

Alles ist eine Frage des Stils. Zur sprachlichen Kommunikation zwischen Jugendlichen in Jugendcliquen und -szenen

von

Peter Schlobinski und Katja Alexandra Schmid

„Das fand meine Mutter damals toll. Das war ein Superkompliment.“

Ist Jugendsprache „absolut topkorrekt“¹?

Jugendsprache ist ein „Jargon einer bestimmten Sondergruppe“, der den „größeren und wertvolleren Teil der Jugend erniedrigt und beleidigt“, schreibt der bekannte Lexikograph Heinz Küpper vor über dreißig Jahren (Küpper 1961: 187, 188). Was mag der Verfasser des bekannten ‚Wörterbuchs der deutschen Umgangssprache‘ wohl denken, wenn er das Buch von Fred Denger *Der große Boss: d. Altes Testament unverschämt from neu erzählt* aufschlägt und dort folgendes liest „Die Düsternis mißfällt dem GROSSEN BOSS. Man sieht ja nicht die Hand vor Augen! räsoniert er. Licht! Aber ein bißchen dalli! Prompt wird es hell“ (Denger 1984: 17)?

So oder ähnlich sind Texte, die, mit dem Etikett ‚Jugendsprache‘ versehen, nicht nur den Lesestoff von Jugendlichen bilden, sondern vor allem von Erwachsenen gern gelesen werden. Für die Beliebtheit solcher Texte zeugen die zahlreichen Publikationen zum Thema in den letzten Jahren. Das wohl bekannteste Beispiel ist der Renner von Claus-Peter Müller-Thurau „Laß uns mal ’ne Schnecke angraben“ (1983), der in kürzester Zeit in die Bestsellerlisten vorstieß und dem SPIEGEL einen Artikel wert war. Der stilisierte Slogan auf dem Buchumschlag: „Ein affengeiles Buch, das echt ansetzt, wer es sich reinzieht, wird mehr Durchblick haben“ gibt das Motto vor: Lerne die Jugendsprache und du wirst die Jugend besser verstehen. Ein gutes Rezept, wenn es funktionieren würde. Nicht anders das zum neuen Hit avancierte Buch „affengeil. Ein Lexikon der Jugendsprache“ von Hermann Ehmann (1992). Dort heißt es auf dem Buchrücken: „Die Jugendsprache der neunziger Jahre ist um einiges abgepiffener als diejenige vergangener Jahrzehnte – und gleichzeitig auch um einiges geiler, heißer und cooler. Wer da bislang öfter mal tierisch ohne Durchblick da stand, der kann nun nach Lektüre dieses Lexikons die Provokids radikalinski abfahren lassen und kräftig mitsülzen“. Die Buchdeckel der Bücher von Müller-Thurau und Ehmann spiegeln den Zeitgeist wider: Zierte ein zart gesprayerter Graffity den Einband des ersteren, springt bei dem Buch von Ehmann eine zähnefletschende Comic-Bulldogge aus einem Berliner Mauerbild auf den Betrachter zu. Eine Begründung wird in der Vorbemerkung mitgeliefert: Schließlich gibt es „Entwicklungstendenzen“ in der Jugendsprache – „so vor allem die ständig zunehmende Quantität an aggressiven Brutalisten, Grobianismen und vulgären Fäkalismen“ (Ehmann 1992: 10).

Daß die kompakte Mischung aus ‚oberaffengeil, Provo und Schnecke‘ nicht Jugendsprache oder gar die Sprache der Jugend ist, sondern eine Stilisierung von Jugendsprache, ist jedem klar, der mit Jugendlichen tatsächlich zu tun hat und ihnen (vorurteilsfrei) zuhört. Trotzdem geistern in den Köpfen von Eltern

¹ Steffi Graf im September 1995 im Rahmen der Steueraffäre über ihre Steuergelder.

und teilweise auch Lehrern jene Vorstellungen, wie sie eingangs prägnant formuliert worden sind. „Jugendsprachlicher Sprachgebrauch ist zwar o.k.‘, meint ein interviewter Lehrer, aber ‚nur solange er sauber bleibt‘; was „ich an der Jugendsprache hasse, das ist, wenn sie abgeleitet in die Fäkaliensprache“ (Wachau 1989: 89). Die Negativbilder werden noch verstärkt, wenn Wörterbücher erscheinen wie das von Eike Schönfeld im Jahre 1986, in dem „Jugend- und Knastsprache“ in Zusammenhang gebracht werden, was „damit zu tun [hat], daß beide Gruppen am Rande der ‚normalen‘ Gesellschaft [stehen] ... und ihre Randstellung auch in Worten, in einem anderen Sprachgebrauch, zum Ausdruck [bringen]“ (Schönfeld 1986: 5). Die Aus- und Abgrenzung von Jugendlichen ist ein beliebter Modus, um jugendsprachlichen Sprachgestus zu demonstrieren, doch sprechen Jugendliche so anders als Erwachsene, stehen sie – nicht nur sprachlich – tatsächlich am Rande der ‚normalen‘ Gesellschaft?

