¹⁶⁹ Vgl. ebd.: S. 179.

Syntax

Bei der Jugendsprache handelt es sich vor allem um eine gesprochene Sprache, die demnach von den Normen der deutschen Schriftsprache abweicht. Die Syntax der Jugendsprache zeichnet sich unter anderem durch die vordringliche Verwendung von parataktisch verknüpften Sätzen aus, einem Merkmal, der gesprochenen Sprache: „Im Gegensatz zur „Sprache der Erwachsenen“ bevorzugen Jugendliche kurze, knappe Sätze, denen Artikel und auch Präpositionen fehlen können.“¹⁷⁰ Die Jugendsprache verzichtet auf komplexe Satzgefüge (Hypotaxe).¹⁷¹ So verzichtet *Bushido* in seinem Song „Electro Ghetto“ auf die Verwendung von Konjunktionen und reiht zwei parataktische Sätze aneinander: „ich bin ein Prototyp du kannst nich werden wie ich“, ebenso die *Fantastischen Vier* in ihrem Lied „Hausmeister Thomas D“: „warum ich jede krieg – ich weiß es nicht“. So werden bereits begonnene Sätze abgebrochen und neue Formulierungen in demselben Satz angefangen. Diese Weise der Artikulation eignet sich im Besonderen für den gerappten Sprechgesang des deutschen Hip Hop. Des Weiteren verwendet die Jugendsprache phonetisch-syntaktische Vereinfachungen. Gelockerte syntaktische Strukturen (Ellipsen, Apokopen) ebenfalls in der Umgangssprache auf, jedoch finden sie sich in einem stärkeren Maße in der Jugendsprache.¹⁷² Somit weisen die vorliegenden Songtexte unter anderem Lautkürzungen am Wortende unter Wegfall auslautender Konsonanten auf: *Freundeskreis* „Esperanto“: *is* anstatt von *ist* („wir schreiben '99, heut is rap universell“); die *Fantastischen Vier* „Buenos Dias Messias“: („Und was ich sehe is jämmerlich falscher Platz falsche Zeit“); die Band *Absolute Beginner* „Liebeslied“: *manchma* anstatt *manchmal*: („Und sieht dein Leben manchma, doof aus“); und *Bushido* „Electro Ghetto“: *nich* anstatt *nicht*: („ich bin ein Prototyp du kannst nich werden wie ich). Auch treten in den Songtexten Lautverkürzungen

¹⁷⁰ DFG – Jugendsprache im Längsschnitt. Freie Universität Berlin. <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/index.html>, aufgerufen am 12. Juli 2009.

¹⁷¹ Vgl. Lapp (1989): S. 70.

¹⁷² Vgl. Buschmann (1994): S. 220.

am Wortende unter Wegfall des auslautenden Vokals auf (Apokope): die *Fantastischen Vier* „Buenos Dias Messias“: *Ich seh* anstatt *Ich sehe* („Ich seh sie schon als Wanker in Museenhallen stehn); *Bushido* in „Electro Ghetto“: *Ich geb* anstatt von *Ich gebe* („ich geb dir eine von links geb dir eine von rechts). Auch weisen viele der Songtexte eine Synkope auf: die *Fantastischen Vier* „Hausmeister Thomas D“: *Fraun* anstatt *Frauen*, *abgehaun* anstatt *abgehauen* und *anzuschaun* anstatt *anzuschauen* („und viel Fraun – die sind nicht abgehaun/ die sind hier – um unsere show anzuschaun); *Freundeskreis* „Esperanto“: *sehn* anstatt *sehen*: („a&r's sehn aus wie B-boys die Kultur zerschellt am Geld“) und *blühn* anstatt *blühen*: „ein Synonym für lasst hundert Blumen blühn.“ In vielen der vorliegenden Songtexten lassen sich ebenso zahlreiche Lautverschmelzungen finden: *Freundeskreis* „Esperanto“: *ihrs* anstatt *ihr es* („esperanto: wenn ihrs nicht gleich versteht“); *Fantastischen Vier* „Hausmeister Thomas D“: *ich kanns* anstatt *ich kann es* („sie wärn die allergrößten, doch ich glaub ich kanns mir schenken“), *geht's ab* anstatt von *geht es ab* („jetzt gehts ab, da ist noch viel mehr drin); und die *Fantastischen Vier* „Buenos Dias Messias“: *wir's* anstatt *wir es* und *gibt's* anstatt *gibt es* („Bei einigen leidigen Themen lehnen wir's Reden ab/ Und leider gibt's nicht viel das noch nicht gesucht hat“). Ebenfalls lassen sich Beispiele für Lautkürzungen am Wortanfang finden: *Freundeskreis* „Esperanto“: *ne* anstatt *eine* („ne lingua franca für alle linken und Einwanderer“), die *Fantastischen Vier* „Buenos Dias Messias“: *so was* anstatt *so etwas* („Das so was Mitgefühl ist glaub ich kaum); *Absolute Beginner* „Liebeslied“: *n' Tränentattoo* anstatt *ein Tränentattoo* („und im Gesicht' n Tränentattoo, ey , dann wird's Zeit für Musik“) und *vor'm* anstatt *vor dem* („Heute Nacht wirst du im Zelt vor'm Plattenladen warten“).

Häufig findet sich in den Songtexten des deutschen Hip Hop auch die Tendenz zur Dialogisierung. Erneut ein Hinweis darauf, dass es sich bei dem deutschen Hip Hop um einen Sprechgesang handelt. Dieses szenische Erzählen wird im Folgenden an den ersten Zeilen des Songs „Augen auf/ Halt dein Maul“ von dem Rapper *Sido* verdeutlicht: „Hey, hallo Kinder!

Hallo Sido! Hi Anna, Hi Thorsten und die andern. Levelt, leg das Handy weg! Ok... soll ich euch mal 'ne Geschichte erzählen? Jaaaaa! Dann hört zu jetzt.“ Anhand dieser einleitenden Sprechsequenz des Songs zeigt sich die Tendenz der deutschen Rapper zur radikalen Sprechsprache. Auffallend ist in dieser Sequenz der Perspektivwechsel zwischen *Sido*, dem Rapper, und seinen Zuhörern, der an einen Dialog erinnert. Weiterhin interessant ist die Verwendung von Redeerwähnungen, die diese Anfangssequenz als ein Gespräch charakterisieren. So verwendet Sido Gesprächspartikel, wie *Hey*, *Hallo* und *Hi* und Antwortpartikel, wie *Jaaaaa!*

Ein weiteres, syntaktisches Merkmal der Jugendsprache ist die Bricolage, das ein gewisses Vorwissen der Jugendlichen voraussetzt. Als Bricolage wird in der Jugendkultur das syntaktische Stilmittel bezeichnet, Gegenstände in einen neuen Kontext zu stellen, der nicht der Norm entspricht. Bei dem Vorgang der Bricolage kann die ursprüngliche Bedeutung von Gegenständen oder Begriffen verändert oder aufgehoben werden.¹⁷³ In den jugendsprachlichen Sätzen finden sich Zitate aus TV Shows, Filmen, Medienspots und Liedtexten, die oft ironisch verfremdet werden. Sie benötigen ein gruppeninternes Vorwissen¹⁷⁴, um verstanden zu werden. Die Künstler verwenden das Stilmittel der Bricolage häufig in ihren Texten. So verweisen viele Musiker in ihren Songs auf andere berühmte Rapper. *Bushido* nennt den Sänger *Baba Saad*, den er selbst entdeckte und unter Vertrag nahm: „Ich bin der Leader wie Saad ein Berliner bleibt hart.“ sowie den deutsch-äthiopischen Rapper *Raptile*, den deutschen Rapper *Flowin Immo* sowie den deutschen Rapper *Torch*, der Mitte der 1980er-Jahre in Heidelberg mit dem deutschen Sprechgesang begonnen hatte und so den Weg für den heutigen Erfolg des deutschsprachigen Hip Hop ebnete: „du hörst erst Raptile, Flowin Immo, dann Torch.“ und *Freundeskreis* nennen einen der erfolgreichsten US-amerikanischen Rap-Musiker mit dem Künstlernamen *2Pac (Tupac Amaru Shakur)*: „der 2pac

¹⁷³ Vgl. Schoblinski (1993): S. 112-121.

¹⁷⁴ Das benötigte Vorwissen um einer jugendsprachlichen Unterhaltung folgen zu können, fördert wiederum die gruppeninterne Identität der Jugendsubkultur.

Amaru des Stuttgarter Barrios.“ *Fler* spielt in seinem Song auf den Fernsehstar *Playboy 51* an: „Das ist der Mutterficker Playboy 51, holt eure Mamis her.“ Dieser selbsternannte Playboy ist aus deutschen Talkshows (Vor allem *Vera am Mittag*) bekannt, in denen er sich als solariumsgebräunter Macho mit seinen Ansichten über Frauen vor einem Millionenpublikum in den 1990er Jahren deutschlandweit blamierte.¹⁷⁵ Ebenso verweist *Fler* in seinem Lied auf den Popsänger und Medienstar *Dieter Bohlen* und dessen Affären mit jüngeren Frauen: „Ich krieg alle, wenn ich will klär ich mir Bohlens Kleine.“ Des Weiteren spielen *Freundeskreis* mit ihrem Titel „Esperanto“ auf die die am weitesten verbreitete internationale Plansprache an¹⁷⁶: „Freundeskreis 99, (in) Esperanto, international verständlich, Yeah, Yeah.“ Ebenfalls verwenden *Freundeskreis* in diesem Lied die Nummerkombination *0711*, die auf das Hip Hop-Zentrum der 90er Jahre, Stuttgart, verweist: „das ist für die heads die raps aus 0711 lieben.“ Die Band *Absolute Beginner* verweisen in ihrem Song Liebeslied sogar auf den Tomatenketchup der Firma *Heinz*: „siehst du rot, wie Heinz und sperrst ihn ein.“

¹⁷⁵ Zu dieser Zeit galten die Talkshows noch als ein neues Genre im deutschen Fernsehen.

¹⁷⁶ Eine Plansprache soll die internationale Kommunikation verbessern und vereinfachen. Alle Projekte verwenden deshalb eine Grammatik, die sich auf das Wesentliche beschränkt.

KAPITEL 5

ANALYSE GESAMTJUGENDSPRACHLICHER MERKMALE IN AUSGEWÄHLTEN JUGENDZEITSCHRIFTEN

Jugendzeitschriften (Die *BRAVO* noch intensiver als die *Bravo Girl!* und *Mädchen*) sprechen den Leser inhaltlich und visuell an und beeinflussen so die Jugendlichen in ihrer Identifikation mit der jeweiligen Zeitschrift. Damit ein Jugendlicher eine Jugendzeitschrift kauft, müssen die angesprochenen Themen in der Ausgabe die Inhalte widerspiegeln, die auch in der jugendlichen Entwicklungsphase von Relevanz sind. Es ist deutlich geworden, dass eine enge Wechselwirkung, wie sie bereits zwischen der Musikbranche (dem deutschen Hip Hop) und den Jugendkulturen beschrieben wurde, auch im Hinblick auf die deutsche Jugendpresse und die heutige Jugend feststellbar ist. Die Intention der Jugendpresse sich möglichst nahe an den Jugendsubkulturen zu orientieren, beschränkt sich nicht auf die inhaltliche und visuelle Ebene, sondern erfolgt ebenfalls in einer sprachlichen Beeinflussung der jungen Leser.

In der folgenden sprachlichen Analyse wird herausgearbeitet werden, dass die professionellen Redaktionen der bekanntesten und auflagenstärksten Jugendzeitschriften Deutschlands überregionale Ausdrucksformen des jugendsprachlichen Jargons verwenden. Materialgrundlage bieten ausgewählte Ausgaben aus dem Jahr 2009 (Januar-Juni 2009) der bekanntesten, auflagenstärksten und Deutschland weit verbreiteten Jugendzeitschriften *BRAVO*, *Bravo Girl!* und *Mädchen*.

Die Jugendzeitschriften (*BRAVO*, *Bravo Girl!* und *Mädchen*)

Bei dem Jugendmagazin *BRAVO* handelt es sich um die populärste und Markt führende Jugendzeitschrift Deutschlands sowie die erfolgreichste Jugendzeitschrift der Welt. *BRAVO* wurde 1956 gegründet und erscheint gegenwärtig wöchentlich in einer Auflage von ca. 400.000 Exemplaren¹⁷⁷ (nach IVW I/2009 wurden im Jahr 2009 491.811 Exemplare verkauft¹⁷⁸). Sie richtet sich vorwiegend an eine 14-18 jährige Leserschaft und wird sowohl von Jungen als auch von Mädchen gekauft, wobei sie im Jahr 2009 (Januar – Juni 2009) von 0.85 Millionen Mädchen und nur von 0.57 Millionen Jungen gelesen wurde.¹⁷⁹ Bei *BRAVO* handelt es sich um eine musikorientierte Jugendzeitschrift. Den inhaltlichen Schwerpunkt der *BRAVO* bilden Berichte und Reportagen über Stars aus Film, Fernsehen und Musikbranche; dies wird bereits durch die größte Rubrik der *BRAVO*, „Stars“, wiedergespiegelt. Das Ziel der *BRAVO* ist es, die Leser zu unterhalten und sexuell aufzuklären. Umfassende Bildung und Fachwissen können durch das Lesen der *BRAVO* jedoch nicht erlangt werden, so Baacke¹⁸⁰. Letzterer beschreibt den Sprachstil der *BRAVO* als „jugendorientiert“¹⁸¹. Hierunter versteht Baacke: „Einige Zeitschriften bemühen sich um eine jugendliche Sprache, die mitunter ein wenig bemüht wirkt.“¹⁸² Baacke stellt ebenfalls fest, dass jugendsprachliche Merkmale in den Sprechblasen der Foto-Love-Story, in der Photographien von Jugendlichen dem Leser den Eindruck authentischer Unterhaltungen vermitteln, weniger auftreten.¹⁸³ Diese Aussage Baackes ist mit Nachdruck zu negieren, da sich gerade in den Foto-Love-Stories der einzelnen Magazine eine Vielzahl an jugendsprachlichen Äußerungen finden.

¹⁷⁷ Diese Angaben sind zu relativieren, da davon auszugehen ist, dass Jugendzeitschriften neben dem Käufer eines Magazins noch von drei bis fünf Nebenlesern konsumiert werden. (Vgl. Baacke (1994): S. 175).

¹⁷⁸ IVW I/2009: Erfolgreicher Start für Europas größte Jugendmedienmarke BRAVO in 2009 / BRAVO und BRAVO GiRL! erneut mit deutlichem Auflagenplus zum Vorjahr; http://www.bauermedia.de/bravo.html?&tx_ttnews%5Btt_news%5D=350&tx_ttnews%5BbackPid%5D=4&cHash=53f09c0306 aufgerufen am 9. Juni 2009.

¹⁷⁹ Ebd.: aufgerufen am 9. Juni 2009.

¹⁸⁰ Baacke (1994): S. 83.

¹⁸¹ Ebd.: S. 83.

¹⁸² Ebd.: S. 14.

¹⁸³ Vgl. Schoblinski (1993): S. 35.

Bei dem seit 1976 erscheinenden Magazin *Mädchen* handelt es sich um die älteste deutsche Mädchenzeitschrift. Als klassische Mädchenzeitschriften werden Jugendzeitschriften verstanden, die Elemente aus Jugend- und Frauenzeitschriften vereinen und vordringlich eine weibliche Leserschaft ansprechen.¹⁸⁴ 1997 waren 32% aller Jugendzeitschriften musikorientierte Jugendzeitschriften (wie u.a. *BRAVO*); dicht gefolgt von den Mädchenzeitschriften mit 28,1%.¹⁸⁵

Als charakteristisch weibliche Inhalte der Mädchenzeitschriften sind die Themenbereiche von Mode und Kosmetik sowie Inhalte zu nennen, die sich mit zwischenmenschlichen Aspekten (Partnerschaft, Freundschaft, Sexualität) beschäftigen. Die Anzeigenwerbungen in Mädchenzeitschriften weisen daher ebenfalls vermehrt auf Produkte der Kosmetik, Hygiene und Mode hin. Weber sieht in den Mädchenzeitschriften die Vertreter eines traditionellen Frauenbildes: „Die Frau wird auf ihre äußere Erscheinung und ihre Partnerschaft zu einem Mann reduziert. [...] Die Frau, wie sie in den Mädchenzeitschriften erscheint, plagen ausschließlich Schönheits- und Partnerschaftsprobleme, die realen Widersprüche ihrer Rolle werden nicht thematisiert.“¹⁸⁶ *Mädchen* erscheint nicht wie die *BRAVO* wöchentlich, sondern vierzehntägig und richtet sich an 11-17jährige Mädchen. Die *Mädchen* berichtet kontinuierlich über politische (u.a. friedenspolitische Themen), rechtliche, soziale und wissenschaftliche Themen.

Die *Bravo Girl!* lässt sich zwischen den Jugendzeitschriften und den Frauenzeitschriften als Mädchenzeitschrift für heranwachsende Frauen zwischen 16-20 Jahren einordnen. Sie kam erstmalig im Januar 1988 heraus und erscheint seither, wie auch *Mädchen*, vierzehntägig. Anders als in der *Mädchen* werden in der *Bravo Girl!* mit Ausnahme des Umweltschutzes keinerlei gesellschaftliche oder politische Themen angesprochen: „Beiträge zu politischen und sozialen Themen weisen in *Bravo Girl!* entweder

¹⁸⁴ Vgl. Weber (1991): S. 8.

¹⁸⁵ Vgl. Nickel (2000): S. 123.

¹⁸⁶ Weber (1999): S. 122-132.

einen direkten Bezug zur Alltagswelt der Rezipientinnen in ihrer Rolle als Frau bzw. Jugendliche auf, oder aber sie appellieren an die in der traditionell-weiblichen Sozialisation geförderte ‚Ethik der Anteilnahme‘.¹⁸⁷

Lexik

Dass es sich bei den Wertadjektiven um einen „der wichtigsten Bereiche des jugendlichen Wortschatzes“¹⁸⁸ handelt, ist bereits anhand der Hip Hop-Songtexte thematisiert worden. Auch in den Jugendzeitschriften finden sich zahlreiche Wertadjektive. Die *Bravo Girl!*-Redaktion verwendet in ihrer 14. Ausgabe das ambige¹⁸⁹ Wertadjektiv *derb*: „Ganz in Schwarz mit derben Boots wirkt sie [Sängerin Miley] echt cool.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.10). Syntaktisch fungiert dieses Wertadjektiv in adjektivischer Funktion als Attribut des Substantivs *Boots*. Ein weiteres ambiges Wertadjektiv wird von der *BRAVO*-Redaktion mit dem Begriff *Wahnsinn* verwendet: „Erst vor ein paar Tagen drehten die Superstars Robert Pattinson (23) und Kristen Stewart (19) dieses spannende Film-Finale in Italien – und mittendrin: die beiden BRAVO-Leserinnen Juliane (16) und Mandy (16). Wahnsinn!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.78). Das ambige Wertadjektiv *Wahnsinn* fungiert hier syntaktisch als satzwertige Adjektivphrase, welche den vorausgehenden Satz kommentiert und in seiner Aussage intensiviert. Ebenso findet sich in dem bereits angegebenen Zitat der *Bravo Girl!* das wertpositive Adjektiv *cool*: „Ganz in Schwarz mit derben Boots wirkt sie [Sängerin Miley] echt cool.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.10). Nach Androutsopoulos handelt es sich bei dem aus der englischen Sprache entlehnten Adjektiv *cool* ursprünglich um die Temperaturmetapher

¹⁸⁷ Carol Gilligan: Die andere Stimme. Lebenskonflikte und Moral der Frau. München: Piper 1984, S. 114.

¹⁸⁸ Androutsopoulos (1998): S. 435.