Gegenüber eher vorurteilsbeladenen Vorstellungen und Fiktionen wird Jugendsprache von Sprachwissenschaftlern heute als ein komplexes sprachliches Register angesehen. Aber auch hier wird Jugendsprache unter dem Titel „Jugend und ihre Sprache“ – so Helmut Henne 1986 – mit der Signalwirkung verkauft, als gäbe es eine Sprache, deren Besitzer *die Jugend* sei. Diese zeichne sich durch besondere Merkmale aus, die zusammen einen „Jugendton“ ergeben:

- (1) Grüße, Anreden und Partnerbezeichnungen (*Tussi*);
- (2) griffige Namen und Sprüche (*Mach'n Abgang*);
- (3) flotte Redensarten und stereotype Floskeln (*Ganz cool bleiben*);
- (4) metaphorische, zumeist hyperbolische Sprechweisen (*Obermacker = Direktor*);
- (5) Repliken mit Entzückungs- und Verdammungswörtern (*saugeil*);
- (6) prosodische Sprachspielereien, Lautverkürzungen und Lautschwächungen sowie graphostilistische Mittel (*wAhnsinnig*);
- (7) Lautwörterkommunikation (*bäh, würg*);
- (8) Wortbildung: Neuwörter, Neubedeutung, Neubildung (*ätzend, Macke*); Worterweiterung, Kurzwörter (*abfahren, Schleimi*).

Aber: Bestimmte Begrüßungen hört man morgens auf jeder Baustelle. Lautwörter gebrauchen Jugendliche nicht mehr als Erwachsene und bestenfalls comicgierige Leser gebrauchen öfter mal die sog. „Päng-Sprache“ (Künemann 1976). Stereotype Floskeln und Übertreibungen – wer greift nicht auf Sprachschablonen zurück, man höre sich die Politiker an. Und: Die Untersuchungen basieren auf Fragebogenerhebungen, dokumentieren also ‚Fragebogenjugendsprache‘ und nicht, wie Jugendliche wirklich sprechen² (vgl. hierzu Brandmeier/Wüller 1989).

Wenn *die Jugendsprache* nicht ohne weiteres von der *Erwachsenensprache* abgegrenzt werden kann, was zeichnet das Sprachverhalten Jugendlicher aus? Jugendliche sprechen nicht vorwiegend eine durch grelle Ausdrücke gekennzeichnete Jugendsprache, wie sie in den Medien und in bestimmten Wörterbüchern als jugendtypisch verkauft wird. Die meisten Jugendlichen sprechen vielmehr eine Alltagssprache, die sie variieren. Sie sprechen untereinander anders als mit ihren Lehren, mit Freunden anders als mit ihren Eltern, in der Schule anders als in der Clique. Insbesondere Cliquen und Szenen, die als

² Neuere Untersuchungen, in denen konkrete Sprechweisen von Jugendlichen untersucht werden, finde sich in den Arbeiten von Widdicombe/Wooffitt (1995) und Schlobinski/Kohl/Ludewigt (1993).

spezifische Netzwerke den Zerfall von Bindungen in der Familie, Vereinen, politischen Gruppen usw. ausgleichen, spielen für die Entstehung jugendlicher Sprach- und Kommunikationsmuster und -weisen eine besondere Rolle. In ihnen bilden sich sprachliche, kommunikative und soziale Strukturen aus, die es Jugendlichen ermöglichen, sich in einer schwer überschaubaren sozialen Wirklichkeit zu orientieren. In zahlreichen und unterschiedlichen Orientierungsmustern, Selbst-Konzepten und Praktiken bilden sich Jugendkulturen aus, die sich auch sprachlich und kommunikativ unterschiedlich konstituieren. Unterschiedlich in vielerlei Hinsicht: Zum einen unterschiedlich in bezug zu jeweils anderen Jugendkulturen, zum anderen unterschiedlich in bezug zur etablierten Kultur, wobei allerdings auf den Vorrat kultureller Ressourcen zurückgegriffen wird.

Alles ist eine Frage des Stils

Das identitätsstiftende Element von jugendlichen Gruppen, Cliques, Szenen, d.h. von verschiedenen Jugendkulturen ist ihr jeweiliger *Lebensstil*, der ein Ensemble aus verschiedenen Einzelstilen ist: Aussehen, Musik, Kleidung, Accessoires, Sprüche und Sprechhandlungen etc. bilden Homologien und formen relativ einheitliche Stile. Dabei werden aus bereits vorhandenen Diskursen Elemente herausgelöst (dekontextualisiert) und in neue Zusammenhänge gebracht (rekontextualisiert). „Die Schöpfung kultureller Stile umfaßt eine differenzierende Selektion aus der Matrix des Bestehenden. Es kommt nicht zu einer Schaffung von Objekten aus dem Nichts, sondern vielmehr zu einer *Transformation* und *Umgruppierung* des Gegebenen in ein Muster, das neue Bedeutung vermittelt; einer *Übersetzung* des Gegebenen in einen neuen Kontext und seiner *Adaption*“ (Clarke 1979: 138). Dieses stilbildende Prinzip, das als ‚*Bricolage-Prinzip*‘ (ibid., vgl. auch Neuland 1987: 68f.) bekannt ist, ist bei der Herausbildung von ‚*Sprechstilen*‘ (Hymes 1979) ein entscheidender *modus operandi*. Der Wechsel des Sprechstils, das sprachliche Zusammenbasteln verschiedener sprachlicher Elemente, insbesondere aus der eigenen Lebenswelt mit ihren Werten und Normen, das Experimentieren mit (nicht nur) sprachlichen Konventionen, zeichnet die Kommunikation von Jugendlichen (und anderen) aus, insbesondere dann, wenn sie untereinander und/oder in ihren Cliques sind. Das jeweils Spezifische entsteht aus der Art des ‚*zusammengebastelten Material*‘ und daraus, *wie* dieses Material gebraucht wird.

Oh Herr, befrei uns von dieser Last

Wie verschiedene Sprachebenen miteinander verknüpft und integriert werden, zeigt anschaulich die folgende Verschriftung eines Gesprächs. Elisa (15 Jahre) und Mimie³ (15 Jahre), zwei Freundinnen, die sich seit Jahren kennen und gemeinsam das Gymnasium besuchen, ist bei einer Wochenendfahrt mit einer kirchlichen Jugendgruppe die Aufgabe zugeteilt worden, Fürbitten für den am

³ Namen wurden von den Verf. geändert. Das gesamte Gespräch (aus dem Jahre 1991) findet sich verschriftet in Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1994: 114f. Die Kleinschreibung wurde zur Kennzeichnung gesprochener Sprache gewählt.

Abend stattfindenden Gottesdienst zu formulieren. Eher lustlos ziehen sie sich dazu auf ihr Zimmer zurück. Ihre Vertrautheit und Intimität bilden die Basis für kreative, vielseitige Stilbasteleien in dem nun folgenden Gespräch. Meist reicht nur ein Stichwort, um von der anderen verstanden zu werden oder um einen Themenwechsel herbeizuführen. Dieser sprunghafte Gesprächsverlauf wird zudem noch dadurch gefördert, daß die Freundinnen zur Lösung ihrer Aufgabe in keiner Weise motiviert sind. Dementsprechend nehmen sie jede Gelegenheit wahr, diese hinauszuschieben. Dabei entwickeln sie ein Sprachspiel, bei dem das eigentliche Thema ‚Fürbitten‘ eine schrittweise Umdeutung erfährt.

- Mimie: wir machen jetzt erstmal
 Elisa: damit
 Mimie: fürbitte
 Elisa: da son bißchen zeit nämlich
 Mimie: weil nämlich gleich nämlich nich? dreiviertel stunde lang
 Elisa: inner dreiviertelstunde erst
 Mimie: och man diese scheißhaare pff - ((singend)) wir gingen
 Elisa: soso
 Mimie: äh - ääh
 Elisa: affengeil affengeil - lotti huber die find ich auch genial
 Mimie: heißt sie links oder wie? - wie heißt sie noch? - lotti huber die is so
 Elisa: ja sag ich ja
 Mimie: oberaffengeil
 Elisa: die is ziemlich vernichtet die frau - öh - dafür daß die schon so viel mitgemacht hat - das steht da hier da - da drin
 Mimie: jaja - hab ich auch gelesen - ehm
 Elisa: die war ja auch gottschalk in der
 Mimie: die hier
 Elisa: aber wir müssen jetzt die dritte fürbitte machen
 Mimie: ja da is sie doch nä nä noch nich irgendwo da inner ecke is se
 Elisa: inner mitte
 Mimie: inner mitte - ja ehm - nun bitten wir mal für uns alle ja? - so für alle menschen
 Elisa: nä keine steht auch lotti huber drüber - öh affengeil steht darüber genau - nein m m erst mit dem rußland - herr wir bitten dich daß in rußland eh - die situation entschärft wird oder? - nein
 Mimie: daß die menschen wir haben da - dafür gebeten - gebeten ist das jetzt richtig?
 Elisa: gebetet - sag dann einfach gebetet - und nich gebittet
 Mimie: ja das
 Elisa: oder gebeten
 Mimie: gebeten
 Elisa: ja sag - ist doch scheißegal los
 Mimie: wir beteten dafür - ((Kichern)) daß die - am weihnachten daß sie nen richtiges weihnachtsfest erleben
 Elisa: ja aber weihnachten is vorbei und neujahr is auch schon vorbei mimie
 Mimie: was gibst denn da - ostern
 Elisa: ach mimie - frohes neues jahr ((Kichern))
 Mimie: was gibst denn da noch? - ostern
 Elisa: ah daß - daß bis ostern - eh neue schokoladeneier von lindt eingeführt kriegen soll
 Mimie: milka - is doch wohl viel besser
 Elisa: och mensch - milka oder lindt is doch alles der gleiche scheiß
 Mimie: = den milka schmunzelhase ((Lachen))
 Elisa: was fürn ding?
 Mimie: schmunzelhase
 Elisa: schmunzelhase?
 Mimie: ehm ja
 Elisa: na los komm jetzt