¹⁸⁹ Unter ambig versteht Androutsopoulos Wertadjektive, die sich nicht eindeutig als wertpositiv oder wertnegativ festlegen lassen (Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 438-439.).

kühl. Gegenwärtig werde es jedoch zur Beschreibung von menschlichen Eigenschaften oder Verhaltensweisen gebraucht. Darüber hinaus gelte *cool* ebenfalls als Passe-Partout-Wertadjektiv.¹⁹⁰ In dem angegebenen Zitat bezeichnet die *Bravo Girl!*-Redaktion das Aussehen der Sängerin Miley mit dem Wertadjektiv *cool* als „in hohem Maße gefallend, der Idealvorstellung entsprechend“¹⁹¹. Syntaktisch ist *cool* in diesem Kopulasatz prädikativ verwendet. Bei *cool* handelt es sich um eines der produktivsten Wertadjektive der Jugendsprache, welches in allen drei analysierten Jugendzeitschriften häufig vorkommt. Genauso produktiv wird das Wertadjektiv *geil* in der Jugendsprache verwendet. Die *Bravo Girl!*-Redaktion verwendet es in ihrer 14. Ausgabe: „Geile Teile. Diesen Sommer wirst du nie vergessen.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.52). Dieses Adjektiv hat sich von seiner ursprünglichen Wortbedeutung entfernt und ist idiomatisiert: *Geil* ist nicht mehr in einem sexuellen Kontext zu deuten. Ein weiteres positives Adjektive ist *okay*: „Ich finde mich voll okay so, wie ich bin!“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.24). Dieses aus der englischen Sprache entlehnte Adjektiv wird in diesem Beispiel prädikativ verwendet. Das in der Standardsprache häufiger als Adverb gebrauchte *okay* (im Sinne von „einverstanden“) wird im jugendsprachlichen Jargon produktiv als Adjektiv gebraucht. Semantisch zu umschreiben ist *okay* in der Jugendsprache mit „gut“. Weitere positive Wertadjektive sind das von der *BRAVO*-Redaktion verwendete *heiß*: „Na, wenn das kein heißer Titel ist.“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.4) und *krass*: „Krass, was da abging!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.8). Das Adjektiv *krass* ist abgeleitet von lat. *crassus* (dick, grob)¹⁹². Standardsprachlich ist das Adjektiv zu umschreiben mit „in seiner Art besonders extrem“¹⁹³. Im jugendsprachlichen Jargon ist das Wertadjektiv jedoch semantisch unspezifisch zu nennen. Einerseits ist *krass* zu paraphrasieren als „sehr gut/ schön“, jedoch kann es ebenfalls in Form eines erschrockenen

¹⁹⁰ Vgl. ebd.: S. 440.

¹⁹¹ DUDEN (2003): Stichwort *cool*, S. 342.

¹⁹² Vgl. ebd.: S. 958.

¹⁹³ Ebd.: S. 958.

Ausrufs mit „sehr schlecht“ umschrieben werden. Die *Mädchen*-Redaktion verwendet unter anderem das positive Adjektiv *nett* in der Foto-Love-Story: „Die anderen Models begrüßen sie voll nett.“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.32) und *top*: „Deine Kombi aus lässigem Shirt, edlem Rock und knalligen Accessoires ist einfach top!“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.7). Das positive Wertadjektiv *top* ist aus dem englischen entlehnt und zu übersetzen mit „erstklassig“. In Verbindung mit dem Präfix *un-* findet sich das Adjektiv *cool* des Weiteren als wertnegatives Adjektiv ebenso von der *Bravo Girl!*-Redaktion verwendet: „Er hat nur Schiss, für seine Kumpels uncool zu sein.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.18). Als ein weiteres einfaches wertnegatives Adjektiv verwendet die Bravo Girl!-Redaktion ebenso *doof*: „Die Folge: ein farbiger Rand um den Mund. Doof!“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.24). Syntaktisch wird dieses Adjektiv hier verwendet als satzwertige Adjektivphrase. Als ein weiteres wertnegatives Adjektiv, das von der Redaktion der *Bravo Girl!* verwendet wird ist *peinlich* zu nennen: „Bloß nicht, das ist doch voll peinlich!“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.24). *Peinlich* wird ebenfalls, wie die meisten Wertadjektive, prädikativ gebraucht in diesem Beispielsatz. Weitere wertnegative Adjektive sind das von der *BRAVO*-Redaktion verwendete Adjektiv *fies*: „Unter falscher Identität Leute bei MySpace, Facebook usw. ausspähen und stalken. Fies!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.5).

Ein wesentliches Merkmal der Jugendsprache ist, wie bereits anhand der Songtexte angedeutet wurde, die Verwendung von Intensivpartikeln. Eines der produktivsten Intensivpartikel in der Jugendsprache ist das Intensivpartikel *voll*. In den drei analysierten Jugendzeitschriften kommt dieses Intensivpartikel ebenfalls zahlreich vor. So ist in der Foto-Love-Story der *Mädchen* zu lesen: „Wir kämpfen echt um jeden Zentimeter Umfang... Voll abartig!“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.34). Das jugendtypische unflektierte Intensivpartikel *voll* intensiviert, wie in diesem Beispiel, das prädikativ verwendete Adjektiv. Diese Funktion

kommt *voll* in der Standardsprache nicht zu.¹⁹⁴ Androutsopoulos bemerkt ebenfalls: „Im Gegensatz dazu [der Adjektive] können die Intensivpartikel nicht im Prädikativ des Kopulasatzes auftreten, da sie als syntaktisch abhängige Lexeme kein eigenständiges Satzglied bilden können.“¹⁹⁵ Das Intensivpartikel *voll* wird ebenfalls in folgendem Zitat von der *Bravo Girl!*-Redaktion als Intensivierer des Prädikats angewendet: „Schmeißt die Kontaktlinsen in die Ecke, Girls – Brillen sind wieder voll IN!“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.27). Ebenfalls wird *voll* von der *BRAVO*-Redaktion verwendet: „Wow, die Blonde ist ja voll mein Typ!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.53). In diesem Beispiel fungiert *voll* zur Intensivierung der Nominalphrase „mein Typ“. Ein dem Intensivpartikel *voll* ähnlich klingendes Intensivpartikel ist *völlig*. Auch dieses Intensivpartikel wird zahlreich gebraucht in der Jugendsprache. Die *BRAVO*-Redaktion verwendet dieses Intensivpartikel unter anderem in der Foto-Love-Story der 24. Ausgabe: „Wie geil ist das denn?! Völlig perplex starren sie auf die Karte...“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.53). Das unflektierte *völlig* wird in diesem Satz zur Intensivierung des adverbial gebrauchten Adjektivs *perplex* gebraucht.

Ein weiteres zu den produktivsten der Jugendsprache gehörendes Intensivpartikel ist *echt*. Die *Mädchen*-Redaktion verwendet *echt* wie folgt in der Foto-Love-Story: „Du machst das echt klasse...“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.35). Syntaktisch intensiviert *echt* hier das prädikativ verwendete Adjektiv *klasse*. Auch die *BRAVO*-Redaktion verwendet *echt* in der *BRAVO*-Foto-Love-Story: „Ja, du bist echt Model-like!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.53). Ebenso findet sich dieses Intensivpartikel häufig von der *Bravo Girl!*-Redaktion verwendet: „Dieser Haar-Trend ist sehr gewagt, aber ein echter Hingucker!“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.5). In dieser zitierten Aussage ist *echt* adjektivisch gebraucht und in der verwendeten Komparativform flektiert zu nennen; es fungiert als Attribut zur Intensivierung des Substantivs der *Hingucker*. Ebenfalls in allen drei Jugendzeitschriften produktiv ist das Intensivpartikel *total*: „Du bist

¹⁹⁴ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 452.

¹⁹⁵ Ebd.: S. 454.

emotional, liebevoll und total romantisch, aber auch schüchtern, sensibel und leicht zu verletzen.“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.35). Oft wird das Intensivpartikel *total* auch von der *Bravo Girl!*-Redaktion verwendet: „Die neuen Leggings, die so tun, als wären sie aus Leder, sind total im Trend!“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.12). Das Intensivpartikel *total* fungiert in diesem Beispiel als Intensivierer der Präpositionalphrase „im Trend“. [Herv. d. Verf.] (BG13, S.39). Auch die *BRAVO*-Redaktion verwendet dieses Intensivpartikel häufig: „Dein Schatz liebt dich total und würde alles für dich tun!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.35). Das Intensivpartikel *total* wirkt in diesem Satz verstärkend auf das Verb *lieben*. Auch bei *absolut* handelt es sich in der Jugendsprache um ein hoch produktives Intensivpartikel. Verwendet wird *absolut* unter anderem von der *BRAVO*-Redaktion in der 24. Ausgabe: „Das war doch ein absolut cooles Gothic-Duo!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.16). In diesem Beispiel wirkt das Intensivpartikel *absolut* verstärkend auf das attributive Adjektiv *cool*.

Weitere weniger produktive Intensivpartikel, die in den Jugendzeitschriften von den Redaktionen verwendet werden, sind *ultimativ*: „Dann schneidest du eine halbe Gurke in Stücke und legst die Scheiben auch noch auf dein Dekolletee für den ultimativen Feuchtigkeitskick.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.37) und *fett*: „Jetzt bringen die Jungs ihr Debütalbum heraus – eine fette Scheibe, die richtig abgeht.“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.74). In der 13. Heftausgabe der *Bravo Girl!* fragt die Redaktion die Leser in dem Test „Wie sehen dich andere?“ über ihre Beziehung zu ihren Freunden aus und gibt folgende Antwortmöglichkeit unter der Verwendung des Intensivpartikels *wahnsinnig* vor: „’Süße, das tut mir wahnsinnig leid. Ich drücke dir ganz doll die Daumen, dass du trotzdem nicht durchgefallen bist.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.54). In demselben Testverfahren verwendet die Redaktion ein weiteres Intensivpartikel *irre*: „Ich glaube, ich fänd die Situation irre komisch und würde lachend losprusten.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.54). Die *BRAVO*-Redaktion verwendet des Weiteren die Intensivpartikel *richtig*: „Auch diesmal traut sich die

Sängerin [Rihanna] wieder richtig was und schlüpft in knallige lila High Tops.“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.9). Weitere weniger häufig gebrauchte Intensivpartikel der Jugendsprache sind *extrem*: „Spaß hat er [Billie Joe] nur noch mit seinem besten Kumpel Mike. Der ist hyperaktiv und extrem nervös.“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.30) und *ziemlich*: „Der Typ sieht auch ziemlich schnuckelig aus.“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.9). In der 14. Ausgabe verwendet die *Mädchen*-Redaktion ebenfalls das gering produktive Intensivpartikel *tierisch*: „10 Sätze, die den Jungs tierisch auf die Nerven gehen.“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.12). Syntaktisch fungiert das Intensivpartikel hier als Intensivierer des Verbs *gehen* sowie der Präpositionalphrase *auf die Nerven*. Das Intensivpartikel *tierisch* fungiert ebenfalls als Intensivierung des Verbs *nerven* in der *Bravo Girl!*: „So was nervt mich tierisch.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.54).

Interessant sind auch die Personenbezeichnungen und sozialen Typisierungen in der Jugendsprache. Dass die Geschlechterdifferenzierung im Rahmen der Identitätsfindung der Jugendlichen eine große Bedeutung hat, ist bereits angesprochen worden. Wie auch in den Hip Hop-Songtexten finden sich auch in den Jugendzeitschriften zahlreiche personelle Anredeformen. So weist die Jugendsprache Personenbezeichnungen auf, die die Adressierten mit einem Musikstil assoziieren. Die *BRAVO*-Redaktion verwendet in der 25. Ausgabe die Bezeichnung *Rocker*, die die Adressaten mit der Musikrichtung des *Rock* assoziiert: „Die Mega-Rocker haben den Titelsong [...] geschrieben.“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.23). Weitere Beispiele für Personenbezeichnungen, die einen Adressaten mit einer Musikrichtung in Verbindung bringen, ist das Kompositum *Pop-Queen*: „Die Pop-Queen [Britney Spears] in Glitzer-BH“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.25).

Des Weiteren finden sich in der Jugendsprache Bezeichnungen für Subkulturen, die auf die Interessen oder Hobbies der Adressaten hinweisen. Die *BRAVO*-Redaktion verwendet den Begriff *Trekkie*: „Du bist ein totaler Trekkie!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.84). Die

Anredeform *Trekkie* bezeichnet eine „Person, die sich für die Fernsehserie „Star-Trek“ interessiert“. Das Suffix *-ie* ist unter den jugendsprachlichen Personenbezeichnungen produktiv zu nennen (vgl. Szenie, Punkie, Schlipsie). Die Mädchen-Redaktion verwendet den Anglizismus *Beach-Boy*: „Da werden die süßen Beach-Boys aber Augen machen!“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.8). Dieses Substantiv verweist ebenfalls auf das Interesse des Adressierten. Auch finden sich unter den jugendlichen Personenbenennungen, die den Charakter oder das Verhalten einer Person näher beschreiben: „Verhaltenstypisierungen betreffen den Lebensstil und das Erscheinungsbild des Individuums in der Öffentlichkeit, Charaktertypisierungen hingegen psychische und intellektuelle Eigenschaften.“¹⁹⁶ Dass Verhaltenstypisierungen vorwiegend wertnegativ sind, geht aus dem Beispiel *Nerd* hervor, welcher von der *BRAVO*-Redaktion verwendet wird: „Falls du denkst, ‚Star Trek‘ sei nur was für Ober-Nerds, dann lass Dich doch mal überraschen.“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.85). Bei dem Basissubstantiv *Nerd* handelt es sich um eine Charaktertypisierung, die eine wertnegative Beurteilung über den Intellekt des Adressaten beinhaltet. Semantisch zu umschreiben ist das Basissubstantiv mit ‚jemand, der in besonders unsympathischer Weise intelligent ist‘¹⁹⁷. Das Präfixoid *Ober-* fungiert in dieser Wortbildung emotional verstärkend.

In der Jugendsprache finden sich jedoch nicht nur Personenbezeichnungen, die einer sozialen Gruppierung dienen, sondern ebenfalls pejorative Anredeformen, die häufig auf die Geschlechtskategorie einer Person verweisen. Wie bereits anhand der Songtexte nachgewiesen, finden sich auch in den Jugendzeitschriften die produktiven weiblichen Bezeichnungen *Schlampe* und *Bitch*. Dass es sich bei diesen beiden negativen Bezeichnungen des weiblichen Geschlechts um authentische Jugendsprache handelt, geht aus der 25. Ausgabe der *BRAVO* hervor, in der Zitate von Jugendlichen aus Internetforen abdruckt sind. Einem dieser Zitate ist folgende Aussage entnommen: „Schlampe! Bitch! Ich hasse Selena

¹⁹⁶ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 427.

¹⁹⁷ Vgl. ebd.: S. 428.

Gomez!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.10). Dass diese beiden weiblichen Bezeichnungen auf die ideologische oder interessenbedingte Einstellung oder den Charakter des Gegenübers hinweisen, ist bereits in der Analyse der Songtexte hingewiesen worden. Weitere negative Benennungen des weiblichen Geschlechts sind: *widerliches Miststück*¹⁹⁸: „Sie [Selena Gomez] ist ein widerliches Miststück“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.10) sowie *Zicke*: „Ashley ist keine verwöhnte Zicke.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.17) und *Tussi*: „Krass, die Tussi geht ja richtig ab!“ [Herv. d. Verf.] (B8, S.85). Eine weitere weibliche, pejorative Bezeichnungsform ist *Schlange*: „Eine Freundin gibt dir absichtlich falsche Ratschläge. Was für eine Schlange!“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.81). Bei diesem Terminus für das weibliche Geschlecht handelt es sich um ein Schimpfwort, welches auf eine negative Verhaltensweise einer Frau/ eines Mädchens hindeutet. Nach der semantischen Einteilung von Androutsopoulos ist dieser Begriff somit als Schimpfwort sowie als Verhaltenstypisierung zu bezeichnen. Semantisch ist der Begriff *Schlange* im Hinblick auf seine Verwendung als weibliche Adressierung zu umschreiben als abwertend für eine „weibliche Person, die als falsch, hinterlistig, heimtückisch gilt“¹⁹⁹. Die weibliche Bezeichnung *Schlange* ist zwar auch in der Standardsprache bekannt, findet sich hier jedoch nicht als weibliche Anredeform in formalen Texten verschriftlicht.

Es finden sich auch positive Bezeichnungen des anderen Geschlechts in der Jugendsprache, die von den Redakteuren der Jugendzeitschriften imitiert werden. In der 25. Ausgabe der *BRAVO* bezeichnet die Redaktion Taylor Lautner als *Hottie*: „Bereits als Achtjähriger stand ‚New Moon‘-Hottie Taylor (17) vor einer großen Karate-Karriere.“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.86). Bei der Suffigierung *Hottie* handelt es sich um eine Bildung aus der adjektivischen, englischsprachigen Basis *hot* sowie dem Suffix *-ie*. Wie bereits bei dem Beispiel *Trekkie* beschrieben ist das Suffix *-ie* unter den jugendsprachlichen

¹⁹⁸ Diese Aussage wurde von der Internet-Userin Beiirutty gemacht und von der *BRAVO*-Redaktion abgedruckt. Auch bei diesem Beispiel handelt es sich demnach um authentische Jugendsprache.

¹⁹⁹ DUDEN (2003): Stichwort Schlange, S. 1380.

Personenbezeichnungen sehr produktiv. Im Hinblick auf positive, männliche Anredeformen verwendet die *Bravo Girl!*-Redaktion die Bezeichnung *Sunnyboy*: „An diesen Sunnyboy pirschen sich auch andere Mädels ran“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.80). Die männliche Adressierung *Sunnyboy* verweist auf den Lebensstil des Mannes/ Jungen und ist somit zu bezeichnen als Verhaltenstypisierung. Dieser Terminus ist entlehnt aus dem Englischen, wobei jedoch das Adjektiv *sunny* und das Substantiv *boy* im Deutschen in einer Form als Kompositum zusammengesetzt werden, die so nicht in der englischen Sprache vorkommt. Bei diesem Beispiel handelt es sich demnach um eine Scheinentlehnung aus englisch *sonny* (Koseform von Sohn) und *boy* (junger Mann). Semantisch verbirgt sich hinter diesem Begriff „ein junger Mann, der gut aussehend und charmant ist“. Die deutsche Adaption des englischen Erstglieds *sonny* als *sunny* kann darauf zurückgeführt werden, dass dem *Sunnyboy* eine positive Lebenseinstellung (engl. *sunny* = dt. sonnig) zugesprochen wird. Ein ähnlicher auf das Verhalten des Mannes gegenüber den Frauen anspielender Begriff ist *Mr. Cool*: „Mr. Cool! Zac (21) kombiniert ein schickes Sakko mit Hemd und Krawatte zu einer schwarzen Jeans.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.80). An dieser Stelle zeigt sich erneut die Wortbildungskreativität der Jugendsprache, in der ein wertpositives Adjektiv als Subjekt verwendet wird. Die männliche, aus der englischen Sprache entlehnte Anredeverkürzung *Mr.* (Mister) findet sich in der Jugendsprache häufig (vgl. *Mr. Hot*, *Mr. Right* (B24, S.36) etc.). Des Weiteren wird in den Jugendzeitschriften die männliche Anredeform *Macho* verwendet: „Er [ein Mann/ Junge] hat nur Schiss, für seine Kumpels uncool zu sein. Und spielt deshalb die Rolle des harten Machos.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.18). Bei dieser männlichen Anredeform handelt es sich um eine Verhaltenstypisierung, die das Verhalten des Mannes gegenüber Frauen als „[übertrieben] männlich“²⁰⁰ näher beschreibt. Ebenfalls in diesem Zitat spricht die Redaktion von den *Kumpels* des Mannes/ Jungen, einer Anredeform, die sich

²⁰⁰ Ebd.: Stichwort *Macho*, S. 1039.

bereits in dem Songtext von *Bushido* „Electronic Ghetto“ nachweisen ließ und in der Jugendsprache als Bezeichnung für die Freunde eines Mannes produktiv ist. Ein weiteres jugendsprachliches Kollektivum (Gruppenbezeichnung) wird von der *Bravo Girl!*-Redaktion mit dem Terminus *Jungs* verwendet: „Die Mackermaschen der Jungs“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.18). Bei dem Begriff *Jungs* handelt es sich um eine Teilmenge von jungen Männern. Ebenfalls verwendet die *Bravo Girl!*-Redaktion in der Foto-Love-Story das Kollektivum *Team*: „Wir vier sind ein unschlagbares Team!“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.75). Hierbei handelt es sich um eine Gruppe mit einer gemeinsamen Tätigkeit. Die Bezeichnung *Team* weist somit semantisch auf den Zusammenhalt der Gruppe hin.

Interessant ist, dass sich in den Jugendzeitschriften zahlreiche negative Bezeichnungen für das weibliche Geschlecht finden. Dieses Faktum deutet sprachwissenschaftlich darauf hin, dass sich in den Jugendzeitschriften (auch in den Mädchenzeitschriften!) noch immer ein traditionelles Frauenbild vertreten wird: „Zusammenfassend läßt sich festhalten, daß Attraktivität und die Partnerschaft zu einem Mann elementare Bedeutung für das von den Mädchenzeitschriften entworfene Frauenbild haben, das somit weiterhin die zentralen Momente der traditionellen weiblichen Rollen enthält.“²⁰¹

Ein weiteres, typisches Merkmal der Jugendsprache ist, wie bereits anhand der Raptexte thematisiert, die Bildung von Synonymen im Hinblick zur Standardsprache. Auch in den Jugendzeitschriften kommen zahlreiche Synonyme vor. In der Foto-Love-Story der *Mädchen* verwendet die Redaktion das Substantiv *Kohle* anstatt *Geld*: „Hast du die Kohle, die du mir schuldest?“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.46) sowie *Zoff* anstatt *Streit*: „Doch zwischendurch gab es auch mächtig Zoff.“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.16). Ebenfalls wird in der Jugendsprache *Bullen* anstatt *Polizisten* gebraucht: „Ich habe Drogen dabei und wenn die

²⁰¹ Weber (1999): S. 116.

Bullen kommen, haben sie mich am Arsch...“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.47). In diesem Zitat wird ebenfalls die Phrase *jemanden am Arsch haben* verwendet. Diese typisch jugendsprachliche Redewendung ist im Hinblick auf Personen zu übersetzen mit „eine negative Folge für jemanden besitzend“ oder im Hinblick auf Sachgegenstände mit „etwas ist zerstört/ kaputt“ (Beispiel: Mein Auto ist am Arsch).

Ein weiteres Synonym zur Standardsprache wird von der *BRAVO*-Redaktion mit dem Verb *zocken* verwendet: „So kann Bu [Bushido] mailen, surfen und sein Lieblingsgame ‚World of Warcraft‘ zocken“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.12). Das aus dem jidd. stammende Verb „z(ch)ocken“²⁰² wird auch in der Standardsprache verwendet und ist zu umschreiben mit „Glücksspiele machen“²⁰³. In der Jugendsprache ist die Bedeutung dieses Verbs nicht nur auf das Glücksspiel beschränkt, sondern insofern erweitert, als das es den Vorgang des jugendtypischen Spielens im Allgemeinen bezeichnet (Bsp. Fußball zocken, Playstation zocken). Eine weitere typisch jugendsprachliche Phrase ist *am Start sein*: „Auch am Start: GaGas neue Hit-Single ‚Paparazzi‘.“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.18). Diese aus dem Sport entlehnte Redewendung ist in der Jugendsprache zu umschreiben mit „dabei sein“. Interessant ist auch die jugendsprachliche Verwendung des Verbs *knistern*: „Miley und Gregg bei der ‚HM‘-Filmpremiere Ende April in London. Da knistert’s!“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.18). Das aus der Umgangssprache bekannte Verb wird in der Jugendsprache ebenfalls verschriftlicht und bezeichnet die erotische Spannung, die zwischen zwei Verliebten am Entstehen ist. Sehr produktiv in der Jugendsprache ist das Verb *baggern* zu nennen: „Hallo Süße: Wenn andere Typen baggern, nervt das!“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.23). Dieses Verb ist in der Standardsprache bekannt und bezeichnet hier „mit einem Bagger arbeiten“²⁰⁴. In der Jugendsprache ist die Bedeutung dieses Verbs verändert und zu umschreiben mit „jemanden anflirten“. Wie auch in den Songtexten verwendet, gebrauchen

²⁰² DUDEN (2003): Stichwort zocken, S. 1862.

²⁰³ Ebd.: S. 1862.

²⁰⁴ Ebd.: S. 226-227.

die Jugendzeitschriften ebenfalls den Ausdruck *Bock haben auf*: „Du hast so tolle Beine wie Ciara (23), bist vielleicht schon leicht gebräunt und hast Bock auf einen Minirock?“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.31). Die jugendtypische Phrase *auf etwas Bock haben* ist zu paraphrasieren mit „zu etwas Lust haben“.

Ein weiteres typisches Merkmal der Jugendsprache ist die Verwendung von Fremdwörtern aus dem Englischen. Anglizismen kommen nicht nur in Songtexten des deutschen Hip Hop oder Jugendzeitschriften vor, sondern besitzen in der deutschen Sprache gegenwärtig generell eine große Bedeutung. Dennoch treten Jugendliche Fremdwörtern (im Besonderen Anglizismen) nicht nur offener gegenüber, sondern auch „ungefähr die Hälfte der Anglizismen im Korpus [der Jugendsprache] gehören nach dem Kriterium der Kodifizierung nicht zum allgemeinsprachlichen Wortschatz.“²⁰⁵ So finden sich in den Jugendzeitschriften zahlreiche entlehnte Gesprächswörter aus dem Englischen. Expressive Gesprächselemente, die von der *BRAVO*-Redaktion verwendet werden sind *Wow*: „Wow! Ein Vampir zum Anbeißen.“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.4) und *Yeah*: „Yeah! Avril in Rock Pose im Bikini und lustigem, buntem Handtuch...“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.5). Weitere Gesprächswörter werden von der Redaktion der *Bravo Grill!* benutzt, wie z.B. *sorry*: „Sorry, ich muss jetzt dringend los!“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.72). Weitere entlehnte von der *Mädchen*-Redaktion verwendete Gesprächswörter sind *Shit*: „Shit, sie hat einen Freund...“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.44).

Ebenfalls finden sich direkte Synonyme aus dem Englischen für heimische Lexeme. So gebraucht die *BRAVO*-Redaktion den Anglizismus *Fun* anstatt *Spaß*: „Avril wirkt aber, als ob sie auch ohne ihn richtig viel Fun hat!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.5), *Boy* anstatt *Junge* und *Girl* anstatt *Mädchen*: „Das süße Disney-Girl und der heiße ‚Twilight‘-Boy – kann diese Beziehung gut gehen?“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.6) und *Body* anstatt *Körper*: „Wie ‚WOW!‘

²⁰⁵ Androutsopoulos (1998): S. 582.

ist das denn?! Dieser Body! Dieses Strahlen!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S. 32). Die *Mädchen*-Redaktion verwendet *chillen* anstatt *entspannen*: „Klar, dass du auch deine Augen beim Chillen in der Sonne schützt.“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.36), *checken* anstatt *verstehen/ bemerken*: „Jetzt checkt er, dass sie die Wahrheit sagt“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.42) und *Beach* anstatt *Strand*: „40 Beach-Hits für jede Figur“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.58). Die Jugendsprache entlehnt ebenfalls Kurzformen aus der englischen Sprache. Dieses Merkmal der Jugendsprache wird auch von den Redakteuren der Jugendzeitschriften aufgegriffen. Die *BRAVO*-Redaktion gebraucht die entlehnte Kurzform *biz* in dem Anglizismus *Showbiz*: „Seine [Chace Crawfords] ersten Erfahrungen im Showbiz machte er während seiner Schulzeit als Model.“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.8). Auch werden von den Redaktionen entlehnte Slangwörter integriert. So gebraucht die *Bravo Girl!*-Redaktion die entlehnte weibliche Bezeichnung *Baby*: „Mix it, baby!“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.9). Ebenso wie Slangwörter werden in der Jugendsprache auch Nonstandard-Schreibungen entlehnt, die ebenso von den Redakteuren der Jugendzeitschriften adaptiert werden: „Looks 4 you!“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.64). Auch werden in der Jugendsprache Anglizismen aus dem Colloquial-Englischen entlehnt. So verwendet auch die *BRAVO*-Redaktion die Bezeichnung *Kids* (Standardenglisch: children) anstatt dem deutschen Wort *Kinder*: „Beide [Heidi Klum und Jessica Alba] haben Spaß mit ihren Kids im Coldwater Canyon Park“ [Herv. d. Verf.] (B8, S.6). Darüber hinaus werden gesamte Slogans aus der englischen Sprache in die Jugendsprache entlehnt. Dieses Merkmal wird insofern von den Redaktionen der Jugendzeitschriften aufgegriffen, als das die *Bravo Girl!*-Redaktion in ihrer 14. Ausgabe schreibt: „Cheese and Peace! Frech grinst Miley in die Kamera.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.12). Die Redaktion der Mädchen verwendet ebenfalls einen entlehnten Slogan: „Mit den kabellosen Mikros kein Problem. Let’s rock!“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.15).

Merkmal des jugendsprachlichen Wortschatzes sind, wie bereits anhand der Hip Hop-Songtexte erläutert, Vulgarismen. Ein vulgärer Sprachgebrauch ist nicht unbedingt jugendspezifisch zu nennen, werde jedoch von Jugendlichen in der Phase der Pubertät verstärkt gebraucht, so Androutsopoulos.²⁰⁶ Jugendliche verwenden zahlreiche Vulgarismen, wie bereits berichtet, um Handlungsweisen provokanter auszudrücken. Auch in den Jugendzeitschriften finden sich demnach zahlreiche Vulgarismen. Als das wichtigste vulgäre Lexem der Jugendsprache gilt das Kernwort *Scheiße* des Wortnestes *schiss/ scheiß*.²⁰⁷ Ein authentisch jugendsprachliches Substantiv dieses Wortnestes findet sich in einem Leserbericht von Johannes (15) in der *Bravo Girl!*: „Ich habe einfach total Schiss“. [Herv. d. Verf.] (BG13, S.25).²⁰⁸ Die Phrase *Schiss haben* ist in jugendlichem Jargon zu umschreiben mit „Angst haben“. Dennoch handelt es sich bei dieser Phrase um einen alten Ausdruck, der heute ebenso in der Umgangssprache produktiv ist. In demselben Bericht verwendet Johannes ebenfalls die Konversion *Kacke*, die zugleich als Vulgarismus dem vulgären Wortnest *kack* zuzuordnen ist: „Ich bin völlig frustriert und mit den Nerven am Ende. Kacke!“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.25). Die *Bravo Girl!* Redaktion selbst verwendet den Ausdruck *Scheiß*: „Scheiß auf die Schule.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.54). Bei diesem Ausdruck handelt es sich um die 3. Person Imperativ Singular des starken Verbs *scheißen*, welches sich ebenfalls dem Wortnest *scheiß/ schiss* zuordnen lässt. Semantisch ist dieses Verb in der Jugendsprache zu umschreiben mit „etwas oder jemandem, auf das/den man verzichten kann“. Ein weiteres

²⁰⁶ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 416-418.

²⁰⁷ Vgl. ebd.: S. 416.

²⁰⁸ Die Leserbriefe in den Jugendzeitschriften werden im Folgenden als authentische Jugendsprache gewertet. Susanne Wenzel, Autorin des Buches *Susanne Wenzel: Sexuelle Fragen und Probleme Jugendlicher. Dargestellt an den Leserbriefen Jugendlicher in der Zeitschrift ‚BRAVO‘ (1968-1987). Frankfurt a. Main/ Bern/ New York u.a.: Lang 1990 (= Studien zur Sexualpädagogik 6), S. 51*), verbrachte zwei Tage in der BRAVO-Redaktion und konnte sich während dieses Aufenthaltes von der Echtheit der Leserbriefe in der Jugendzeitschriften überzeugen: „Die Briefe – soweit ich sie einsehen konnte – sind also tatsächlich echt und nicht, wie oft vermutet, von der Redaktion gestellt. Bei der täglich eingehenden Menge von Zuschriften und damit die Fülle von Problemen, braucht sich das ‚Dr. Sommer-Team‘ nicht der Mühe zu unterziehen, selbst Leserbriefe zu erfinden.“ (Wenzel (1990): S. 51). Sie weist daraufhin, dass die in der Zeitschrift abgedruckten Briefe sprachlich-stilistisch unverändert bleiben und lediglich auf orthographische Fehler korrigiert oder in ihrer Länge gekürzt werden. (Vgl. ebd.: S. 55). Im Folgenden werden daher die Texte, die als Leserzuschriften oder Leserbeiträge gekennzeichnet sind als authentisches, von der Redaktion unbearbeitetes Material aufgefasst. Dennoch bleibt zu berücksichtigen, dass es sich bei den veröffentlichten Leserzuschriften (sowie ebenfalls bei den abgedruckten Starinterviews) um eine Auswahl der Redaktionen handelt.

vulgäres, jugendsprachliches Wortnest findet sich gruppiert um das Kernwort *kotz*. Die *BRAVO*-Redaktion verwendet das produktive substantivierte Verb *zum Kotzen*: „Das Leben der 15-jährigen Tracey ist zum Kotzen“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.82). Semantisch zu umschreiben ist dieses jugendtypische Verb mit „emotional; äußerst abstoßend, unerträglich“²⁰⁹ sein. Weitere von den Redaktionen der Jugendzeitschriften verwendete Schimpfwörter sind *Arsch*: „Ich wusste sogar, dass der Arsch immer K.O.-Tropfen dabei hatte.“ [Foto-Love-Story der Mädchen] [Herv. d. Verf.] (M12, S.46).

Auch verwenden Jugendliche zahlreiche Vulgarismen, um Handlungsweisen provokanter auszudrücken, die dem Sexualwortschatz entstammen. Der Foto-Love-Story in der *Mädchen* ist unter anderem der Ausdruck *vögeln* zu entnehmen: „Dann [unter der Einnahme von Drogen] vögelt's sich gleich besser.“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.45). Das Verb *vögeln* stammt von „mhd. vogelen = begatten“²¹⁰ und umschreibt in abwertender Weise den sexuellen Vorgang des koitieren.

Wie bereits angedeutet sind Lautwörter ebenfalls Kennzeichen der gesprochenen Sprache ähnlichen Jugendsprache der Jugendlichen. In den Jugendzeitschriften finden sich zahlreiche Lautwörter. Die *BRAVO*-Redaktion verwendet unter anderem den Ausruf *Ooops*: „Ooops! Gabbys Hinterteil blitzt unter ihrem Rock hervor...“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.4). Bei diesem Lautwort handelt es sich um einen kommentierenden Ausruf der Redaktion. Ein weiteres Onomatopoetikum findet sich mit dem lautmalerischen Ausdruck *Buhuuu*: „Buhuuu! Die Killerpilze [der Name einer Band] haben ihren Plattenvertrag bei Universal Music verloren :-“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.7). Die zusätzliche Kommentierung des Gesagten durch die Verwendung eines in der Cybersprache als „Badsmile“ bekannten zeichenhaften Ausdrucks lässt diese Aussage der *BRAVO*-Redaktion der gesprochenen Sprache noch näher kommen. Ebenfalls werden in den Jugendzeitschriften die für die Jugendsprache typischen

²⁰⁹ DUDEN (2003): Stichwort *kotzen*, S. 954.

²¹⁰ Ebd.: Stichwort *vögeln*, S. 1742.

Interjektionen zahlreich verschriftlicht. So schreibt die Redaktion in der *BRAVO*-Ausgabe vom 3. Juni 2009 den Ausruf *wow* nieder: „Wow! Sieben coole Looks in einer Woche!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.8). Weitere Ausrufe, die von den Redaktionen der Jugendzeitschriften verwendet werden sind *ruck, zuck*: „Mit dem Wonder Wash-Waschgel von Aok geht das ruck, zuck.“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.31). Eine weitere in den Jugendzeitschriften verwendete Interjektion ist *Pfui*: „Laura hat für Sido gekocht: Tiefkühl-Pizza und total verkohlte Fischstäbchen. Pfui!“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.88). Bei diesem Ausruf handelt es sich um einen Ausruf des Missfallens oder des Ekels, der in der Standardsprache in öffentlichen Texten nicht verschriftlicht ist. Der Ausruf *Puh* wird ebenfalls häufig in den Jugendzeitschriften gebraucht: „Diese ganz eng anliegenden kleinen Haarschnüre namens ‚Cornrows‘ stehen dunkelhäutigen Girls einfach 100 mal besser, liebe Lucy! Bei weißer Kopfhaut? Puh!“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.5). Dieser Ausruf dient in diesem Zitat der Distanzierung von einer als negativ empfundenen Sache. Ein weiteres jugendtypisches von der *BRAVO*-Redaktion verwendetes Lautwort ist *Autsch*: „Autsch, das hat wehgetan!“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.36) sowie *Aua*: „Aua! Beim Dreh zu ‚Salt‘ stürzte Angelina Jolie (34) bei einem Stunt ab und verletzte sich im Gesicht.“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.4). Vor allem in den Foto-Love-Stories der Jugendzeitschriften finden sich zahlreiche Lautwörter verschriftlicht. Diese erinnern nicht nur in ihrer Verwendung von Lautwörtern, sondern auch in ihrem Format an den Ursprung der Onomatopoetika: Das Comic. In der Foto-Love-Story der *Mädchen* findet sich unter anderem der erstaunte Ausruf *Ah*: „Ah, da bist du ja, guten Morgen!“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.43) sowie der folgende verlegene Ausdruck *Ähm*, der auf die Unsicherheit der Sprecherin verweist: „Äääh...danke..., gute Nacht!“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.43). In der Foto-Love-Story der *Bravo Girl!* werden folgende Lautwörter verwendet *Haha*: „Haha, Mittagspause! Ohne Job gibt es keine Mittagspause!“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.73). Diese Interjektion gibt das Lachen schriftlich

wieder. Folgende weitere lautsprachliche Interjektionen werden in der *BRAVO*-Foto-Love-Story verwendet *Tatataa*: „Tatatataaaaaa! Guckt mal, was ich Tolles für euch habe...“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.57), *tzzz*: „Tzzzz!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.57) und *Hm*: „Hmmm...Ich kann bei meiner Cousine wohnen.“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.70).

Morphologie

Ein häufig vorkommendes Merkmal der Jugendsprache ist die Wortbildungsaktivität ausgewählter Verben, die im Sprachgebrauch der Jugendlichen durch verschiedene Formative modifiziert werden.²¹¹ In der *BRAVO* vom 9. Juni 2009 schreibt die Redaktion in den aktuellen News über die Stars: „Wie laufen die denn rum?!“ [Herv. d. Verf.]²¹² (B25, S. 4). Das intransitiv gebrauchte Formativ *rum-* ist in der Verbindung mit dem standardsprachlichen Basisverb *-laufen* als Tätigkeitsverb, welches eine nicht zielgerichtete Bewegung bezeichnet, paraphrasierbar. Durch das jugendsprachliche Formativ *rum-* wird die Bedeutung des standardsprachlichen Basisverbs *-laufen* insofern modifiziert, als das die durch das Grundmorphem bezeichnete Tätigkeit unspezifischer wird. Die jugendsprachliche Derivation *rumlaufen* ist als semantisch unverbindlich anzusehen, da das Agens kein bestimmtes, lokales Ziel seiner Handlung besitzt.²¹³ Eine weitere Wortbildung diesen Typs findet sich mit *rumtreiben* in der 14. *Mädchen*-Ausgabe: „Wo er [dein Traumprinz] sich rumtreibt, woher du weißt, dass er der Richtige ist und wie du an ihn rankommst – das sagt dir dein Marszeichen.“ [Herv. d. Verf.] (*Mädchen* 14 (2009), S. 50). In diesem Zitat gebraucht die *Mädchen*-Redaktion mit dem Verb *rankommen* eine weitere jugendtypische

²¹¹ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 94.

²¹² Im Verlauf dieser Arbeit sind den Zitaten aus den Jugendzeitschriften, wie gesagt, Siglen im laufenden Text nachgestellt. Eine vollständige Bibliographie der verwendeten Magazine findet sich in dem Literaturverzeichnis.

²¹³ Diese Unspezifiziertheit ist ein wesentliches Merkmal der Jugendsprache, die der Spontisprache entlehnt ist.

Verbmodifikation. Das Formativ *ran-* ist, nach Androutsopoulos, paraphrasierbar mit „hin zu jemandem“²¹⁴. In der Zusammensetzung mit dem Basisverb *-kommen* ist diese Derivation auch in der Standardsprache als „herankommen“ bekannt. Bei der jugendsprachlichen Komposition handelt es sich demnach nicht nur um eine Kürzung des Adverbs *heran* zu *ran*, sondern ebenfalls um eine Bedeutungsveränderung gegenüber der Standardsprache: In der Jugendsprache verliert die Komposition seine standardsprachliche Bedeutung als Bewegungsverb „im Sinne von einer räumlichen Vorwärtsbewegung auf ein Ziel zu“ und verändert sich zu einem Verhaltensverb, welches den Vorgang bezeichnet „bei einer Person anderen Geschlechts auf Anklang zu stoßen“.

Eine weitere typisch jugendsprachliche Derivation, in der ein standardsprachliches Basisverb durch ein produktives Formativ jugendtypisch modifiziert wird, findet sich ebenfalls in der *BRAVO*-Ausgabe vom 9. Juni 2009. Die *BRAVO*-Redakteure schreiben hier folgendes über die MTV Movie Awards in Los Angeles: „Krass, was da abging! [Herv. d. Verf.]“ (*BRAVO* 25 (2009), S. 8). Das ebenfalls intransitiv und produktiv gebrauchte Formativ *ab-* wirkt perfektiv-intensivierend im Sinne von völlig, voll und ganz.²¹⁵ Mit Hilfe dieses Präfixes wird das standardsprachliche Basisverb *-gehen* in seiner ursprünglichen Bedeutung als Bewegungsverb modifiziert. In der jugendsprachlichen Derivation ist das Verb als Handlungsverb im Sinne von „sich abspielen, etwas los sein“²¹⁶ zu verstehen. Diesem Wortbildungstyp entsprechen ebenfalls die mit dem produktiven Formativ *ab-* gebildete, jugendsprachliche Derivation *abblitzen*: „Abgeblitzt! Sarah Connors [28] Manager Florian Fischer [34] wollte backstage beim COMET ein Autogramm von Ashley Tisdale (23). [Herv. d. Verf.]“ (*BRAVO* 25 (2009), S. 7) sowie die Wortbildung *abhängen*: „Miley Cyrus (16) und Taylor Lautner (17) saßen während der Show nebeneinander und hingen auch danach zusammen ab. [Herv. d. Verf.]“ (*BRAVO* 25 (2009), S. 9)

²¹⁴ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 91.