Die Distanzierung erfolgt auf zwei Ebenen: Zum einen wird die gestellte Aufgabe, eine Fürbitte zu formulieren, persifliert, zum anderen wird das (ernste) Thema ‚Rußlandhilfe‘ ironisiert. Die Ironisierung des Themas Fürbitten wird von den Mädchen hier durch einen Dialog über die beste Osterschokolade auf eine erste sarkastische Spitze getrieben. Sie bedienen sich dazu verschiedener thematischer Elemente (Fürbitten, Hilfsaktion, Werbung), die sie assoziativ einsetzen, so daß die Fürbitten, die den sprachlichen Rahmen bilden, eine radikale Umdeutung erfahren. Die Ironisierung erfährt dann eine Steigerung:

Elis jetzt müssen wir aber
Mimie: die ganzen überraschungseier - ne
Elisa: die rußland für fürsorge machen fürbitte mein ich
Mimie: laß die menschen in rußland nich so hungern - und daß die auch mal zwischendurch eine schöne kleine kleinigkeit ((Kichern))
Elisa: UND SCHOKOLADE - UND WAS ZUM SPIELN -
 UND NE ÜBERRASCHUNG - eine kleinigkeit die -
Mimie: das nein
Elisa: kinderschokolade
Mimie: außerdem heißt es kinderüberraschung und nicht kinderschokolade
Elisa: aber da is kinderschokolade dran
Mimie: jaa
Elisa: da drum
Mimie: aber trotzdem s is kinderüberraschung
Elisa: weiß de was und das gibts trotz ostern - das ganze jahr über
Mimie: ja nich?
Elisa: poo
Mimie: ich hab das sogar zu weihnachten verschenkt ((Lachen))
Elisa: frohe ostern und weihnachten und neues jahr und
Mimie: oh herr - nein
Elisa: nein herr - oh herr
Mimie: oh herr
Elisa: befreie uns von dieser schuld oder von dieser last - oh scheiße
Mimie: von welcher last
Elisa: von den fürbitten ey

Die ironisierende Steigerung der Themen Fürbitten und Rußlandhilfe, die aus der Erwachsenenperspektive vielleicht eine zynische Haltung vermuten lassen, ist auf der Folie eines Sprachspiels zu sehen, das für die Beteiligten eine andere Bedeutung hat als für den außenstehenden Beobachter. Die beiden Mädchen haben keine Lust, die gestellte Aufgabe zu bewältigen. Sie sind unter sich und in ausgelassener Stimmung, sie freuen sich auf die Party nach dem Abendgottesdienst. Aufgrund dieser Rahmenbedingungen spielen sie mit dem Ritual ‚Fürbitte‘, ironisieren und verfremden es. Sie sind deswegen keine schlechteren Katholiken als andere. Im Gegenteil: Beide Mädchen sind sehr aktiv in der Kirchengemeinde und haben schließlich folgende Fürbitten formuliert:

- Herr, wir bitten Dich, daß den Menschen in Rußland auch nachWeihnachten geholfen wird.
- Herr, wir bitten Dich, daß der Krieg am Golf bald beendet wird.
- Herr, wir bitten Dich um eine schöne Fete heute abend.