²¹⁵ Vgl. ebd.: S. 90.

²¹⁶ Vgl. DUDEN (2003): Stichwort abgehen, S. 80.

Ein weiteres Beispiel dieses Wortbildungstyps ist das jugendtypische Verb *abheben*: „Jetzt hebt er völlig ab!“ [Herv. d. Verf.] (BRAVO 26 (2009), S. 4). Die ursprüngliche, standardsprachliche Bedeutung des Tätigkeitsverbs „heben“ wird durch das perfektiv-intensivierend wirkende Präfix *ab-* verändert. Das jugendsprachliche Verb *abheben* wird zu einem Verhaltensverb, dessen Bedeutung in der Jugendsprache im übertragenen Sinne als „den Bezug zur Realität verlierend“ zu paraphrasieren ist.

Weitere Verbmodifikationen dieses Wortbildungstyps sind *abchecken*: „Sie [die Jungs] haben keinen Plan, wie sie mit Girls umgehen müssen, deshalb halten sie sich auf Abstand, reden dich doof an, checken deine Reaktion ab.“ [Herv. d. Verf.] (Bravo Girl! 14 (2009), S. 18). Bei *checken* handelt es sich um ein Basisverb mit einem sehr geringen semantischen Gehalt, welches seine Funktionsfähigkeit im Text erst durch die Modifikation mit dem Formativ *ab-* erhält. Das Basisverb *checken* hat ursprünglich die Grundbedeutung ‚verstehen, wahrnehmen‘. In der präfigierten Verknüpfung mit dem Formativ *ab-* wird es nicht nur zum Handlungsverb, sondern erhält auch die semantische Angabe des Formativs und ist somit zu paraphrasieren als ‚klarmachen‘ (etwas abchecken).²¹⁷

Interessant ist vor allem das jugendsprachliche Verb *abrocken*, welches sehr produktiv von der *BRAVO*-Redaktion verwendet wird. Als Beispiel sei ein Bericht der Redaktion über Tyson Ritter genannt: „Mit ihrem Song ‚Gives You Hell‘ rocken die All-American Rejects gerade voll ab!“ [Herv. d. Verf.] (BRAVO 26 (2009), S. 6). Das aus dem englischen entlehnte Basisverb *rocken* stammt von englischen *to rock* und ist semantisch zu umschreiben mit „Rockmusik produzieren“ oder „nach Rockmusik zu tanzen“. Das englische Verb *to rock* ist demnach nicht nur insofern in das Deutsche integriert, als dass es nach deutscher Verbalflexion eine infinitive Pluralendung besitzt, sondern auch insofern, als das die ursprüngliche, englische Semantik des Verbs durch das Präfix *ab-* modifiziert wird. Die

²¹⁷ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 94.

Präfixbildung *abrocken* beschränkt sich nicht mehr semantisch auf Rockmusiker oder Rockfans, sondern ist in ihrer Bedeutung unspezifischer: Das jugendsprachliche Verb *abrocken* kann bezeichnen, dass ein Handlungsträger tanzt; das Verb kann jedoch im Allgemeinen auch einfach nur beschreiben, dass jemand Spaß auf einer Party hat und die Stimmung mit seinem Verhalten steigert. Das Basisverb *-rocken* durchläuft somit eine Bedeutungserweiterung in der Jugendsprache. Ebenfalls ein produktives jugendsprachliches Formativ ist *an-*. Dieses transitiv gebrauchte Präfix kommt in der Jugendsprache häufig in Derivationen, die eine Kontaktaufnahme bezeichnen vor. Die Redaktion der *BRAVO* verwendet dieses Formativ in der 26. Ausgabe in Verbindung mit dem Basisverb *-kommen*: „Süßes Lächeln und starke Ausstrahlung: Jascha kommt in Hollywood super an.“ [Herv. d. Verf.] (*BRAVO* 26 (2009), S. 17). Das standardsprachliche Bewegungsverb *ankommen* verliert seine ursprüngliche Bedeutung im Sinne von „einen Ort erreichen“²¹⁸ und besitzt in der Jugendsprache die Bedeutung „Anklang, Widerhall finden“²¹⁹ Weitere Beispiele dieses Wortbildungstyps sind *anmachen*: „Was macht dich im Bett an?“ [Herv. d. Verf.] (*Mädchen* 14 (2009), S. 14) und *anbaggern*: „Kaum zu glauben, aber wahr: In DIESEM Outfit kannst du Jungs anbaggern!“ [Herv. d. Verf.] (*Bravo Girl!* 14 (2009), S. 11). Eine in der Jugendsprache und in allen Jugendzeitschriften vorkommende, sehr produktive Verbmodifikation ist das Partizipaladjektiv *angesagt*²²⁰. Die *Mädchen*-Redaktion verwendet diese Konversion in folgendem Beispiel: „Er [der Zwilling-Boy] ist beliebt und weiß immer was gerade angesagt ist.“ [Herv. d. Verf.] (*Mädchen* 14 (2009), S. 53). Weitere jugendtypische Verbmodifikationen ließen sich anführen.

Im Hinblick auf ein spezifisches, morphologisches Inventar der Jugendsprache sind die Intensivpräfixe zu nennen. Das quantitativ am Häufigsten verwendete Formativ ist *super-*,

²¹⁸ DUDEN (2003): Stichwort ankommen, S. 139.

²¹⁹ Ebd.: Stichwort ankommen, S. 139.

²²⁰ In einer Wortbildungsanalyse ist diese Form unter Ausschluss der flektierten Form als *ansagen* (Adjektivischer Gebrauch) zu analysieren. Es handelt sich um die Ableitungsform der deverbalen Adjektivbildung und den Wortbildungstyp der Konversion.

gefolgt von *mega-* und *ober-*. Die Intensivpräfixe modifizieren zu 67,5 % Adjektive.²²¹ Das produktivste Intensivpräfix *super-* findet sich in der 25. Ausgabe der BRAVO, in der der Redakteur Wernicke die neue Wohnung von Queensberry-Sängerin Leo Bartsch als *superschön* beschreibt: „Du richtest dich superschön ein, fühlst dich total wohl in deinen vier Wänden. Und dann das: eine Mäuseplage! So geht’s gerade Queensberry-Star Leo Bartsch (20).“ [Herv. d. Verf.] (BRAVO 25 (2009), S. 21). Ein weiteres Beispiel findet sich in einem Beitrag der BRAVO-Redaktion über Britney Spears, in dem diese Britneys Outfit als *superhot* bezeichnet: „Brits ‚Circus‘-Show ist der Hammer, das spektakulärste Konzert des Sommers: 16 Tophits in 100 Minuten, dazu superhote Outfits.“ [Herv. d. Verf.] (BRAVO 24 (2009), S. 8). Interessant ist, dass das entlehnte Basisadjektiv eine deutsche Adjektivendung besitzt und somit nach dem deutschen Flexionssystem gebeugt ist. Weitere Beispiele sind *superfit*: „Eminem heute: „Total clean und superfit“ [Herv. d. Verf.] (BRAVO 24 (2009), S. 19), *supertoll*: „Diese fünf Models durften schon mal unser supertolles Extra mit Glitzerpuder und Pinsel ausprobieren.“ [Herv. d. Verf.] (Bravo Girl! 13 (2009), S. 6) und *supersüß*: „Supersüß und glamourös ist das Duo aus Ballonkleid und Latex-Leggins“ [Herv. d. Verf.] (Bravo Girl! 13 (2009), S. 12).

In derselben Ausgabe schreibt die BRAVO-Redaktion über den Teenie-Star Taylor Swift: „Taylor Swift ist selbst mega-erfolgreich.“ (BRAVO 25 (2009), S. 13) Bei dem Präfix *mega-* handelt es sich um ein entlehntes Intensivpräfix von griechisch *mégas* (groß): „Die Intensivpräfigierung in der Jugendsprache wird zu gutem Teil durch (vorhandene oder neueingeführte) Fremdmorpheme vollzogen.“²²² Interessant ist die jugendsprachliche Verwendung von *mega-* im Vergleich zur Standardsprache: Androutsopoulos spricht von einer Verschiebung der Bildungsbedeutung des Fremdpräfixes *mega-*, welches in der

²²¹ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 104.

²²² Vgl. ebd.: S. 117.

Standardsprache nur adnominal verwendet werde.²²³ Diese These von Androutopoulos findet sich bestätigt in dem Deutschen Universalwörterbuch von Duden: „Mega- [...] kennzeichnet in Bildungen mit Substantiven jmdn. oder etw. als besonders groß, mächtig, hervorragend, bedeutend [...]: Megaprojekt.“²²⁴ In der Jugendsprache findet sich das Intensivpräfix in dem zitierten Beispiel in einer Wortbildung mit dem adjektivischen Basiselement *erfolgreich*. Weitere Beispiele dieses Wortbildungstyps lassen sich finden: *mega-hot*²²⁵ (BRAVO 25 (2009), S.8) und *mega-wütend* (BRAVO 26 (2009), S. 93).

Ebenfalls werden in den Jugendzeitschriften zahlreiche adjektivische Intensivpräfixoide verwendet. Ein Beispiel dieser typisch jugendsprachlichen, nominalen Intensivpräfixoide an Adjektiven findet sich in der *BRAVO*-Ausgabe vom 17. Juni 2009: „Hier muss man nicht nur singen, sondern auch blitzschnell Tanz-Moves nachmachen.“ [Herv. d. Verf.] (BRAVO 26 (2009), S. 94). Die Derivation *blitzschnell* setzt sich zusammen aus der Verbindung eines nominalen Intensivpräfixoid *blitz-* und dem Adjektiv *schnell*. *Blitz-* ist als Präfixoid zu bezeichnen, da es als eigenständiges Wort lexikalisiert ist, in der vorliegenden Wortbildung jedoch eine präfixartige Funktion erfüllt. Als Präfixoid bildet *blitz-* daher einen Übergangsbereich zwischen Komposita und Präfixbildungen. Das präfixartige Morphem *blitz-* fungiert in der Wortbildung *blitzschnell* als Verstärkung im Sinne von „überaus schnell“²²⁶. Ein weiteres nominales Intensivpräfixoid an Adjektiven wird von der *Bravo Girl!*-Redaktion mit der Bildung *hammer-selbstbewusst*: „Wenn du diesen Mix so selbstbewusst und fröhlich trägst wie Miley, hebst du dich nicht nur von der Masse ab – du wirkst hammer-selbstbewusst und einzigartig.“ [Herv. d. Verf.] (Bravo Girl! 14 (2009), S. 13) sowie auch mit der Wortbildung *hammergeil* verwendet: „Diese hammergeilen Preise gibt es wirklich alle zu gewinnen.“ [Herv. d. Verf.] (Bravo Girl! 14 (2009), S. 52). Das Präfixoid

²²³ Vgl. ebd.: S. 111.

²²⁴ DUDEN (2003): Stichwort mega-, S. 1065.

²²⁵ Als Zweitglied fungiert in dieser Wortbildung das aus der englischen Sprache entlehnte, adjektivische Basiselement *hot*.

²²⁶ DUDEN (2003): Stichwort blitz-, S. 299.

Hammer- lässt sich jedoch auch als adnominales Intensivpräfixoid in der Jugendsprache verwenden. Ein Beispiel findet sich bei der *BRAVO*-Redaktion: „Hammer-Braut Jessica Alba (28)“ [Herv. d. Verf.] (*BRAVO* 26 (2009), S. 15). Dennoch finden sich auch in der Jugendsprache vier Intensivpräfixe, die sich auch mit Substantiven verbinden. *Super-* ist eines dieser Präfixe, mit dem die *BRAVO*-Redaktion in der Ausgabe vom 9. Juni 2009 den Star Miley Cyrus bezeichnet: Hier heißt es, „Supergirl Miley Cyrus“ (*BRAVO* 25 (2009), S. 10) habe einst eine Beziehung mit Nick Jonas geführt. Bei dieser Derivation handelt es sich um eine desubstantivische Substantivbildung aus dem Intensivpräfix *Super-* und dem aus englischer Sprache entlehnten Basismorphem *girl*. Ein weiteres Beispiel dieses Wortbildungstyps findet sich in der *BRAVO*-Ausgabe vom 3. Juni 2009. Hier bezeichnet die *BRAVO*-Redaktion Pink als *Super-Sängerin*: „Oje! schlechte Laune bei Super-Sängerin Pink (29).“ [Herv. d. Verf.] (*BRAVO* 24 (2009), S. 4). Als weiteres Beispiele ist die das Kompositum *Super-Erfolg* zu nennen: „Hinter Taylors Super-Erfolg steckt sein Vater!“ [Herv. d. Verf.] (*BRAVO* 26 (2009), S. 14). Ein weiteres Präfix, welches sich mit Substantiven verbindet, ist *Mega-*. In der *BRAVO* vom 17. Juni 2009 beschreibt die *BRAVO*-Redakteurin Kautz Lady GaGa’s Erfolg als *Mega-Karriere*: „Für ihn [ihren Freund Speedy] gönnt sie sich sogar zum ersten Mal ein paar Tage Pause von ihrer Mega-Karriere.“ [Herv. d. Verf.] (*BRAVO* 26 (2009), S. 11). Ein weiteres Beispiel ist der *Mega-Applaus*: „Im Rogers Centre in Toronto schmiss die Kanadierin [Avril Lavigne] den Ball ganz lässig zu den Spielern und erntete dafür Mega-Applaus von den Zuschauern.“ [Herv. d. Verf.] (*BRAVO* 26 (2009), S. 6).

Eine ebenfalls häufige Verwendung in den Jugendzeitschriften findet der Gebrauch der Intensivpräfixe als freies Morphem. Das freie, schriftliche Vorkommen von *super* ist seit bereits Anfang der 70er Jahre in der Jugendsprache dokumentiert. Der unflektierte, attributive Gebrauch von *super* findet sich ebenfalls in der Umgangssprache. Androutsopoulos

beschreibt das freie Morphem *super* als polyfunktional.²²⁷ Das freie Morphem *super* kann, nach Androutsopoulos folgende Funktionen einnehmen: Intensivpartikel, unflektiertes attributives Adjektiv, Prädikatsadjektiv, und Dialogsignal.²²⁸ In dem folgenden Beispiel wird *super* als Prädikatsadjektiv von der *BRAVO*-Redaktion gebraucht: „84% aller BRAVO-Leser glauben, dass der zweite Teil [von dem Film Twilight] super wird.“ [Herv. d. Verf.] (*BRAVO* 26 (2009), S. 6). Ebenfalls in der 26. Ausgabe der *BRAVO* findet sich eine weitere prädikative Verwendung des indeklinierbaren Adjektivs *super*: „Süßes Lächeln und starke Ausstrahlung: Jascha kommt in Hollywood super an.“ [Herv. d. Verf.] (*BRAVO* 26 (2009), S. 17). Als Intensivpartikel gebraucht die *Bravo Girl!*-Redaktion *super* in folgendem Beispiel: „Der süße Junge, mit dem du unter vier Augen super flirtetest, verwandelt sich vor seiner Clique in einen totalen Fiesling.“ [Herv. d. Verf.] (*Bravo Girl!* 14 (2009), S. 18). Als unflektiertes attributives Adjektiv wird *super* von der *Mädchen*-Redaktion verwendet: „Seit April gibt es die V.I.M.-Card, mit der ihr super Rabatte bekommt.“ [Herv. d. Verf.] (*Mädchen* 13 (2009), S. 6). Dass es sich bei dem freien Morphem *super* in der Verwendung als Dialogsignal wirklich um Jugendsprache handelt, geht aus einem authentischen Leserbrief, der in der 12. *Mädchen*-Ausgabe abgedruckt ist, hervor. Hier bewertet die *Mädchen*-Leserin Eileen ein Give-Away der letzten Ausgabe mit folgenden Worten: „Echt super!“ [Herv. d. Verf.] (*M12*, S. 52).

Bei den jugendtypischen Substantivkomposita sind spezifische Bildungsmuster nicht nachweisbar. Androutsopoulos beschreibt daher, dass sich die Konstituenten nach bestimmten Eigenschaften zusammensetzen. Eine dieser von Androutsopoulos genannten typischen Eigenschaften ist, dass viele der jugendsprachlichen Komposita Anglizismen als Erstglied oder Zweitglied enthalten.²²⁹ Die *BRAVO*-Redaktion verwendet ein auf diese Art gebildetes Substantivkompositum: „In & Out! Look-Diebe, die immer nur alles nachmachen.

²²⁷ Vgl. DUDEN (2003): S. 112.

²²⁸ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 112

²²⁹ Vgl. ebd.: S. 146.

[Herv. d. Verf.]“ (BRAVO 25 (2009), S. 5) Dieser jugendsprachlich geprägte Neologismus ist als Determinativkompositum zu bezeichnen. Das Zweitglied legt die Wortart des Kompositum als maskulin fest. Das entlehnte Erstglied determiniert die Bedeutung des Grundwortes *Dieb* näher. Das Bedeutungsverhältnis ist subordiniert. Weitere Beispiele dieses Wortbildungstyps, die von der *BRAVO*-Redaktion verwendet werden sind: das *Rock-Paar*: „Seit Monaten machen Trennungserüchte um das Rock-Paar [seit drei Jahren verheiratet] die Runde...“ [Herv. d. Verf.] (B25, S. 5), die *Style-Panne*: „Von dieser schillernden Style-Panne kann der ‚iCarly‘-Star (16) auch nicht mit einem süßen Lächeln ablenken!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S. 9), sowie die *Flirt-Flaute*: „Bei dir herrscht totale Flirt-Flaute.“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.36).

Determinativkomposita, die ein Anglizismus im Erstglied oder Zweitglied aufweisen, finden sich auch in den Mädchenzeitschriften mit der *Power-Röhre*: „Die punkige Power-Röhre [die Sängerin Avril Lavigne] sieht ihren Duft ‚Black Star‘ als persönliche Botschaft“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.21). Dieses Determinativkompositum besitzt ein aus den englischen entlehntes Erstglied. Bei dem Zweitglied liegt eine jugendsprachliche Bedeutungsverschiebung des standardsprachlichen Ausdrucks *Röhre* vor. In der Standardsprache wird als *Röhre* ein „langer zylindrischer Hohlkörper [...], der vor allem dazu dient, Gase od. Flüssigkeiten weiterzuleiten“²³⁰ verstanden. In der Jugendsprache bezeichnet diese musikspezifische Bildung Avril Lavigne als *Röhre*, um so auf ihre rockige Stimme anzuspielen. In der Jugendsprache kann *Röhre* demnach übersetzt werden mit „Stimme“ und ist insofern abgeleitet von dem schwachen Verb *röhren*. Dieses Verb kommt von mhd. *rēren* und bedeutet brüllen, blöken²³¹. Weitere Beispiele dieses Wortbildungstyps sind: das *Girls-Treffen*: „Und wie sieht’s mit Girls-Treffen aus?“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.21), das *Freitags-Castings*: „Johannes (15) ist einer der wenigen Jungs, die zu einem

²³⁰ DUDEN (2003): Stichwort Röhre, S. 1320.

²³¹ Ebd.: Stichwort röhren, S. 1320.

unserer Freitags-Castings gekommen sind.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.24), der *Trendtreter*: „und noch mehr coole Trendtreter gibt es ab sofort in allen Tchibo-Filialen“ [Herv. d. Verf.] (M12, S.7), und der *Freizeit-Look*: Wir sehen den Weltfußballer des Jahres [Christiano Ronaldo] im etwas seltsamen Freizeit-Look!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.6). Interessant ist vor allem das Determinativkompositum *Zicken-Beef*. In der *BRAVO* Ausgabe vom 17. Juni 2009 bezeichnet die Redaktion den Streit zwischen Collien Fernandes und Fady Maalouf als „Zicken-Beef de luxe!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.7). Das Erstglied *Zicke* ist im mhd. nicht belegt, geht jedoch in seiner standardsprachlichen Bedeutung „junge Ziege“ auf ahd. „zikkīn“ zurück.²³² Die jugendsprachliche weibliche Bezeichnung „Zicke“ indessen charakterisiert eine „weibliche Person, die sich zickig verhält“. Bei diesem jugendsprachlichen Beispiel handelt es sich um eine Bedeutungsverschiebung des Standards.²³³ Bei dem Zweitglied *beefen* handelt es sich um ein aus dem englischen entlehntes Szenewort, das im Hip Hop-Jargon als „sich mit jemandem streiten“ zu umschreiben ist. Bei einem *Beef* handelt es sich um einen Streit zwischen zwei Rappern, der offen über die Medien ausgetragen wird. Abermals findet sich an dieser Stelle ein aus der Szene des Hip Hop in die Jugendsprache entlehntes Wort. Ebenso lassen sich in der Jugendsprache Komposita finden, die ein Adjektiv als Erstglied aufweisen. Dieses Kompositionsmodell wird von der *Mädchen*-Redaktion gebraucht: „Kauf dir einen Billig-Bikini und style ihn mit Pailetten & Co. zum Designer-Teil“. [Herv. d. Verf.] (M12, S.19).

Ein weiteres Beispiel dieses Kompositionsmodells findet sich in der *BRAVO*-Ausgabe vom 17. Juni 2009 mit der Wortbildung *Endlos-Flirt*: „Sind am Ende Mileys Endlos-Flirts schuld daran [an dem Scheitern von Mileys Beziehungen]?“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.34). Ein Untermuster des Kompositums aus Adjektiv und Substantiv findet sich in der 24. Ausgabe der *BRAVO*. Hier verwendet die Redaktion das Determinativkompositum *Ätz-Attacke*: „Wow,

²³² Vgl. ebd.: Stichwort *Zicke*, S. 1855.

²³³ Die weibliche Hausziege wird standardsprachlich auch *Geiß* oder *Zicke* genannt.

was für eine Ätz-Attacke von den Veronicas!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.24). Bei diesem Kompositum handelt es sich um eine Zusammensetzung aus Adjektivstamm und Substantiv. Auch finden sich in der Jugendsprache zahlreiche Substantivkomposita mit nominalen Suffixoiden. Androutsopoulos teilt diese in sechs Bedeutungsgruppen ein. Interessant ist, dass die Suffixoide in diesen Bildungen semantisch entleert sind, da die deskriptive Bedeutung der Komposita von dem Erstglied allein getragen wird. Die Hauptleistung der Zweitglieder, so Androutsopoulos, liege daher in der Markierung der Person oder des Tätigkeitsbereiches und in ihrem konnotativen Wert.²³⁴ Die *Bravo-Girl!*-Redaktion verwendet ein Substantivkompositum mit nominalem Suffixoid, welches den Tätigkeitsbereich einer Person, bzw. in dem folgenden Beispiel eines Sachgegenstandes bezeichnet: „Nagellack in Stiftform, Pickelkiller und die beste Pflege für deine Füße.“ [Herv. d. Verf.] (BG 13 (2009), S.26). Das aus der englischen Sprache entlehnte Zweitglied des Kompositums *-killer* „kennzeichnet in Bildungen mit Substantiven eine Sache, eine Substanz o.Ä., die etw. zerstört, beseitigt, für etw. schädlich ist“²³⁵. Zu paraphrasieren ist dieses Zweitglied demnach als „etwas, das Pickel entfernt“. Das Zweitglied ist als Suffixoid zu bezeichnen, da es stark reihenbildend ist (z.B. Lackkiller, Staubkiller, Partykiller, Stimmungskiller etc.).

Interessant ist auch folgendes Substantivkompositum mit nominalem Suffixoid *Schicki-Micki-Kram*: „Auf Geld, Schmuck und Schicki-Micki-Kram legst du kaum Wert.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.52). Bei dem Erstglied handelt es sich um eine „sprachspielerische Bildung zu schick“²³⁶, die zu umschreiben ist als „modischer Kleinkram“²³⁷. Das Suffixoid *-kram* ist sehr produktiv in der Jugendsprache und stark reihenbildend. Weitere Beispiele dieses Wortbildungstyps sind unter anderem das *Designer Teil*: „Kauf dir einen Billig-

²³⁴ Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 151-154.

²³⁵ DUDEN (2003): Stichwort *-killer*, S. 897.

²³⁶ Ebd.: Stichwort *Schickimicki*, S. 1371.

²³⁷ Ebd.: S. 1371.

Bikini und style ihn mit Pailletten & Co. zum Designer-Teil“. [Herv. d. Verf.] (M12, S.19). Ein weiteres stark reihenbildendes Suffixoid ist das aus dem englischen entlehnte Suffixoid –*style*: „Der Hippie-Style rockt“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.27). Bei dem Erstglied *Hippie* handelt es sich um eine soziale Gruppenbezeichnung. Bei dem Zweitglied handelt es sich um eine Stilbezeichnung. Ebenfalls als typisch jugendsprachliches Phänomen ist das Satzkompositum²³⁸ zu bezeichnen. Die *Bravo-Girl!*-Redaktion verwendet ein solches Satzkompositum in ihrer 13. Ausgabe: „Na das „Weniger ist mehr“-Make-up!“ [Herv. d. Verf.] (*Bravo Girl!* 13 (2009), S.6). Weitere Satzkomposita lassen sich in den Jugendzeitschriften nachweisen: *Girlfriend-wechsel-dich-Spielchen*: „Kevin hat die Nase voll von den vielen Affären und Girlfriend-wechsel-dich-Spielchen seiner Brüder.“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.17). Die *Bravo Girl!*-Redaktion spricht außerdem von dem „Boah, ist die cool!“-Style“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.10).

Bei den jugendtypischen Substantivableitungen ist vor allem die deverbale Nominalisierung auf –*e* produktiv. Die *BRAVO*-Redaktion verwendet das Abstraktum die *Anmache*: „Übertreib es aber nicht mit der Anmache, sonst verschreckst du alle Girls!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.36). Dieses Abstraktum ist paraphrasierbar als „die Tatsache, dass jemand angemacht wird/ oder jemanden anmacht“. Bei der Substantivableitung handelt es sich um das Basisverb *machen*, welches durch das Formativ *an-* präfigiert und nominalisiert ist. Ebenfalls werden in der Jugendsprache häufig deverbale Abstrakta durch die kombinatorische Derivation (Eine Ableitung bei der Präfixe und Suffixe zusammenwirken) gebildet. Ein Beispiel eines solchen Abstraktums wird von der *BRAVO*-Redaktion mit dem Substantiv *Rumgefllirte* verwendet: „Schluss mit wildem Rumgefllirte – die Sterne sorgen dafür, dass Du endlich die Richtige findest!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.36). Es handelt sich bei

²³⁸ Mit dem Terminus Satzkompositum bezeichnet Androutsopoulos Komposita mit einem Satz als Erstglied. (Vgl. Androutsopoulos (1998): S. 149.)

dieser Wortbildung um das aus dem englischen entlehnte Basisverb *flirten*, welches durch das Infix *ge-* präfigiert ist. Durch das zusätzliche, in der Jugendsprache produktive Formativ *rum-*, erhält die durch das Basislexem bezeichnete Handlung eine negative Bewertung. Wortbildungen dieser Art bezeichnen semantisch zeitliche Wiederholungen und überdrüssige und lästige nichtgegenständliche Dinge.²³⁹ Die jugendtypische Bildung *Rumgefirtete* ist zu umschreiben als „die negative Tatsache, dass jemand zu häufig flirtet“. Die auf diese Weise gebildeten Zusammensetzungen können als einfache Derivate in der Standardsprache vorkommen (z.B. Gesäge, Gejammer etc.). Eine erneute Ableitung von bereits präfigierten Verben kommt jedoch nicht als Substantivableitung in der Standardsprache, sondern nur in der Jugendsprache vor.²⁴⁰

Als weitere jugendtypische Substantivbildung findet sich die Ableitung auf *-er*. So gebraucht die *Mädchen*-Redaktion in der 13. Ausgabe das Wort *Süßer*: „Dein Süßer ist manchmal so gnadenlos direkt.“ [Herv. d. Verf.] (M13, S.70) und die *BRAVO*-Redaktion in ihrer 26. Ausgabe das Substantiv *Abstecher*: „Aber nach einem Abstecher in die Wildwasserbahn stellten sich Daniel und Dominik gleich wieder bei der ‚Blue Fire‘ an“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.4). Dass es sich bei den Ableitungen auf *-er* um authentischen, jugendsprachlichen Jargon handelt, geht aus der 13. *Mädchen*-Ausgabe hervor, in der ein Leser (Simon (18)) das Substantiv der *Abtörner* verwendet: „Arroganz ist ein totaler Abtörner.“ [Herv. d. Verf.] (M13, S.22).

Bei den Adjektivbildungen sind Suffigierungen mit *-mäßig* besonders produktiv. Dieses Suffix kommt auch in der Standardsprache vor. Dennoch sei davon auszugehen, so Androutopoulos, dass sich die Jugendsprache in den Kombinationsmöglichkeiten mit dem Suffix innovativer zeigt als die Standardsprache.²⁴¹ Die meisten Adjektive, die durch eine

²³⁹ Vgl. ebd.: S. 162.

²⁴⁰ Vgl. ebd.: S. 163.

²⁴¹ Vgl. ebd.: S. 173.

Suffigierung mit *-mäßig* gebildet sind, haben eine substantivische Basis.²⁴² Sehr häufig handelt es sich hierbei um ein englischsprachiges Basissubstantiv, wie z.B. in dem folgenden Beispiel von der *Mädchen*-Redaktion: „Für den Fall, dass du beachmäßig noch nicht perfekt ausgerüstet bist, kommt hier dein Traumgewinn.“ [Herv. d. Verf.] (M13, S.30). Semantisch ist diese Suffigierung insofern als limitativ (einschränkend) zu bezeichnen, als dass *beachmäßig* zu paraphrasieren ist als „was den Beach betrifft“ und somit den Traumgewinn auf Dinge beschränkt, die der Leser mit an den Strand nehmen kann. Bei der Adjektivableitung von *-mäßig* an einem Verbstamm handelt es sich um eine weniger produktive Bildung. Interessant ist die folgende von der *Bravo Girl*-Redaktion verwendete verbale Basis des Adjektivs *deprimäßig*: „Du machst einen fröhlichen, unbeschwerten Eindruck, bist nicht zickig oder deprimäßig drauf.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.56). Bei der verbalen Basis handelt es sich um ein substantivisches Kurzwort, welches durch Konversion zu einem charakterisierenden Adjektiv abgeleitet wurde (Das Substantiv der Depri wurde zu dem Adjektiv *depri* (sein) abgeleitet). Bei der Suffigierung *deprimäßig* handelt es sich demnach um eine produktive, suffigierte Variante des Adjektivs *depri*. Eine weitere Adjektivableitung auf *-mäßig* wird von der *Bravo Girl*-Redaktion mit *hippiemäßig* gebraucht: „Der Lagen-Look aus Kleid und rockigem Tanktop wird durch den Schal als Gürtel hippiemäßig angesagt!“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.9). Diese Ableitung besitzt eine substantivische Basis, wie die meisten *mäßig*- Adjektive.²⁴³ Semantisch ist diese Suffigierung komparativ zu nennen und zu umschreiben mit „wie ein Hippie seiend“. Syntaktisch wird *hippiemäßig* ad-adjektivisch gebraucht. Eine weitere Adjektivableitung mit substantivischer Basis findet sich mit dem Adjektiv *machomäßig*: „Klingt zwar machomäßig.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.23). Auch dieses Adjektiv ist komparativ zu nennen und paraphrasierbar als „wie ein Macho seiend“. Syntaktisch ist *machomäßig* in diesem Beispiel prädikativ

²⁴² Vgl. ebd.: S. 174.

²⁴³ Vgl. ebd.: S. 174.

verwendet. Ähnlich diesen Adjektivableitungen mit dem Suffix *-mäßig* verhalten sich auch die Ableitungen unter der Verwendung des Suffixes *-technisch*. Die *Mädchen*-Redaktion verwendet *-technisch* mit einem substantivischen Basislexem: „der Sommer startet flirtechnisch für dich eher verhalten“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.52). Die Adjektivableitung *flirtechnisch* erscheint in diesem Beispiel in adverbialer Stellung, wie dies, nach Androutsopoulos, häufig vorkommt in der Jugendsprache.²⁴⁴

Nach dem Suffix *-mäßig* handelt es sich bei dem Formativ *-ig* um das zweithäufigste adjektivische Ableitungssuffix.²⁴⁵ Die jugendsprachlich produktiven Formative *-ig* und *-mäßig* konkurrieren mit standardsprachlichen Formativen wie *-end*, *-isch*, *-lich* und *-haft*. Als Beispiel sei an dieser Stelle standardsprachlich *nervend* von dem jugendsprachlich produktiven Adjektiv *nervig* unterschieden.²⁴⁶ Die *BRAVO*-Redaktion verwendet in der Ausgabe vom 3. Juni 2009 das Adjektiv *rockig*: „Jetzt wird’s rockig“ [Herv. d. Verf.] (B24, S. 74). Bei dem Basislexem handelt es sich um das aus der englischen Sprache entlehnte Verb „to rock“. Androutsopoulos bemerkt hierzu, „daß Ableitungen von engl. Basislexemen mit 56% der Gesamtsumme in der Mehrheit sind.“²⁴⁷ Bei dem Adjektiv handelt es sich um eine Musikstilbezeichnung, die in der Jugendsprache sehr produktiv ist und in allen drei Jugendzeitschriften häufig vorkommt. Ein weiteres Beispiel für eine verbale Basis, an die das Ableitungssuffix *-ig* herantritt ist das Adjektiv *krachig*: „Auch wenn die Sonne sich mal hinter Wolken versteckt: Miley strahlt trotzdem mit ihren krachigen Tops um die Wette.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S. 14). Das adjektivische Ableitungssuffix *-ig* wird ebenfalls von der *Mädchen*-Redaktion in folgendem Zitat gleich zweifach gebraucht: „Deine Kombi aus lässigem Shirt, edlem Rock und knalligen Accessoires ist einfach top!“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.7). Das Adjektiv *lässig* ist verwandt mit dem deutschen Verb *lassen*: „Das nur *dt.* Adjektiv (*mhd.* *lezzic*) ist eine Bildung zu dem

²⁴⁴ Vgl. ebd.: S.178.

²⁴⁵ Vgl. ebd.: S. 179.

²⁴⁶ Vgl. ebd.: S. 201.

²⁴⁷ Vgl. ebd.: S.179.

heute veralteten lass ‚matt, müde, schlaff‘. [...] Dieses gemeingerm. Adjektiv gehört zu der unter *lassen* dargestellten *idg.* Wurzel, vgl. z.B. das verwandte *lat.* *lassus* ‚matt, müde‘.“ [Herv. d. Autor]²⁴⁸ Diese hier beschriebene Bedeutung hat das Adjektiv unter anderem in der Standardsprache noch heute mit der Semantik „leicht, ohne Schwierigkeiten“²⁴⁹. Des Weiteren bedeutet *lässig* standardsprachlich auch „ungezwungen u. ohne große Förmlichkeit“²⁵⁰. In der Jugendsprache indessen ist *lässig* anders als im Standard als „hervorragend, ausgezeichnet“²⁵¹ zu übersetzen und ist in allen drei Jugendzeitschriften wie auch das Adjektiv *rockig* sehr produktiv gebraucht. In der Jugendsprache verwendet wird das ebenso aus der Standardsprache bekannte Adjektiv *knallig*. Das Basislexem ist ursprünglich von einer substantivischen Basis *der Knall* abgeleitet. Die jugendsprachliche Semantik dieses Adjektivs unterscheidet sich in diesem Beispiel nicht von der standardsprachlichen Bedeutung. Auch in der Jugendsprache bezeichnet das Adjektiv „grelle und auffallend intensive Farbtöne“. Ein weiteres von der *Mädchen*-Redaktion verwendetes Adjektiv ist *flippig*: „Zieh dich flippig an“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.57). Dieses Adjektiv besitzt die englischsprachige substantivische Basis *flip* (der Ruck). Semantisch ist das Adjektiv zu paraphrasieren als „von lockerer, leichter, unsteter Art; kess, flott und oft ein wenig ausgefallen“²⁵². Standardsprachlich ist dieses Adjektiv ebenso produktiv wie auch in der Jugendsprache. Dennoch findet es sich in formalen Texten des Standards nicht häufig verschriftlicht; in der Jugendsprache hingegen ist es auch in schriftlicher Form produktiv zu nennen. Weitere Adjektivableitung mit substantivischer Basis sind *zickig*: „Du machst einen fröhlichen, unbeschwerten Eindruck, bist nicht zickig oder deprimäßig drauf.“ [Herv. d. Verf.] (BG13, S.56), *tussig*: „Dieser lässige Country-Look wirkt supernatürlich und gar nicht

²⁴⁸ DUDEN (1997): Stichwort *lässig*, S. 405.

²⁴⁹ DUDEN (2003): Stichwort *lässig*, S. 993.

²⁵⁰ Ebd.: S. 993.

²⁵¹ Ebd.: S. 993.

²⁵² Ebd.: Stichwort *flippig*, S. 556.

tussig.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.8), *heftig*: „Heftiger Auftritt“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.8) und *punkig*: „Die punkige Power- Röhre.“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.30).

Abgesehen von zahlreichen typisch jugendsprachlichen Merkmalen in der Morphologie weist die von den Redaktionen der Jugendzeitschriften verwendete Syntax ebenfalls viele Ähnlichkeiten mit der Syntax der Jugendsprache auf.

Syntax

Bei der Jugendsprache handelt es sich, wie bereits angesprochen, vor allem um eine gesprochene, parataktische Sprache, die von den Normen der deutschen Schriftsprache abweicht. Ein Beispiel für einen parataktischen Satz, der ohne Präpositionen auskommt und nur durch einen Trennstrich getrennt ist, findet sich in der *BRAVO* vom 24. Juni 2009: „Und auch Alkohol war immer ein heikles Thema für sie [die Sängerin Fergie] – früher bestand ihr Leben nur aus durchzechten Nächten.“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.17). Ein weiteres Beispiel für aneinander gereihete, parataktische Sätze ohne Präpositionen ist folgendes: „Sie spielt Klavier mit den Zehen. Sie performt auf abgefahrenen Motorrollern. Sie trägt die krassesten Outfits, bastelt sich sogar Kleider aus Seifenblasen.“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.17). Um die Satzstrukturen in den Jugendzeitschriften möglichst einfach zu halten, arbeiten die Redaktionen mit vielen Satzzeichen (unter anderem Trennstrichen und Doppelpunkten). So findet sich folgender Satz in der 27. Ausgabe der *BRAVO*: „Witzig: Vanessa (M..) trägt noch Morgenmantel – Mary-Kate (r.) ist schon krass geschminkt.“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.15). Ob der fehlende unbestimmte Artikel vor dem Substantiv *Morgenmantel* ein Druckfehler ist oder der absichtlich aus Gründen der Vereinfachung nicht abgedruckt wurde, kann nicht eindeutig festgestellt werden. Ein ähnlicher Satz, der in seiner Struktur durch den Einsatz von

Trennstrichen sehr vereinfacht ist und an die gesprochene Sprache erinnert, ist ebenfalls von der *BRAVO*-Redaktion verfasst: „Das Girl auf einem Bett in verführerischen Posen – Aufnahmen, die Vanessas Image damals heftig schadeten.“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.15). Auch das folgende Satzbeispiel weist, durch die Verwendung eines Trennstrichs, eine parataktische Satzstruktur auf, die in dieser Form in der Standardsprache nicht zu finden ist: „Beide Girls verknallten sich in den Briten – Kristen gewann das Liebes-Duell.“ [Herv. d. Verf.] (B27, S.31).

Des Weiteren verwenden die Redaktionen der Jugendzeitschriften phonetisch-syntaktische Vereinfachungen. Gelockerte syntaktische Strukturen (Ellipsen, Apokopen) treten ebenfalls in der Umgangssprache auf, jedoch finden sich diese in einem stärkeren Maße in der Jugendsprache.²⁵³ Zahlreich ist daher in der Jugendsprache der elliptische Wegfall von Vokalen belegt, wie z.B. durch die verstärkte Verwendung von dem indefiniten Determinierer *so ne* anstatt *so eine*: „Vergesslich, Geheimcode oder einfach nur’ ne coole Styling-Idee?“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.8). Bei diesem Beispiel handelt es sich um eine Lautkürzung am Wortanfang. Ein weiteres Beispiel findet sich in der *BRAVO*-Foto-Love-Story, in der *mit ’nem* anstatt *mit einem* verwendet wird: „Du Bitch machst dort bestimmt mit ’nem schmierigen Italiener rum!“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.69). Eine weitere Lautverkürzung am Wortanfang ist die Verwendung von *mal* anstatt von *einmal*: „Das ist ja mal Pech!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.7). Ein weiteres Beispiel hierfür findet sich auch in der *Mädchen*: „Womit hat ein Junge dich schon mal verletzt?“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.12). Die *Mädchen*-Redaktion verwendet ebenfalls eine Lautkürzung am Wortanfang mit der Formulierung von *was* anstatt *etwas*: „Du musst was essen, sonst macht dein Kreislauf schlapp.“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.34). Auch in der Wortmitte können Lautkürzungen in der Jugendsprache auftreten. Die *BRAVO*-Redaktion verwendet unter anderem das Adverb *daran* in verkürzter

²⁵³ Vgl. Buschmann (1994): S. 220.