Daß bei der Stilbasterei auf Werbung zurückgegriffen wird, ist nicht verwunderlich, denn angesichts des starken Medienkonsums von Jugendlichen hat die

Werbung offensichtlich einen hohen Stellenwert⁴. Das Medienwissen ist vielfältig, heterogen und im Bewußtsein der Jugendlichen so präsent, daß sie es jederzeit abrufen und in die Kommunikation einbringen können, so daß man meinen könnte, jugendlicher Sprachgebrauch entstamme der Mediensprache oder sogar ist Mediensprache. Sprachliche Elemente aus den Medien werden allerdings nicht nur einfach reproduziert, sondern auch spielerisch verarbeitet, wobei verschiedene Register aus Film, Fernsehen und Werbung in kreativer Form miteinander verbunden werden. Allgemein lassen sich zwei spezifische Formen des sprachlichen Umgangs mit Medien erkennen. Zum einen werden blitzartig Zitate und Fragmente aus verschiedenen Medienbereichen in die Kommunikation eingeblendet; zum anderen zeigt sich eine kreativ-spielerische Verarbeitung von Medieninhalten, die in der jugendlichen Kommunikation eine neue oder veränderte Bedeutung erfährt. Auf der anderen Seite greifen die Medien neueste Entwicklungen jugendlicher Szenen auf und vermarkten diese in kürzester Zeit (s. Schlußkapitel).

Drogi, droge, fallaral noch einmal

Als ein zweites Beispiel wollen wir die ‚Stilbasterei‘ einer Gruppe von Punks aus dem Osnabrücker Raum an einem kurzen Gesprächsausschnitt behandeln.⁵ Hier wird dem Weihnachtslied ‚Laßt uns froh und munter sein‘ ein neuer Text unterlegt:

- C: nein ey - laßt uns doch mal was feierliches singen - das is immer doch so schön
 A: oh du stille nacht
 Q: () niemals ostern
 q: heilige nacht (.) alles schläft ()
 Q: hat mal einer feuer
 R: wie geht's denn weiter?
 E: stop stop war falsch ()
 Q: wie geht's denn weiter?
 X: ((Durcheinander))
 R: wenn ich dann nach hause komm hau ich meinen alkohol rein
 E: ja irgend so was
 C: feuerlöscher ()
 R: drogi drogi fallarall noch einmal, wenn ich dann
 Q: blöd blöd
 R: besoffen bin roll ich auf die straße hin - lustig lustig
 fallerallela bald ist weihnachtsabend da bald ist weihnachtsabend da
 C: und dann hab ich auch noch knecht ruprecht gesehn er kam aus der kneipe und konnte
 kaum noch stehn
 X: ((schreiend)) lustig lustig tralla la la la - bald ist
 heilig abend wieder da bald ist heilig abend wieder da
 Z: nein nein nein
 Q: van dage - Jan - das heb ich gewußt

⁴ „Marken sind zu einem festen Bezugspunkt der Jugendlichen geworden. (...) Mehr noch: Marken werden zu Instanzen, die Aussagen machen, die Werte schaffen oder vernichten, die provozieren und Reibung erzeugen“ (Janke/Niehus 1995: 51-52).

⁵ Der Verschriftung liegt eine Selbstaufnahme von 19-21jährigen Punks aus dem Jahre 1987 zugrunde, vgl. hierzu Schlobinski (1989: 11f.).

In diesem Beispiel wird ein Stück nicht einfach reproduziert, sondern assoziativ derart verfremdet, daß die ursprüngliche Funktion in ihr Gegenteil verkehrt wird. Die Initiierung in Zeile 1, daß etwas Feierliches gesungen werden soll, wird durch den profanen Text, der der sakralen Melodie unterlegt wird, persifliert. Dabei wird die Doppelbödigkeit des Feierns des Weihnachtsfestes als (klein)bürgerliches Ritual aufs Korn genommen und lächerlich gemacht. Die satirische Komponente in dem obigen Sprachbeispiel entsteht durch den Kontrast zwischen dem Feierlichen und dem Alltäglichen, zwischen dem ‚heiligen‘ Weihnachtsfest, dessen symbolischer Vertreter Knecht Ruprecht ist, und dem Weihnachtsfest im profanen Sinne. Durch die parodistische Spiegelung – auf der strukturellen Ebene: Melodie versus Text, auf der inhaltlichen: das profane Weihnachtsfest versus das sakrale – wird das Ritual des Weihnachtsfestes und das Bewußtsein, das damit verbunden ist, zum Spiegel der Gruppenidentität.

Mit dem Nachspielen des Liedes ‚Laßt uns froh und munter sein‘ wird durch die jugendlichen Punks ein Differenzschema als Kontrastfolie zu den eigenen kulturellen Ressourcen ausgebildet, indem die dominanten Kulturmuster ironisch verfremdet werden. Dieser Prozeß der Distinktion erfolgt über spezielle Montageprinzipien, die dem Prinzip der Bricolage zugrunde liegen. Der *modus operandi* ist hier die ironische Distanzierung per Verfremdung.

Auf der Folie der gemeinsam geteilten Werte und Normen werden mit Hilfe des Prinzips des verfremdenden Zitierens kulturelle Ressourcen ‚zusammengebastelt‘, über die als Kontrastfolie und ironische Distanzierung, kurzum: als Distinktionsprozeß, ein gemeinsam geteiltes Gruppenbewußtsein hergestellt wird.

Lachen verbindet

Die folgenden Sprachbeispiele sind verschiedenen Mitschnitten einer Veranstaltung entnommen, die seit 1994 regelmäßig in einer Art Jugendzentrum in München stattfindet. Die Veranstaltung orientiert sich am Beispiel der aus dem Fernsehen bekannten ‚Talkshows‘. Gastgeber, Talkgäste und Zuschauer im Alter von 20 bis 35 Jahren entstammen einer weitverzweigten Münchener Szene, die sich über gemeinsame Bezugspunkte (Musik, Kleidung, Lebensstil, Selbstverständnis) von anderen ‚Szenen‘ abgrenzt. Der Rahmen dieser Veranstaltung ‚von Freunden für Freunde‘ ist bewußt familiär und unkommerziell. Es wird vor allem versucht, ein Einverständnis zu erzielen über die gemeinsam geteilten Werte. Auf sprachlicher Ebene geschieht dies insbesondere über das Spielen mit Sprache und eine gewisse Art von Humor. Letztlich handelt es sich darum, möglichst viele Lacher auf seiner Seite zu haben. Der Idealzustand ist erreicht, wenn alle gemeinsam lachen und wenn über dieses Lachen Einverständnis über die eigenen kulturellen Werte hergestellt wird.

How do you do?

Bei einer der Veranstaltungen war ein Gast aus den USA anwesend, mit dem der Gastgeber (B) ein Sprachspiel inszeniert, das er ‚transforming‘ nennt. Es handelt sich dabei um bewußt falsches Übersetzen, etwa so, wie es bereits Otto

Walkes in den 80er Jahren vorgemacht hat. Da Englisch zum gemeinsam geteilten Wissen gehört, entsteht die Situationskomik dadurch, daß alle Anwesenden (inklusive Publikum) den ‚Irrtum‘ durchschauen können:

B: [...] als nächstes frag ich 'n pete (.) ähm von was er lebt (.) was was er (.) was er arbeitet (.) und vielleicht sagt er uns dann auch (.) warum er zur zeit hier is (.) äh des 'ne ganz einfache frage des lernt man in der ersten lektion (.) was was machst du (.) pete (.) how do you do (.) ((Lachen im Publikum))

P: (.2) I'm fine (.) right now (.) I mean I've had a beer already so I (.) I I'm doin' pretty good right now but (.) after this next one you know how german beer is (.) it's ah very strong (.) it ah tends to get me a little drunk (and) a little tipsy so (.) hey right now I'm doin pretty good

B: ich bin zimmermann ((Lachen im Publikum))

Durch das Wörtlichnehmen der Begrüßungsformel wird nicht zuletzt eine Attacke gegen das Schulenglisch geführt, wohingegen alles, was mit Popkultur zu tun hat und aus den USA kommt, zunächst positiv gewertet wird. Auf diese Präferenz weist auch Baacke hin (1987:98f):

Wer sich in einer Jugendkultur organisiert, orientiert sich gerade nicht an den durch die Schule vermittelten Bildungsgütern, sondern an Maßstäben und Materialien, die außerhalb der Schule produziert werden: Rock und Pop, Mode, Konsum, alternative Lebensformen, alles getragen und bearbeitet in erster Linie durch Medien als vermittelnder Instanz, gerade nicht durch Familie und/oder Schule.

Es ist wichtig, zu betonen, daß der Spaß in diesem Fall nicht auf Kosten des Talkgastes P geht, was besonders im nächsten Beispiel deutlich wird. Im weiteren Verlauf der Veranstaltung entspinnt sich ein Dialog, bei dem der Gast (P) unter Beweis stellt, daß er die geltenden ‚Spielregeln‘ verstanden hat und ihnen folgt. Dadurch, daß der Dialog auch beim Publikum außerordentlich gut ankommt, ist der angestrebte Idealzustand des gemeinsamen Lachens erreicht:

B: ähm noch 'ne frage (.) do you know coca-cola? ((Lachen))

P: (.4) huh? ((Lachen))

B: this is special (.) german ((Lachen))

P: uh's (.) this new kind o' alcohol?

B: yes it's with alcohol

P: it's with alcohol. Well, I have to try - I mean, I have this uh (.) what is this, uh, augustinerbrau (.) uh munich (.) uh (.) it's it's it's from also from munich, right?