Form als *dran*: „Du weißt, was dran ist und was nicht!“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.36). Auch lassen sich in den analysierten Jugendzeitschriften zahlreiche Lautverschmelzungen am Wortende finden. In der *BRAVO* verwendet die Redaktion folgende Verschmelzung aus Verb und Personalpronomen *hat's* anstatt *hat es*: „Ashley (23) hat's drauf.“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.9). Als weiteres Beispiel verwendet die Redaktion *macht's* anstatt von *macht es*: „BRAVO macht's möglich!“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.16) und *freut's* anstatt *freut es*: „Beide haben Spaß mit ihren Kids im Coldwater Canyon Park. Und die Paparazzi freut's auch!“ [Herv. d. Verf.] (B8, S.6).

Syntaktische Reduktionen in der Jugendsprache, die von den Redaktionen der Jugendmagazine häufig verwendet werden, sind ebenfalls satzwertige, intensivierte Adjektivphrasen, die in den Jugendzeitschriften als Kommentar eingesetzt werden. Diese Reduktionen sind dem Satz meist als Nachtrag nachgestellt: „Ein satzsyntaktisches Kennzeichen von Jugendsprache ist der Anschluß eines expressiven Fragments [...] an eine Bezugsäußerung, die typischerweise auch ihrerseits eine expressive Sprechhandlung ist.“²⁵⁴ So verwendet die *BRAVO*-Redaktion in der 26. Ausgabe folgende Adjektivphrase als kommentierende Satzaussage: „Einfach fett!“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.4). Auf derselben Textseite findet sich eine weitere Phrase: „Echt gemein!“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.4). Die *Mädchen*-Redaktion verwendet ebenfalls Einwortäußerungen. In folgendem Beispiel in Form eines Adjektivs: „Heiß!“ [Herv. d. Verf.] (M14, S.58). Eine typisch jugendsprachliche Einwortäußerung in Form eines Substantivs ist *Hammer*: „Hammer! ‚Twilight‘ live!“ [Herv. d. Verf.] (B25, S.78). Dass sich die Jugendsprache an der expressiven Sprechhandlung orientiert, geht ebenfalls aus den in der Jugendsprache verwendeten Sätzen, bei denen das Kopulaverb getilgt, wird hervor. So verwendet die *BRAVO*-Redaktion folgende Sätze: „Das indische Getränk Mango Lassi... Toll exotisch und mega-lecker!“ [Herv. d. Verf.] (B10, S.5)

²⁵⁴ Androutsopoulos (1998): S. 332.

und des Weiteren heißt es in der *BRAVO*: „Schock für alle US-5-Fans!“ [Herv. d. Verf.] (B10, S.12). In der 9. Ausgabe der *BRAVO* schreibt die Redaktion ebenfalls folgenden Satz ohne die Verwendung eines Verbs: „Kein gutes Party-Wochenende für Leona (23).“ [Herv. d. Verf.] (B9, S.9).

Ein erneuter Hinweis darauf, dass sich die Jugendsprache sehr an der gesprochenen Sprache orientiert, ist die Tendenz zur Dialogisierung, die sich häufig in den Jugendzeitschriften, ähnlich den Songtexten des deutschen Hip Hop, nachweisen lässt. Dieses szenische Erzählen wird in den Jugendzeitschriften häufig in den einzelnen Texten gebraucht und fungiert als rhetorische Frage der Redaktion. So schreibt die *BRAVO*-Redaktion in ihrer 26. Ausgabe: „Aber wie kann es sein, dass sich ein Star mit einem ganz normalen Mädchen verabredet?! BRAVO macht’s möglich!“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.16). In der 24. Ausgabe der *BRAVO* schreibt die Redaktion dann ebenso folgendes: „Wow, sieht echt cool aus. Aber wo haben wir das schon mal gesehen? Genau! Bei LaFee (18)!“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.16). Ein weiteres Beispiel von Dialogisierung in Jugendzeitschriften findet sich in der *Bravo Girl!*-Ausgabe vom 24. Juni 2009: „Warum Vanessa Anne Hudgens so gut gelaunt ist? Na, weil sie „Yeah“-Leggins trägt.“ [Herv. d. Verf.] (BG14, S.6).

Ein weiteres, syntaktisches Merkmal der Jugendsprache ist, wie bereits thematisiert, die Bricolage. Beispiele dafür, dass auch die Redaktionen der Jugendzeitschriften Bricolagen verwenden, finden sich in der 24. *BRAVO*-Ausgabe: „10 Anzeichen, dass du noch nicht in der Sonne warst: 1. Dr. House lässt fragen, ob Du in der Serie eine Leiche spielen willst.“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.77). In diesem Zitat spielt die Redaktion auf die amerikanische Fernsehsendung *Dr. House* an. Ein Verweis auf den Film *Der weiße Hai* wird ebenfalls von der *BRAVO*-Redaktion gemacht: „Im Schwimmbad sorgst du für Panik – alle denken, Du bist der Weiße Hai.“ [Herv. d. Verf.] (B24, S.77). In der 26. *BRAVO*-Ausgabe findet sich eine Anspielung der Redaktion auf die deutsche TV-Show *Schlag den Raab*: „10 Anzeichen, dass

du zu cool für diese Welt bist: 8. Du schlägst den Raab.“ [Herv. d. Verf.] (B26, S.93). Interessant ist, dass die Anzeigenwerbungen in der *Mädchen* das Stilmittel der Bricolage ebenfalls aufgreifen. So heißt es in einer Werbeanzeige: „lizenz zum auffallen – black mania. der ultimative agenten-look“ [Herv. d. Verf.] (M13, S.37).. Diese Werbung für Wimperntusche der Kosmetikfirma „essence“ spielt auf den berühmte 16. James-Bond-Film *Lizenz zum Töten* und variiert den Titel aus werbestrategischen Gründen ab.

KAPITEL 6

JUGENDSPRACHE ALS AUSDRUCK DES GESAMTDEUTSCHEN SPRACHVERFALLS

Die Jugendsprache wurde stets kritisiert in der Sprachgeschichte, nicht zuletzt aufgrund ihrer Verwendung von unanständigen Wörtern.²⁵⁵ So wird der Jugendsprache gegenwärtig vielfach vorgeworfen Ausdruck einer niederen Sprachform der Jugend zu sein. Diese Auffassung führte in der Gesellschaft vielfach zu der Besorgnis, dass von der Jugend eine Sprachverderbnis ausgehe: „Der Hang der Jugendlichen zu Floskeln, Abkürzungen, vulgären Ausdrücken, spontan-emotionalem nicht-kontrolliertem Sprechen wurde als Bedrohung der akademischen Werte des Sprachgebrauchs gewertet.“²⁵⁶ Jugendliche seien heutzutage nicht mehr fähig die Hochsprache akkurat zu verwenden; so lautet der allgemeine, gesellschaftliche Vorwurf. Neuland listet einige öffentliche Urteile über Jugendliche und ihre angeblich negative Sprachkompetenz auf:

Vertreter aus Industrie und Wirtschaft beklagen nachlassende Grammatik- und vor allem Rechtschreibkenntnisse bei jugendlichen Berufsanfängern. [...] Politiker und Journalisten haben bei einer ganzen Generation ‚Dialogverweigerung‘, ja, ‚Dialogunfähigkeit‘ diagnostiziert. In Leserbriefen machen Zeitungsleser ihrer Empörung über den ‚Vulgärjargon‘ und das ‚Comicedeutsch‘ Jugendlischer Luft.²⁵⁷

Eine weitere Fehlinterpretation liegt in der Annahme begründet, „die ‚verderbte‘ Sprache der Jugend sei direktes Abbild oder Widerspiegelung von jugendlichen Wertvorstellungen“²⁵⁸. Somit ist in der Gesellschaft nicht nur von Sprachverfall, sondern auch von Werteverfall der Jugend die Rede. Die Ursache für den jugendlichen Sprachverfall wird vordringlich in den negativen Auswirkungen des medialen Zeitalters begründet. Neuland spricht von der

²⁵⁵ Vgl. Neuland (2008): S. 3.

²⁵⁶ DFG – Jugendsprache im Längsschnitt. Freie Universität Berlin. <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/index.html>, aufgerufen am 12. Juli 2009.

²⁵⁷ Neuland (2008): S. 5.

²⁵⁸ Jakob (1988): S. 330.

Befürchtung der Gesellschaft, der Medienkonsum der Jugendlichen könne negative Auswirkungen auf deren Standardsprache habe. Als Beispiel nennt sie die Kommunikationsweise der Jugendlichen in Emails, im Chat sowie in Sms.²⁵⁹

Dass sich diese subjektive Dramatisierung der Öffentlichkeit konträr zu sprachwissenschaftlichen Auslegungen verhält, erfasste bereits Jakob 1988 in einer Zeit, zu der die Jugendsprachforschung noch in ihren Kinderschuhen steckte.²⁶⁰ Die sprachwissenschaftliche Forschung bezeichnet die jugendsprachlichen Veränderungen der Standardsprache objektiv als Sprachwandel: Mit dem Wissen, dass Sprache im Allgemeinen keine statische Größe ist, sondern sich stets verändert, kann die Jugendsprache bezeichnet werden als „die Gruppensprache einer gesellschaftlichen Teilgruppe, die sich in ihrer Aufgabe des tabuverletzenden Ermutigers durch besonders hohe Innovationsbereitschaft auszeichnet“²⁶¹. Die Gesamtjugendsprache, die im Rahmen dieser Arbeit anhand der Musikrichtung des deutschen Hip Hop und der Jugendzeitschriften näher erläutert wurde, ist tabuverletzend und provokant, dennoch muss ihr Einfluss auf die Standardsprache relativiert werden.²⁶² Zunächst bemerkt Neuland, dass der Sprachstil der Erwachsenen ebenfalls zunehmend eine Tendenz zur Informalität aufweist. Zu berücksichtigen bleibt, dass die Neuen Medien nicht nur Einfluss auf die Jugendsprache, sondern ebenfalls auf die Standardsprache besitzen. Ebenso ist die zunehmende Aufnahme von Anglizismen in den deutschen Sprachgebrauch, welche nicht nur den Sprachpurismus dazu verleitet einen vermeintlichen Sprachverfall zu befürchten, nicht auf die Jugendsprache begrenzt, sondern betrifft die Standardsprache ebenso.

Demnach wirkt der jugendliche Sprachstil heutzutage nicht mehr derart provokant auf die Erwachsenengeneration, wie er noch von der Nachkriegsgeneration empfunden wurde.²⁶³ Hinzu kommt, dass die Jugendsprache im Hinblick auf ihre Sprecher begrenzt ist. Auch

²⁵⁹ Neuland (2008): S. 17.

²⁶⁰ Vgl. Jakob (1988): S. 330.

²⁶¹ Ebd.: S. 346.

²⁶² Vgl. ebd.: S. 346.

²⁶³ Vgl. Neuland (2008): S. 16.

werden jugendsprachliche Ausdrücke wie *geil* und *Flachwanker* niemals Einzug in die Standardsprache erhalten. Festzuhalten bleibt demnach, dass die sprachwissenschaftliche Forschung die Jugendsprache nicht als Verfall der deutschen Sprache betrachtet. Jugendsprachliche Ausdrucksweisen regen dazu an, „mit Sprache emanzipierter, informeller aber auch kritischer umzugehen [sowie] Sprachgrenzen und Sprachnormen in einer pluralistischen Lebenswelt zugunsten der Inhalte auch einmal zu überschreiten“²⁶⁴. Sprachforscher sehen in der Jugendsprache somit vielmehr die positiven Affekte, die diese auf die Standardsprache und die Umgangssprache besitzt: „Jugendsprache ist umstritten. Wo Kritiker schnell die Verrohung der Sprache und Sprachverfall attestieren, sprechen Sprachwissenschaftler von einer wichtigen Quelle das Standarddeutsche zu erneuern und die Umgangssprache zu beleben.“²⁶⁵

²⁶⁴ Lapp (1989): S. 72.

²⁶⁵ Wissenschaftler erforschen Jugendsprache. Norbert Dittmar und Nils Bahlo im Interview, Axel Dorloff / inforadio rbb – 2009. http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/Ver__ffentlichungen/Wissenschaftler/index.html, aufgerufen am 1. Juni 2009.

KAPITEL 7

FAZIT

Die Jugendsprache zeichnet sich vor allem durch ihre kreative, innovative und flexible Umgangsweise mit der Sprache aus. Ihre Hauptmerkmale sind daher ihre Varianz und ihre Variabilität. Die Jugendsprache ist aufgrund ihrer zahlreichen Sprechstile und unterschiedlichen Repräsentation in den verschiedenen Jugendsubkulturen als inhomogen zu bezeichnen. Dennoch ist zu bemerken, dass die Medien (Im Rahmen dieser Arbeit anhand der Jugendzeitschriften und der Musikrichtung des Hip Hop thematisiert) einen großen Einfluss auf die jugendliche Sprache ausüben. Erinnert sei an dieser Stelle an die Aussage von Prof. Dr. Neuland, die eine wichtige Rolle in der Jugendsprachforschung einnimmt, und die Jugendsprache als ein „Medienphänomen“²⁶⁶ bezeichnet. Herausgearbeitet wurde im Verlauf dieser Arbeit, dass die auditiven Medien und die Printmedien einen wesentlichen Einfluss auf die Jugendsprache besitzen, indem sie eine standardisierte gesamtdeutsche Jugendsprache stilisieren und verbreiten. Einerseits orientieren sich die Medien aus werbestrategischen Gründen an der Sprache der Jugendlichen und adaptieren diese. Andererseits übernehmen die Auditiven wie auch die Printmedien eine Vorbildfunktion für die Jugendlichen, indem sie diese sprachlich bereichern (u.a. adaptieren die Jugendlichen die Neologismen oder geprägten Szenewörter „ihrer“ Musikidole oder „ihrer“ Jugendzeitschrift).

Dass eine gesamtdeutsche Jugendsprache ihre Verbreitung durch die zentralen jugendtypischen Medien, wie dem deutschen Hip Hop und den deutschen Jugendzeitschriften findet, ist im Rahmen dieser Arbeit in einer eingehenden Analyse herausgearbeitet worden. Indem die Jugendsprache millionenfach von Werbung, Zeitschriften- oder Buchindustrie,

²⁶⁶ Neuland (2008): S. 42.

Rundfunk- oder Filmindustrie eingesetzt wird, verbreitet sie sich nicht nur in Gesamtdeutschland, sondern wird auch aus verkaufsstrategischen Gründen standardisiert.²⁶⁷ Jakob fasst zusammen: „So entsteht eine bundesweite Gruppensprache der Jugend“²⁶⁸. Die Gesamtjugendsprache kann demnach ähnlich der Standardsprache, die als eine allgemeinverbindliche Sprachnorm der Gesellschaft gilt, als „eine der wichtigsten Integrationsklammern der modernen gesamtgesellschaftlichen Jugendkultur“²⁶⁹ angesehen werden. Unter einer standardisierten gesamtdeutschen Jugendsprache ist demnach, wie bereits angedeutet, eine von den Medien idealisierte und stilisierte Form der Jugendsprache zu verstehen. Ob diese tatsächlich in allen einzelnen Jugendsubkulturen umgesetzt ist, gilt es durch eine Fallstudie zu überprüfen.

Die These, dass von einer stilisierten, gesamtdeutschen Gesamtjugendsprache auszugehen ist, die durch die Jugendmedien, dem deutschen Hip Hop und den auflagenstärksten deutschen Jugendzeitschriften, verbreitet wird, ist durch folgende Materialauswahl im Rahmen dieser Arbeit gestützt. Die verschiedenen Hip Hop-Bands, die für die sprachliche Analyse herangezogen wurden, stammen aus den großen Hip Hop-Zentren Gesamtdeutschlands: Nord-, Süd- und Mitteldeutschland (*Absolute Beginner* aus Hamburg, *Bushido*, *Sido* und *Fler* aus Berlin und *Die Fantastischen Vier* und *Freundeskreis* aus Stuttgart). Für die sprachwissenschaftliche Analyse der jugendsprachlichen Printmedien wurden ebenfalls die bekanntesten und auflagenstärksten Jugendzeitschriften, die deutschlandweit ihre Verbreitung finden, herangezogen: Die *BRAVO*, die *Mädchen* und die *Bravo Girl!*.

Die These, dass von einer durch die Medien stilisierten Jugendsprache auszugehen ist, wird ebenfalls durch die sprachwissenschaftliche Analyse der Songtexte und der Jugendzeitschriften unterstützt. Beide Jugendmedien weisen ähnliche Charakteristika der

²⁶⁷ Vgl. Jakob (1988): S. 332.

²⁶⁸ Ebd.: S. 332.

²⁶⁹ Ebd.: S. 320.

Jugendsprache auf. So unterliegen die Grammatik und die Syntax im Allgemeinen geringen Veränderungen in den Songtexten und den Jugendzeitschriften. Jugendtypische Abweichungen finden sich vor allem auf der Ebene der Lexik und der Morphologie. Vor allem im Bereich des Wortschatzes zeigen sich jugendtypische Varianten in beiden Medien, die die Jugendlichen in Abgrenzung von der Standardsprache verwenden: „Schließlich unterliegt der Wortschatz stets den schnellsten, aber auch den oberflächlichsten Sprachwandelprozessen – er ist historisch vergleichsweise instabil“²⁷⁰.

Werden die medialen Adaptionen der jugendsprachlichen Sonderlexik durch den deutschen Hip Hop und die ausgewählten deutschen Jugendzeitschriften im Vergleich betrachtet, lassen sich folgende abschließende Anmerkungen machen. Die Redakteure der Jugendzeitschriften sowie die Rapper verwenden in den analysierten Texten zahlreiche Wertadjektive und Synonyme zur Standardsprache. Beides sind Aspekte der Jugendsprache zu nennen, die diese im Wesentlichen charakterisieren und sie von dem Standard abgrenzen. Auch die jugendtypische Offenheit gegenüber Entlehnungen von Anglizismen, die Verwendung von personellen Anredeformen und Lautwörtern sind in beiden Jugendmedien gleichermaßen produktiv.²⁷¹

²⁷⁰ Buschmann (1994): S. 220.

²⁷¹ Als einziger lexikalischer Unterschied zwischen den Hip Hop Songtexten und den Jugendzeitschriften ist die zahlreiche Verwendung von Vulgarismen in den Songtexten hervorzuheben. Der Fokus der Rapper liegt auf dem Gebrauch von Vulgarismen. Nicht nur finden sich in den Songtexten der Hip Hopper im Vergleich zu den Jugendzeitschriften mehrere Schimpfwörter, sondern es lassen sich ebenfalls wesentlich provokantere Vulgarismen nachweisen. Während die Jugendzeitschriften Schimpfwörter kennen wie „Kacke“ oder „Arsch“, sprechen die Rapper von „Ficken“, „Schwanz“ und „Motherfucker“. Anhand dieser letztgenannten, unterschiedlichen Adaption der jugendlichen Sonderlexik verdeutlicht sich die Intention der Rapper im Unterschied zu den Redakteuren der Jugendzeitschriften. Das Ziel der Jugendzeitschriften ist es, sich möglichst nah an dem jugendlichen Jargon zu orientieren, indem sie deren Sprache adaptieren oder nach deren sprachlichen Regeln (durch Intensivierung oder Wortbildungsproduktivität) agieren. Die Intention der Rapper ist es ebenfalls Anklang bei den Jugendlichen zu finden. Auch sie orientieren sich sprachlich an der Jugend. Dennoch besteht an sie nicht wie an die Jugendzeitschriften der Anspruch als pädagogische Institution eine Verantwortung gegenüber den Jugendlichen zu besitzen. Den Rappern geht es vor allem darum sprachlich zu provozieren (u.a. durch die Verwendung von Vulgarismen), um so ihre verbale Stärke darzustellen. Interessant ist, dass auch die Hip Hop-CD's der Rapper derselben staatlichen Aufsichtsstelle des Staates unterliegen wie auch die Jugendzeitschriften. Jugendmagazine und Tonträgern werden von der *Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien* überwacht und bei Gewalt verherrlichenden oder pornographischen Inhalten indiziert. Der Internetseite der Bundesprüfstelle ist zu entnehmen: „Im Bereich der Hip Hop-Musik werden Indizierungen häufig ausgesprochen, weil die CD unsittliche, Frauen diskriminierende oder verhöhrend wirkende Inhalte aufweist oder in den Liedtexten der Drogenkonsum verherrlicht oder zu Gewalttätigkeiten angereizt wird.“ (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien, <http://www.bundespruefstelle.de/bmfsfj/generator/bpjm/Jugendmedienschutz->

Ebenfalls lässt sich eine jugendtypische Veränderung der standardsprachlichen Morphologie in beiden Jugendmedien feststellen. Die Jugendlichen zeigen eine verstärkte Offenheit zur Innovation von neuen Wortbildungen. Letzteres zeigt sich weniger in der Produktion von Neologismen, sondern vor allem in der kreativen Bildung von jugendsprachlichen Komposita und Derivationen. Die Veränderung und Bildung von jugendtypischen Wörtern sind demnach neben der Lexik ein produktiver Bereich der Jugendsprache. Das wesentlichste Merkmal der jugendsprachlichen Morphologie, die Verbmodifikationen, werden von den Redakteuren sowie auch von den Rappern produktiv gebraucht. Auch die Bildung von Komposita und Derivationen, die zwar nicht ausschließlich jugendtypisch zu nennen sind, jedoch in ihrer Innovation und Produktivität einmalig in der Jugendsprache sind, werden in den analysierten Songtexten und Jugendzeitschriften gleichermaßen verwendet. Syntaktisch finden sich in den Jugendzeitschriften wie auch in den einzelnen Songtexten parataktische Satzstrukturen. Phonetisch-syntaktische Vereinfachungen werden ebenfalls in beiden Materialgrundlagen durch Ellipsen und Apokopen erreicht. Die Tendenz zur Dialogisierung sowie das Stilmittel der Bricolage wird ebenfalls von den Rappern und den Redakteuren gleichermaßen genutzt. Anhand der Analyse ist deutlich geworden, dass in den untersuchten Jugendmedien die Jugendsprache nicht nur sehr produktiv verwendet wird, sondern ebenfalls, dass sich der im Hip Hop sowie den Jugendzeitschriften (*BRAVO*, *Mädchen*, *Bravo Girl!*) verwendete jugendsprachliche Jargon überschneidet. Überregional ist demnach von einer gesamtdeutschen Jugendsprache zu sprechen, die von den populärsten Jugendmedien (dem deutschen Hip Hop und den auflagenstärksten Jugendzeitschriften), die Deutschland weit ihre Verbreitung finden, stilisiert und distribuiert wird.