(B: It is)

P: It's it's it's a dark beer, hehe

B: - yeah

P: okay, I - I'll have to try - I've never heard of this before, never, ((Lachen)) I - I mean, I've heard of ((schnipst mit den Fingern)) uh, I've heard of that, but uh, I've never, never seen a coca, coca-cola bottle ever before

B: jetz' bin ich ((Lachen)) (.) jetz' bin ich froh

P: Uh, does somebody have a, an opener - I wanna try this ((Klatschen)) (.) we need, we need a can opener, cause I

B: uhh

P: I, I've never tried it before and

B: also, äh, er kennt's noch nich}

P: and I'm dyin' to know it} (gleichzeitig)

B: (.) und er will's jetz' noch nich' aufmachen, weil er's zuhause trinken will (.) ((Lachen)) und seinen vielen Freunden in Californien zeigen will vorher ((Lachen)) die sowas noch nich kennen

P: is, is that worth money?

B: ähm, maybe in America

Es wäre nun falsch zu glauben, hier würde (satirisch) Kritik geübt werden am kapitalistischen System oder gar am amerikanischen ‚Kulturimperialismus‘. Das zeigt sich im weiteren Verlauf des Dialogs:

B: [...] die klauen einfach alles, die amerikaner, aber 's is ja okay, solange wir unsre coca-cola (.) dorthin exportieren können, konst, des wär doch vielleicht was, wenn wir (.) in, in amerika 'ne coca-cola brauerei aufmachen würden

K: I think it's a pretty good idea

Hier spiegelt sich also das vielerorts erstaunt konstatierte Phänomen, daß heutige Jugendkulturen sich nicht mehr in Opposition zum Kapitalismus sehen, sondern vielmehr versuchen, aus ihrer passiven Rolle insofern herauszutreten, indem sie nach dem Motto handeln ‚Mach mit und hab‘ Spaß dabei‘. Dazu gehört das Spiel mit Sprache und Kommunikationsmustern ebenso wie mit musikalischen Versatzstücken und Markenartikeln.

*It's a game, stupid!*⁶ Profis sind von gestern

Ziel/Funktion dieser ‚Talk=Show‘ ist die bewußt spielerisch inszenierte Selbstdarstellung. Der Umgangston orientiert sich deshalb am Spaßprinzip und ist freundschaftlich informell. Wer an dieser Veranstaltung mit (Publikums)Erfolg teilnehmen will - wobei Erfolg immer auch bedeutet, in den ‚familiären Kreis‘ aufgenommen zu werden - darf deshalb nicht wie der Talkgast N dem Irrtum unterliegen, oberstes Ziel der Kommunikation sei die Informationsvermittlung (Beispiel unten). N scheitert letztenendes daran, daß er nicht erkennt, daß im Rahmen dieser Talkshow auf der sprachlichen Ebene Verhaltensweisen eingefordert werden, die genau die Werte reflektieren, die Autoren wie Diederichsen für die Rave-Kultur konstatieren:

In diesem Sinne ist Rave die erste Jugendkultur, die nicht intentional ist, die nicht mehr etwas abschaffen, einführen, kritisieren, ironisieren, überwinden will, das außerhalb von ihr selbst liegt. In ihr ist die glückliche Kleinfamilie zur großen Riesenfamilie geworden, zu der jeder Zutritt hat, der nichts anderes will, als dieses Glück (Diederichsen 1993:32).

Die (sprachliche) Performanz während der Talkshow wird also in gewisser Weise zum Prüfstein dafür, ob jemand die propagierten Werte auch tatsächlich ‚lebt‘⁷. Im Grunde handelt es sich bei dieser Talkshow um den Versuch der reinen phatischen Kommunikation. Bemerkenswerterweise wird der Weg über eine möglichst perfekte Form gewählt, wodurch die ästhetisierende Funktion der Sprache dominiert, die referentielle Funktion jedoch weitgehend in den Hintergrund tritt. In diesem spielerisch ästhetisierenden Umgang mit Sprache spiegelt sich die von Dieter Baacke beschriebene ‚Wahrheit der Oberfläche‘ wider, als deren Prototyp ihm die Ästhetik Andy Warhols gilt. Warhol äußerte

⁶ Vgl. den Slogan *It's the economy, stupid!* aus dem Wahlkampf Bill Clintons, der gelesen werden muß im Sinne von ‚that's what it's all about‘.

⁷ Vgl. hierzu die Aussage von DJ Pit in der Zeitschrift *Joy* 3/1995 über ihren Erfolg beim Publikum: „Die Leute sehen, daß wir unserer Musik leben.“

in einem Interview: „Im Grunde haben sie nicht viel zu sagen, und gerade deshalb sind sie so gut. Ich meine, je weniger etwas zu sagen hat, desto vollkommener ist es“ (Baacke 1987: 154ff).