Medienerziehung/lese-hoermedien,did=111760.html, aufgerufen am 9. Juli 2009.) Indizierungen von Hip Hop-Tonträgern sind sicherlich deutschlandweit häufig. Dennoch unterscheidet sich der Wortlaut in den Jugendzeitschriften gegenüber den Rap-Songtexten im Hinblick auf Vulgarismen sowie provokante Inhalte maßgeblich. Dies lässt sich, wie bereits angedeutet, aufgrund der unterschiedlichen Zielsetzung der beiden Medien erläutern: Der Unterschied zwischen den Jugendzeitschriften und der Musikrichtung des Hip Hop ist, dass *BRAVO* & CO für sich beanspruchen gegenüber den Jugendlichen als pädagogische Instanz zu fungieren und die Rapper nicht.

LITERATURVERZEICHNIS

Primärtexte

B = BRAVO. Hamburg: Heinrich Bauer Verlag 2009. Ausgaben 7- 10 und 24- 28.

BG = Bravo Girl!, Hamburg: Heinrich Bauer Verlag 2009. Ausgaben 12- 14.

M = Mädchen, München: Axel Springer Mediahouse München GmbH 2009. Ausgaben 12- 14.

Absolute Beginner: Liebeslied. <http://www.magistrix.de/lyrics/Absolute%20Beginner/Liebes-Lied-5810.html>, aufgerufen am 09. März 2009.

Bushido: Electro Ghetto. http://www.lyricsmania.com/lyrics/bushido_lyrics_9025/electro_ghetto_lyrics_29389/electro_ghetto_lyrics_320123.html, aufgerufen am 09. März 2009.

Die Fantastischen Vier: Hausmeister Thomas D. <http://www.lyricstime.com/die-fantastischen-vier-hausmeister-thomas-d-lyrics.html>, aufgerufen am 09. März 2009.

Die Fantastischen Vier: Buenos Dias Messias. <http://www.metrolyrics.com/buenos-dias-messias-lyrics-die-fantastischen-vier.html>, aufgerufen am 9. März 2009.

Die Fantastischen Vier: Mfg- Mit freundlichen Grüßen. <http://www.magistrix.de/lyrics/Fanta%204/Mfg-178928.html>, aufgerufen am 09. März 2009.

Fler: Voll Assi Flair. <http://www.magistrix.de/lyrics/Fler/Voll-Assi-Flair-ft-G-hot-Frauenarzt-149442.html>, aufgerufen am 3. Juni 2009.

Freundeskreis: Esperanto. <http://www.songtexte.com/songtext/freundeskreis/esperanto-33db608d.html>, aufgerufen am 09. 03. 2009.

Sido: Augen auf/ Halt dein Maul. http://www.lyrics.de/songtext/sido/augenauf_87ca9.html, am 09. 03. 2009.

Sekundärtexte

Androutsopoulos, Jannis K.: Deutsche Jugendsprache: Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen. Frankfurt am Main: Lang 1998 (= Vario Lingua; Bd. 6).

Androutsopoulos, Jannis u. Arno Scholz: Spaghetti Funk: Appropriations of Hip Hop Culture and Rap Music in Europe. In: Popular Music and Society 4, Vol. 26 (2003), 463- 479.

Baacke, Dieter u. Jürgen Lauffer: Nicht nur schöner Schein – Kinder- und Jugendzeitschriften in Deutschland. Übersicht und Empfehlung. Bd. 19: Schriften zur Medienpädagogik. Bielefeld: GMK 1994 (= Medienpädagogische Handreichung 4).

Bruder, Almuth u. Klaus-Jürgen Bruder: Jugend. Psychologie einer Kultur. München/ Wien: Urban & Schwarzenberg 1984.

Buschmann, Matthias: Zur „Jugendsprache“ in der Werbung. In: Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache 104 (1994), Heft 3, S. 219-231.

Ehmann, Hermann: Jugendsprache und Dialekt. Regionalismen im Sprachgebrauch von Jugendlichen. Opladen: Westdeutscher Verlag 1992.

Ehmann, Hermann: Voll konkret. Das neueste Lexikon der Jugendsprache. München: Beck 2003.

Elflein, Dietmar: "From Krauts with Attitudes to Turks with Attitudes: Some Aspects of Hip Hop History in Germany." In: Popular Music 3(Oct., 1998), Vol. 17, S. 255-265.

Gilligan, Carol: Die andere Stimme. Lebenskonflikte und Moral der Frau. München: Piper 1984.

Hartig, Matthias: Aspekte der Jugendsprache. Sozialer Wandel und der Einfluß der Jugendsprache. In: Wirkendes Wort. Deutsche Sprache in Forschung und Lehre 36 (1986), Heft 3, S. 220-238.

Heinzlmaier, Bernhard u. Beate Großegger, Manfred Zenter (Hg.): Jugendmarketing: Setzen Sie Ihre Produkte in Szene. Wien/ Frankfurt a. M. 1999, S. 36.

Herrwerth, Thommi: Partys, Pop und Petting. Die Sixties im Spiegel der BRAVO. Marburg: Jonas 1997.

Jacob, Günther: Agit Pop – Schwarze Musik und Weiße Hörer. Texte zu Rassismus und Nationalismus, HipHop und Raggamuffin. Berlin/ Amsterdam: Edition ID-Archiv 1993.

Jakob, Karlheinz: Jugendkultur und Jugendsprache. In: Deutsche Sprache. Zeitschrift für Theorie, Praxis, Dokumentation 46 (1988), Heft 4, S. 320-350.

Knoche, Manfred u. Monika Lindgens: Erscheinungsbild und Inhaltsstruktur von Jugendzeitschriften. Ergebnisse einer systematischen Inhaltsanalyse. Frankfurt a. M: R.G. Fischer 1983 (= Beiträge zur Analyse der Jugendpresse 4).

Knoll, Joachim H.: Jugendzeitschriften im Videozeitalter. Ethische, Pädagogische, rechtliche Aspekte. Sachsenheim: Burg Verlag 1985.

Knoll, Joachim H. u. Rudolf Stefen: Pro und Contra BRAVO. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 1978 (= Schriftenreihe der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften).

Koch, Horst: Redaktionelle Politik von Jugendzeitschriften. Königstein/ Ts.: Scriptor Verlag 1978.

Kommerell, Kathrin: Journalismus für junge Leser. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2008 (= Praktischer Journalismus 82).

Lapp, Edgar: „Jugendsprache“: Sprechart und Sprachgeschichte seit 1945. Ein Literaturbericht. In: Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht (1989), Heft 63, S. 1-120.

Lichtenberger, Hans-Jürgen: Männer für Mädchen. Die Darstellung des anderen Geschlechts in der Jugendzeitschrift Mädchen. Eine Inhaltsanalyse. Frankfurt a. Main: Haag und Herchen 1987.

Lull, James: Media, Communication, Culture. A Global Approach. Cambridge: Polity Press 1995.

Neuland, Eva: Jugendsprache. Eine Einführung. Tübingen/ Basel: Francke 2008.

Neuland, Eva, Daniel Schubert: Spricht die Jugend eine andere Sprache? In: Fabiana Fusco, Carla Marcato (Hg.): *Forme della comunicazione giovanile*. Roma: Il Calamo 2005, S. 223-251.

Neuland, Eva (Hg.): *Jugendsprache – Jugendliteratur – Jugendkultur*. Interdisziplinäre Beiträge zu sprachkulturellen Ausdrucksformen Jugendlicher. Frankfurt am Main: Lang 2003 (= Sprache – Kommunikation – Kultur. Soziolinguistische Beiträge 1).

Nickel, Petra: *Mädchenzeitschriften – Marketing für Medien*. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse der Marketingstrategien und Inhalte. Münster: Waxmann 2000.

Northoff, Thomas: Lautloses Singen: LiedGraffiti. In: *Lied und populäre Kultur* 47. Bremen: Deutsches Volksliedarchiv 2002, S. 171-200.).

Nowotnick, Marlies: *Jugend, Sprache und Medien*. Untersuchungen von Rundfunksendungen für Jugendliche. Berlin/ New York: de Gruyter 1989.

Ortmann, Peter: *Jugendzeitschriften und Pop-Musik*. Aussagenanalyse des Musikeils von Jugendzeitschriften. Berlin: Verlag Volker Spiess 1982 (= Hochschul-Skripten: Medien 23).

Schelo, Marie Dorothee: *Lebenshilferubriken in anglo-amerikanischen und deutschen Jugendzeitschriften*. Inhalte, Aufbau und Sprache. Eine vergleichende Analyse. Frankfurt a. Main: R. G. Fischer 1982.

Schmidt, Thomas: EXMARaLDA – ein Modellierungs- und Visualisierungsverfahren für die computergestützte Transkription gesprochener Sprache. In: *Proceedings of Konvens* 2004.

Hg. von Ernst Buchberger. Schriftenreihe der Österreichischen Gesellschaft für Artificial Intelligence. Band 5. Wien 2004.

Schoblinski, Peter, Gaby Kohl u. Irmgard Ludewigt: Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit. Opladen: Westdeutscher Verlag 1993.

Stapleton, Katina: "From the margins to mainstream: The political power of Hip Hop." In: Media, Culture and Society 20 (1998), S.219- 234.

Trimpel, Heiko: Seelsorge bei Dr. Sommer. Religion und Religiösität in der Jugendzeitschrift BRAVO. München: Don Bosco 1997.

Wachau, Susanne: „...nicht so verschlüsselt und verschleimt!“. Über Einstellungen gegenüber Jugendsprache. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 41 (1989), S. 69-96.

Weber, Monika: Mädchen-Zeitungswelten. Lebensrealität von Mädchen und ihr Bild in Mädchenzeitschriften. Münster: Votum-Verlag 1999.

Wenzel, Susanne: Sexuelle Fragen und Probleme Jugendlicher. Dargestellt an den Leserbriefen Jugendlicher in der Zeitschrift ‚BRAVO‘ (1968-1987). Frankfurt a. Main/ Bern/ New York u.a.: Lang 1990 (= Studien zur Sexualpädagogik 6).

Lexika:

DUDEN. Bd. 5: Deutsches Universalwörterbuch. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG 2003

DUDEN. Bd. 7: Etymologie. Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG 1997.

Internetquellen:

Afrika Bambaataa & The Universal Zulu Nation, <http://www.jayquan.com/zulunews.htm>, aufgerufen am 12. Juli 2009).

Berliner Morgenpost: Berlin ist Ghetto – nur nicht in Tempelhof, http://www.morgenpost.de/printarchiv/kultur/article260728/Berlin_ist_Ghetto_nur_nicht_in_Tempelhof.html, aufgerufen am 20. Juni 2009.

Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien, <http://www.bundespruefstelle.de/bmfsfj/generator/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/lese-hoermedien,did=111760.html>, aufgerufen am 9. Juli 2009

DFG – Jugendsprache im Längsschnitt. Freie Universität Berlin, <http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/index.html>, aufgerufen am 12. Juli 2009.

IVW I/2009: Erfolgreicher Start für Europas größte Jugendmedienmarke BRAVO in 2009 / BRAVO und BRAVO GiRL! erneut mit deutlichem Auflagenplus zum Vorjahr; http://www.bauermedia.de/bravo.html?&tx_ttnews%5Btt_news%5D=350&tx_ttnews%5BbackPid%5D=4&cHash=53f09c0306 aufgerufen am 9. Juni 2009.

Jim-Studie 2007, Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest,
<http://www.stiftunglesen.de/default.aspx?pg=9f0dcb45-eead-45a1-8dcc-a7610a113f5a>,
aufgerufen am 26. Juni 2009.

Stegers, Fiete: Mfg von der Popstarwerdung,
<http://www.spiegel.de/kultur/musik/0,1518,25588,00.html>, aufgerufen am 19. Juni 2009.

Stiftung Lesen: Lesen in Deutschland 2008, Bundesministerium für Bildung und Forschung,
<http://www.stiftunglesen.de/default.aspx?pg=eea4349c-bbd2-4fa3-82a1-a30d7bbaf481>,
aufgerufen am 26. Juni 2009.

Wissenschaftler erforschen Jugendsprache. Norbert Dittmar und Nils Bahlo im Interview,
Axel Dorloff / inforadio rbb – 2009. http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/jugendsprache/Ver__ffentlichungen/Wissenschaftler/index.html, aufgerufen am 1.
Juni 2009.

Weitere Literatur:

Henne, Helmut: Jugend und ihre Sprache. Darstellung, Materialien, Kritik. Berlin/ New
York: de Gruyter 1986.

David, Barbara: Jugendsprache zwischen Tradition und Fortschritt. Ein aktuelles Phänomen
im historischen Vergleich. Alsbach: Leuchtturm-Verlag 1987 (= Impulse 5).

Ehmann, Hermann: oberaffengeil. Neues Lexikon der Jugendsprache. München: Beck 1996
(= Beck'sche Reihe 1170).

Kuntz, Lieselotte A.: Das sprachliche Repertoire Jugendlicher. In: Die Unterrichtspraxis/
Teaching German 18 (1985), Heft 2, S. 259-269.

Müller-Thurau, Claus Peter: Lexikon der Jugendsprache. Mit Zeichnungen von Marie
Marcks. Düsseldorf/ Wien: Econ 1985.

ANHANG A

ABSOLUTE BEGINNER „LIEBESLIED“²⁷²

Ihr wollt ein Liebes Lied, ihr kriegt ein Liebes Lied

Ein Lied, das ihr liebt

Das ist Liebe auf den ersten Kick

Nicht mal Drum' n Bass hält jetzt mit deinem Herzen Schritt.

Du hast deinen Schatz gefunden, ohne lang zu buddeln

Bock ihn in den Arm zu nehmen und stundenlang zu knuddeln

Voll erwischt, du Fisch zappelst am Haken

Heute Nacht wirst du im Zelt vor'm Plattenladen warten

Dabei ein Radio, falls es nochmal wiederkommt

Spontanes Desinteresse an all' den anderen Liedern prompt

Die alle gleich aussehen und zu viel Schminke nehmen

Aus 50 Wörtern wählen, um das Gleiche zu erzählen

Mit Schönheitsoperationen an digitalen Konsolen

Stylenmäßig immer wieder gut beraten von Polen

Für dich gibt's nur noch eins und sonst keins

und hält jemand nicht deins für Nummer eins

siehst du rot, wie Heinz und sperrst ihn ein

Quälst ihn mit Simple Minds, bis er weint

Gefährliche Liebschaften

Doch du hast keine Schuld, dafür muss das Lied haften

²⁷² Absolute Beginner: Liebeslied. <http://www.magistrix.de/Lyrics/Absolute%20Beginner/Liebes-Lied-5810.html>, aufgerufen am 09. März 2009.

Deine Ohren fühlen sich wie neugeboren, jeden Tag
Und du fragst dich, kann man auch Tracks heiraten in Dänemark
Unser Beat hat Boom gemacht
und es hat Zoom gemacht
Ihr wollt ein Liebeslied, ihr kriegt ein Liebeslied
Ein Lied, dass ihr liebt
Also hört zu
werdet verliebt.....
Hast du im Leben nix in Petto, ist alles Ghetto
das heißt Glück brutto und Frust netto
und im Gesicht' n Tränentattoo, ey , dann wird's Zeit für Musik
weil dann tanzt du, und fliegst durch die Plattenboutique
Und ist deine Freundin weg, dass heißt deine Ex
ist der Griff zum lieben Lied der Beginner dein Reflex
Nicht mehr Seiten – sondern Sprünge auf der Platte
Komm vor, bleib' entspannt, kauf ' ne Neue, is doch Latte
Und sieht dein Leben manchma, doof aus
Mach's wie ich, hol' mein' Philosoph 'raus' schreib'n Text, komm dann groß raus
Du bist in mich verschossen, mein Pfeil hat dich getroffen
Nun bist du im Beginner-Rausch, früher warst du besoffen
Von zu vielen Produzenten, denn egal, wie sie's schrauben
nur dünne Tracks und Rap mit Pipi in den Augen
Deswegen drück ich selten auf die Tränendrüse
Während ich in den Charts stehen übe...

Ihr wollt ein Liebeslied, ihr kriegt ein Liebeslied

Ein Lied, dass ihr liebt

Also hört zu

werdet verliebt...

ANHANG B

BUSHIDO „ELECTRO GHETTO“²⁷³

Ich mach den Sound für den Hof im Knast
ich bin der Grund warum du nie deine Millionen machst
ich hab den Sound für die Dealer im Park
denn ohne mich wird Deutscher Rap schon wieder nicht hart
schon wieder ein Tag an dem ich eure Lieder nicht mag
salutiert steht stramm ich bin der Leader wie A
mir scheißegal ob du ein Krasser warst
es tut mir leid Jungs ich hab keinen Platz im Arsch
Elektro Ghetto
Guckt mir zu wie ich jeden deiner Homies erschieß
meine Stimme macht jetzt bei Nacht Terror im Kiez
wir sind die new Kids on the Block
mach die Augen auf hol mir deine Mama her du Bitch ohne Job
ich bin Berliner geh zu Blumentopf du Obsthändler
nimm deine neuen Tracks und schenk sie deinen Großeltern
mein Beat knallt und ihr seid obdachlos
ich bin ein erz-guter Junge und ihr Opfer tot
ich kam vom Bordstein und bau jetzt an der Skyline
jedes meiner Wörter wird für euch Kids zum Highlight
ihr wollt Freiheit ihr kriegt ein Autogramm

²⁷³ Bushido: Electro Ghetto. http://www.lyricsmania.com/lyrics/bushido_lyrics_9025/electro_ghetto_lyrics_29389/electro_ghetto_lyrics_320123.html, aufgerufen am 09. März 2009.

was guckst du meine Tättoowierung und mein Auto an?
denn ihr habt so etwas noch nie gesehen
ihr seid stockschwul und euch Pennern fehlen die Ideen
Ich mach den Sound für den Hof im Knast
ich bin der Grund warum du nie deine Millionen machst
ich hab den Sound den Sound für die Dealer im Park
denn ohne mich wird Deutscher Rap schon wieder nicht hart
schon wieder ein Tag an dem ich eure Lieder nicht mag
salutiert steht stramm ich bin der Leader wie A
mir scheißegal ob du ein Krasser warst
es tut mir leid Jungs ich hab keinen Platz im Arsch
Elektro Ghetto
Ich bin der Leader wie Saad ein Berliner bleibt hart
ich zahl bar für den 7er und du least dir den Smart
ich hab den sechsten Sinn du bist zu lieb du Gay
ich geh vom Label weg und ihr drei seid jetzt B2K
für mich bist du nur ein Rheumapatient
und Neffi macht dass mich morgen jeder Deutsche dann kennt
freu dich du Hemd zeig mir deine lila Patronen
und ihr wisst dass in meinem Bezirk die Dealer da wohnen
ich verkauf euch kranke Gedanken
von mir aus kannst du kommen. Komm mit deinen ganzen Verwandten
ich geb dir eine von links geb dir eine von rechts
ich zeig dir mein Cover und du merkst wie peinlich du rappst
du peinlicher Depp renn weg wenn der König erscheint

ihr seid nur Kakerlaken guck hier der Phoenix er scheint
ich hab wenig Zeit für Smalltalk mit Nutten
hör erz-guter Junge wie wir Kugeln in euch reinspucken
Ich mach den Sound für den Hof im Knast
ich bin der Grund warum du nie deine Millionen machst
ich hab den Sound den Sound für die Dealer im Park
denn ohne mich wird Deutscher Rap schon wieder nicht hart
schon wieder ein tag an dem ich eure Lieder nicht mag
salutiert steht stramm ich bin der Leader wie A
mir scheißegal ob du ein Krasser warst
es tut mir leid Jungs ich hab keinen Platz im Arsch
Elektro Ghetto
Ich hab Streit mit dem? Ich hab Streit mit wem?
ich bin jetzt 26 Jahre und gemein wie 10
kein Problem meine Jungs bumsen euch alle
denn mir ist scheißegal ob ich euch Tunten gefalle
ihr könnt mich gern haben und auch gern fragen
und ich sag euch immer wieder ihr könnt gern bei Bernd blasen
ich mach kein Deutsch Rap ich pumpe Kerosin
kommt mich besuchen ich verkauf mit Kumpels Heroin
mach mein Logo nach ich mach dich Homo arm
ich bin ein Prototyp du kannst nich werden wie ich
wenn ich eure Fressen sehen muss, nerven sie mich
ich bin ein Pitbull. Rap ist mein Kampfsport
du hörst erst Raptile, Flowin Immo, dann Torch

es ist Elektro Ghetto Rap mit Dreitagebart
um die Szene zu ficken brauch ich kein Bodyguard
Ich mach den Sound für den Hof im Knast
ich bin der Grund warum du nie deine Millionen machst
ich hab den Sound den Sound für die Dealer im Park
denn ohne mich wird Deutscher Rap schon wieder nicht hart
schon wieder ein tag an dem ich eure Lieder nicht mag
salutiert steht stramm ich bin der Leader wie A
mir scheißegal ob du ein Krasser warst
es tut mir leid Jungs ich hab keinen Platz im Arsch
Elektro Ghetto

ANHANG C

DIE FANTASTISCHEN VIER „HAUSMEISTER THOMAS D“²⁷⁴

wir sind die Fantastischen Vier
und sind hier – mit jeder Menge Bier
und viel Fraun – die sind nicht abgehaun
die sind hier – um unsere Show anzuschau
ich könnt euch viel erzählen über Typen, die da denken
sie wärn die allergrößten, doch ich glaub ich kanns mir schenken,
die fühlen sich so cool, dabei bin ich viel dreister
ich bin Thomas D und ich bin euer Hausmeister
Thomas D – house....meista!
jetzt gehts ab, da ist noch viel mehr drin
seht was ich habe, weil ich fantastisch bin
weiß ich jede Menge Reime, die sich auch noch reimen
ihr findets geil? das will ich meinen
rockt jemand außer mir am Phone, kick ich ihn raus
denn sind die Jungs und ich am platz so ist für euch ein klares aus
denkt einer hier, er könnt mich schlagen? Scheibenkleister
Ich bin Thomas D euer Hausmeister
Thomas D – house....meista!
Fraun? – isn Thema für sich,
warum ich jede krieg – ich weiß es nicht

²⁷⁴ Die Fantastischen Vier: Hausmeister Thomas D. <http://www.lyricstime.com/die-fantastischen-vier-hausmeister-thomas-d-lyrics.html>, aufgerufen am 09. März 2009.

ich grab sie an und schlepp sie ab und über Nacht nehm ich sie her
und dann am nächsten tag, da kenn ich sie nicht mehr
"that's how I'm living" – bereitet es euch auch Verdruss
ein Mann muss tun, was ein Mann tun muss
es gibt viel zu tun – von Frau zu Frau reist er
er ist Thomas D der weltbeste Hausmeister
Thomas D – house....meista!
Sprechgesang ist nicht jedermanns Sache
ihr denkt ihr könnt es besser als ich – das ich nicht lache
ich steh auf der Bühne – ihr steht daneben
- Thomas D – "es kann nur einen geben"
einer ist genug, zwei wärn Betrug
die Fantastischen Vier – sind am Zug
und fragt euch einer jetzt noch: "wer ist das und wie heißt er?"
Thomas D – euer Hausmeister

ANHANG D

DIE FANTASTISCHEN VIER „BUENOS DIAS MESSIAS“²⁷⁵

Dieses Haus ist besetzt ohne Pause bis jetzt

Denn wir kamen zuerst und wir gehen auch zuletzt

Buenos Dias Messias auch wenn's dir nicht passt

du bist nur Gast hier du fasst hier nichts an

(Thomas D)

Bei einigen leidigen Themen lehnen wir's Reden ab

Und leider gibt's nicht viel das noch nicht gesucht hat

Nicht nach kurzem beknackt war wie der Pappstar der zu matt war

Um mehr zu sein als Jingle zu seinem Abziehbild

Oder ein paar Singles hiner'm Namensschild

Doch ich weiß Image ist nichts und scheiß auf alle die bekannt sind

Im Land sind zu viele Promis die nicht bei Verstand sind

Zu viele Homies die noch nicht am Strand sind am Rand sind

Zu viele Gaffer deren Augenblicke so leer

Sie wollen noch mehr Helden fallen sehen alle Denker lallen sehen

Ich seh sie schon als Wanker in Museenhallen stehn

Sie werden kommen und gehen alles nur Gesichter

Im Zeitgeschehen der Club der toten Dichter stimmt mich nicht versöhnlich

Ich werde weitergehen und lebe lieber ungewöhnlich

Ja ich lebe lieber ungewöhnlich

²⁷⁵ Die Fantastischen Vier: Buenos Dias Messias. <http://www.metrolyrics.com/buenos-dias-messias-lyrics-die-fantastischen-vier.html>, aufgerufen am 9. März 2009.

(Michi Beck)

Denn das hier geht an alle unsere Widersacher Wichtigmacher

Cocksucker Motherfucker Hosenkacker

Aalglatte nimmersatte Jammerlappen die wie Ratten in Kloaken

Darauf warten über unsere Platten zu beraten ha

Ihr ganzen Abklemmer Flachwanker Spartendenker

Wir sind eure Rattenfänger autonome Einzelgänger

Weil wir länger halten als der Typ im Sarkophag

während ihr Idioten euer eigenes Grab grabt

Dieses Haus ist besetzt ohne Pause bis jetzt

Denn wir kamen zuerst und wir gehen auch zuletzt

Buenos Dias Messias auch wenn's dir nicht passt

Du bist nur Gast hier du fasst hier nichts an

Dieses Haus ist besetzt ohne Pause bis jetzt

Denn wir kamen zuerst und wir gehen auch zuletzt

Buenos Dias Messias auch wenn's dir nicht passt

Du bist nur Gast hier du fasst hier nichts an

(Thomas D)

Denn wenn ich dir in deiner Welt nicht sagen kann

Wozu dann all diese Fragen Mann

Anscheinend interessiert es dich ja doch was der Typ so treibt

Und mit wem er was macht und wo er bleibt

Das so was Mitgefühl ist glaub ich kaum

Ich fürchte fast ich bin dein lebender Alptraum

Müllredender Abschaum der dich ständig disst

Und dabei sag ich doch nur was du für mich bist
Die ganze Pisse die dein Leben durch meine Venen spült
Verursacht Risse und mein Herz unterkühlt
Doch da meine Liebe wasserdicht und meine Seele kugelsicher
Macht ihr Stricher bei mir keinen Stich mehr
Ich bin euer Richter und Henker ihr Wanker und nach mir kommt nichts mehr
(Michi Beck)
Denn das hier geht an alle unsere Widersacher Wichtigmacher
Cocksucker, Motherfucker, Hosenkacker
Aalglatte nimmersatte Jammerlappen die wie Ratten in Kloaken
Darauf warten über unsere Platten zu beraten ha
Ihr ganzen Abklemmer Flachwanker, Spartendenker
Wir sind eure Rattenfänger autonome Einzelgänger
Weil wir länger halten als der Typ im Sarkophag
während ihr Idioten euer eigenes Grab grabt
Dieses Haus is besetzt ohne Pause bis jetzt
Denn wir kamen zuerst und wir gehen auch zuletzt
Buenos Dias Messias auch wenn's dir nicht passt
Du bist nur Gast hier du fasst hier nichts an
Dieses Haus is besetzt ohne Pause bis jetzt
Denn wir kamen zuerst und wir gehen auch zuletzt
Buenos Dias Messias auch wenn's dir nicht passt
Du bist nur Gast hier du fasst hier nichts an
(Michi Beck)
Staubige Hände mit zerknitterten Karten

Von draußen kommen Fremde die auf's Ende des Gewitters warten
Vom Piano klingt dasselbe Lied wie immer
Und Frauen verkaufen Liebe auf dem Zimmer
Dichter Rauch macht die Luft zum schneiden dick
Mit einem Seitenblick erkenn ich dich im Dämmerlicht
Und was ich sehe is jämmerlich falscher Platz falsche Zeit
Diese Stadt ist zu klein für uns zwei
Der Himmel weint kein Mensch weit und breit
Zwanzig Schritte entfernt trennt dich von mir die Ewigkeit
Während ich dir in die Augen schaue merke ich du ziehst
Höre wie du schießt bleib noch stehen und sehe dir zu
Wie du sie dann für immer schließt
Dieses Haus ist besetzt ohne Pause bis jetzt
Denn wir kamen zuerst und wir gehen auch zuletzt
Buenos Dias Messias auch wenn's dir nicht passt
Du bist nur Gast hier du fasst hier nichts an

ANHANG E

FREUNDESKREIS „ESPERANTO“²⁷⁶

Freundeskreis 99, (in) Esperanto, international verständlich, Yeah, Yeah,

Wir 'besetzen Botschaften in totgesagten Wortschätzen

Esperanto hält Einzug in bundesdeutschen Vorstädten

(und) Freundeskreis wird zu Amikaro

der 2pac Amaru des Stuttgarter Barrios

unser Lingo ist der Ausdruck dieses Schmelztiegels

wir bring'n euch Hip Hop Sound in dem sich die Welt spiegelt

weil wir den Blick bewahrten und wir selbst blieben

das ist für die heads die raps aus 0711 lieben

miliano mondano mit der Mischpoke

don philippo und frico, dem Discjockey

die Philosophie Streetpoetrie

'ne lingua franca für alle Linken und Einwanderer

wir schreiben '99, heut' is Rap universell,

a&r's sehn aus wie B-boys die Kultur zerschellt am Geld

die mediale Definition von Hip Hop is ne farce

wir tun was wir immer taten nur der Kontext is im Arsch

ich krieg' Kopfschmerzen von zuviel Popkonserven

doch FK lässt sich nicht in diesen Topf werfen

es gibt nichts was uns zügeln kann, nichts was uns hält

²⁷⁶ Freundeskreis: Esperanto. <http://www.songtexte.com/songtext/freundeskreis/esperanto-33db608d.html>, aufgerufen am 09. März 2009.

wir spreaden's über Stuttgarts Hügel in die Welt, Esperanto.

- Refrain - Esperanto, c'est la langue de l'amour, (que)

tout à tout vient à parler

esperanto, et à ce jour l'espoir est née

Esperanto

Esperanto, Standpunkt unsresgleichen

von denen die die und nicht nur sich an der Kultur bereichern

ein Synonym für lasst hundert Blumen blühn

hundert Schulen in rapcyphers miteinander wetteifern

esperanto: Antwort auf den kulturellen bankrott,

Musik ist Weltsprache, keine schnelle Geldmache

esquchar el lenguache raps belcanto

Fiedel dem biz wie Castro die erste Geige zu seim' letzten Tango

esperanto: eloquente Definition:

ein schnell erlernter lingo zur Verständigung der Nation', (er)

basiert auf romanisch, deutsch, jiddisch, slawisch,

kein Sprachimperialismus oder Privileg des Bildungsadels

esperanto: wenn ihrs nicht gleich versteht, wichtiger ist, dass ihr zwischen den Zeilen lest

euch unser style beseelt fühlt was mein input ist

ich sei lyricist internationaler linguist

miliano soulguerillo

der Texterpartisane der letzte Mohikaner

am mikro amigos estaj representando

fk amikaro, motto esperanto.

- refrain -

pour tous les gens de tous pays
pour tous les gens qui sont ici,
esperanto neuf, neuf
les temps vient changer avec ce son neuf
et si tu aimes ce son là
amikaro et déborah
c'est qu'un debuttu peux conter la dessu
nous on croit en esperanto.

ANHANG F

SIDO „AUGEN AUF/ HALT DEIN MAUL“²⁷⁷

- Hey, hallo Kinder!
- Hallo Sido!
- Hi Anna, Hi Thorsten und die andern.
- Levelt, leg das Handy weg!
- Ok... soll ich euch mal 'ne Geschichte erzählen?
- Jaaaaaa!
- Dann hört zu jetzt.

[Strophe 1:]

Die kleine Jenny war so niedlich als sie 6 war,
doch dann bekam Mama ihre kleine Schwester.
Jetzt war sie nicht mehr der Mittelpunkt, sie stand hinten an
und dann mit 12 fing sie hemmungslos zu trinken an.
Das war so was wie ein Hilfeschrei den keiner hört,
bei jedem Schluck hat sie gedacht: Bitte Mama, sei empört!
Doch Mama war nur selten da, keiner hat aufgepasst,
Papa hat lieber mit Kollegen einen drauf gemacht.
Jenny war draußen mit der Clique, hier war sie beliebt,
hier wird man verstanden, wenn man oft zu Hause Krise schiebt.
Sie ging mit 13 auf Partys ab 18,
schminken wie 'ne Nutte und dann rein in das Nachtleben.

²⁷⁷ Sido: Augen auf/ Halt dein Maul. http://www.lyrics.de/songtext/sido/augenauf_87ca9.html, am 09. März 2009.

Exctasy, Kokain, ficken aufm Weiberklo,
Flatrate saufen, 56 Tequila Shots einfach so
Wie viel mehr kann dieses Mädchen vertragen
und ich sag: Kinder kommt, wir müssen den Eltern was sagen – und das geht.

[Refrain:]

Hey... Mama mach die Augen auf.

Treib mir meine Flausen aus.

Ich will so gern erwachsen werden und nicht schon mit 18 sterben.

Hey... Papa mach die Augen auf.

Noch bin ich nicht aus'm Haus.

Du musst trotz all der Schwierigkeiten Zuneigung und Liebe zeigen.

[Strophe 2:]

Der kleine Justin war nicht gerade ein Wunschkind,
doch seine Mama ist der Meinung: Abtreiben gleich Umbringen.

Das Problem war nur, dass Papa was dagegen hatte,
deshalb fand man Justin nachts in der Babyklappe. (oh Scheiße)

Er wuchs von klein auf im Heim auf,
doch wenn der Betreuer was sagte gab er ein' Scheiß drauf!

Er hat schnell gemerkt, dass das nicht sein Zuhause ist,
hier gibt man dir das Gefühl, dass du nicht zu gebrauchen bist.

Dass er jemals 18 wird kann man nur wenig hoffen,
denn er raucht mit 6, kiff mit 8 und ist mit 10 besoffen.

Sag, wie viel mehr kann dieser Junge vertragen?

Und ich sag: Kinder kommt, wir müssen den Eltern was sagen, und das geht.

[Refrain:]

Hey... Mama mach die Augen auf.

Treib mir meine Flausen aus.

Ich will so gern erwachsen werden und nicht schon mit 18 sterben.

Hey... Papa mach die Augen auf.

Noch bin ich nicht aus'm Haus.

Du musst trotz all der Schwierigkeiten Zuneigung und Liebe zeigen.

[Strophe 3:]

Ein Kind zu erziehen ist nicht einfach, ich weiß das.

So hast du immer was zu tun, auch wenn du frei hast.

Pass immer auf, du musst ein Auge auf dein Balg haben,

am besten lässt du's eine Glocke um den Hals tragen.

Kinder sind teuer, also musst du Geld machen,

du musst Probleme erkennen (CHOR: und) sie aus der Welt schaffen.

Du musst zuhören, in guten und in miesen Zeiten,

du musst da sein (CHOR: und) du musst Liebe zeigen

Wer Kinder macht, der hat das so gewollt,

doch sobald es ernst wird mit der Erziehung, habt ihr die Hosen voll.

Wie viel mehr kann die Jugend in Deutschland vertragen, (wie viel?)

hört hin, wenn eure Kinder euch jetzt was sagen

und das geht.

[Refrain:]

Hey... Mama mach die Augen auf.

Treib mir meine Flausen aus.

Ich will so gern erwachsen werden und nicht schon mit 18 sterben.

Hey... Papa mach die Augen auf.

Noch bin ich nicht aus'm Haus.

Du musst trotz all der Schwierigkeiten Zuneigung und Liebe zeigen.

ANHANG G

FLER – VOLL ASSI FLAIR (FEAT G-HOT & FRAUENARZT)²⁷⁸

Refrain: 2x

Ich proll rum, roll auf Crom (4x)

Das ist der Mutterficker Playboy 51, holt eure Mamis her.

Das ist der voll, voll, voll, voll Assi Flair

(Fler)

Scheiß auf Emanzen, ich mag die Schlampen, die jetzt wissen was sie wolln,
sich nach dem Fick bei mir bedanken

Keine Öko Bitch, die Bier trinkt, die jetzt emanzipiert ist,
die jetzt so aussieht, dass man denkt das sie am Pimmel gepieret ist

Ich will keine, die mich volllabert, weil sie jetzt Komplexe hat
die hat gerne Sex, doch macht sich jetztn Kopf um letzte Nacht

Ich bums, weil es mein Trieb ist,
sie jetzt, weil sie verliebt ist.

Du Nutte denkst, ich bin dein Traummann

Ich sag dir: Rest in peace Bitch!

Sie fängt jetzt an zu weinen,
hängt wie ne Klette am Bein,
sagt mir es war so romantisch und der Sex war so geil.

Ihr seid lächerlich, fickt jetzt vom ein zum anderen
doch wenn ich da bin, streitest dus ab, ihr feigen Schlampen.

²⁷⁸ Fler: Voll Assi Flair. <http://www.magistrix.de/lyrics/Fler/Voll-Assi-Flair-ft-G-hot-Frauenarzt-149442.html>, aufgerufen am 3. Juni 2009.

Nenn mich Macho-Mann. Sex is Proll,
is mir scheißegal, bring mir deine Mädels und ich fick euch in der Unterzahl
Ich ficke dann klatscht es, denn ich ficke bis matsch is
Ich bin ein Macho, respektiere dich als Frau wenn du nackt bist

Refrain: 2x

Ich proll rum, roll auf Crom (4x)
Das ist der Mutterficker Playboy 51, holt eure Mamis her.
Das ist der voll, voll, voll, voll Assi Flair

(G-Hot)

Bitches packen meinen Schwanz aus und sagen: heiliges Kanonenrohr!
Egal wo ich bin, ich schieb n Dicken und roll auf Crom vor
Ich bin zum Fremdgehen ein Grund
für Frauen ein Anziehungspunkt
Ich komm gleich auf den Punkt: Bitch nimm mein Schwanz in den Mund!
Ich bin nicht lieb und nett, ich bin kein Beziehungsmensch
Nein, das müsste jede Frau wissen, die meine Videos kennt
Ich bin ehrlich und kein Junge fürs Leben
Das ist kein One Night Stand Bitch, du wirst gebumst und musst gehn
Ihr seid alle nur Schweine, ihr wollt doch alle das Eine
Gib mir ein Zeichen mit deiner Freundin und ich knalle euch beide
Ich will zwischen deine dicken Titten meinen dicken Dick drücken
Ich komm in Club alleine und geh mit einem Fickschlitten
Mein Pimp ist so dick, dass dein Po leidet,
jede Bitch, die ich fick, die kriegt O-Beine

Ich krieg alle, wenn ich will klär ich mir Bohlens Kleine
Auf mich fliegen jetzt mehr Frauen als auf Bohlen Steine.

Refrain: 2x

Ich proll rum, roll auf Crom (4x)

Das ist der Mutterficker Playboy 51, holt eure Mamis her.

Das ist der voll, voll, voll, voll Assi Flair

(Frauenarzt)

Das ist der Bass Bo dreimal X Chromosom

Das ist Hammer Musik, mein neues Label auf Crom

Du Nutte willst, dass ich dich ficke.

Warum gibst dus nicht zu?

Lass mich mit deiner intellektuellen Kacke in Ruh

Ich bin bekannt dafür, dass ich die Weiber reihenweise ficke
und daraufhin erzählen sies ihrer ganzen Clique

Also wer ist die Nutte? Ich bin nuttig wie du.

Ich mach dich klar und ficke noch gleich deine beste Freundin dazu

Das ist so hammerhart, das ist so asozial

Das ist der Grund, warum ich deine Mutter nicht mehr mag

Ich bin nicht verschlossen wie du, man ich red offen du Kuh

Alles was ich von dir will, hat mit Sex zutun

Und du tust nur so als ob du nur reden willst,

Ich mach dich klar und ficke noch gleich deine beste Freundin dazu

Du bist ne dreckige Nymphe

und du bist nur hier wegen Assi Fler, G-Hot und mir

Refrain: 2x

Ich proll rum, roll auf Crom (4x)

Das ist der Mutterficker Playboy 51, holt eure Mamis her.

Das ist der voll, voll, voll, voll Assi Flair