An dieser Stelle soll nun gezeigt werden, wie eng das Scheitern von N zusammenhängt mit seiner Vorstellung von ‚Professionalität‘, die in dem familiären Kreis, in dem er zu Gast ist, keinen positiven Wert darstellt. Indem sich an dem Begriff der Professionalität die Geister scheitern, wird er zu einem „sprachlichen Marker“, dessen „Symbolwert sich aus einer spezifischen Matrix von Gruppeninteressen konstruiert“ (Schlobinski/Kohl/Ludewig 1993: 42f).

Während der Gastgeber den Spielcharakter wahren möchte und betont ‚unprofessionell‘ auftritt, etwa indem er ‚dumme Fragen‘ stellt, versucht der Gast durch sachbezogene Antworten zu kontern. Dadurch gerät er in eine verbale Sackgasse, an deren Ende das Publikum zwar *mit* dem Gastgeber aber *über* den Talkgast lacht:

B: [...] und (.) ich kenn dich schon ziemlich lang (.) so vom sehn her (.) abends weggeh=

N: =wir kenn' uns vom arbeiten

B: und vom arbeiten (.) genau (.) wir (.) wir haben beide gearbeitet ((lacht etwas))

((vereinzelt Lachen im Publikum))

[...]

B: ja (ahja) (.) und in diesen hallen was machst du da (.) veranstalten oder (.) hinter der bühne, vor der bühne

N: hinter der bühne ich bin stagehand⁸

B: professioneller

N: absolut

B: und (.) ((vereinzelt Klatschen)) ja 's (.) wie oft is () also is des circa- wahrscheinlich hauptsächlich auch in livekonzerte oder auch bei so technoveranstaltungen oder so dancefloorsachen=

N: =bei techno⁹ gibts keine stagehands

B: also wird da hast du frei ((leichtes Lachen)) (.) wenn jetz ne technoparty is dann hast du frei

[...]

N: ja ich sags halt mal so ich arbeite für bands bau auf und ab technisches zeug pa [pi: ei]¹⁰

licht (.) und backline also instrumente der bands

B: also wenn jetz ne technoparty is dann hast du frei

N: ja da bin ich aber turntables¹¹ werden selber aufgebaut wer soll denn das machen bitte

B: kann man dann sagen daß die technobewegung deinen arbeitsplatz gefährdet ((Lachen)) ((Klatschen)) (.3) 's war ernst gemeint

Die Bedeutung dieses Wortwechsels läßt sich vor allem auch daran ablesen, daß er im weiteren Verlauf einige, zum Teil schwerwiegende Regelverstöße seitens des Publikums provoziert (Zwischenrufe, Zwischenfragen und schließlich das Eingreifen eines Talkgastes, der sich noch im Publikumsraum aufhält, dann aber eigenmächtig die Bühne betritt, um sich mit N zu solidarisieren).

⁸ Bühnenarbeiter bei Musik-Großveranstaltungen.

⁹ Die Differenzen zwischen den beiden Interaktionspartnern zeigt sich auch auf der phonetischen Ebene dadurch, daß der Gastgeber die aus dem Englischen stammende Variante [tekno] verwendet, der Gast jedoch die eingedeutschte Variante [teçno]. „Techno ist eine Abkürzung von Technologie. Seit 1985 wird der Ausdruck für eine Sparte der House-Musik verwendet, die Ende der 80er Jahre zu einer der erfolgreichsten Stilarten des Dancefloor wurde und Anfang der 90er Jahre in Dutzenden Versionen kursierte“ (Poschardt 1995: 311).

¹⁰ Public announcement system.

¹¹ Plattenspieler der DJs.

Darüberhinaus sind an diesem Beispiel vor allem zwei Aspekte bemerkenswert. Erstens ist ‚Professionalität‘ nicht nur in diesem relativ kleinen Zirkel ein ‚sprachlicher Marker‘, was ein Beispiel aus einer großen deutschen Tageszeitung verdeutlichen soll, das dieselbe Stoßrichtung hat:

„Professionell“ – an diesem Wort hängt er. Westernhagen ist Profi, Westernhagen will professionell arbeiten, Westernhagen nimmt seine Platten nur mit Profis auf. Westernhagen bemüht sich, das fertige Produkt so professionell wie möglich zu verkaufen, und so weiter ... Der schlimmste Vorwurf, den man ihm machen könnte, wäre wohl, irgendwo dilettantisch vorgegangen zu sein. (Franz Kotteder in seinem Artikel über Marius Müller-Westernhagen in der Süddeutschen Zeitung vom 30. 12. 1994)

Medienstimmen wie diese können als Indikator dafür gelten, daß die Infragestellung von ‚Professionalität‘ eingebettet ist in einen größeren Diskurs. Betrachtet man außerdem die beliebte Zurschaustellung von ‚Unprofessionalität‘ bei ‚Fernseh-Vorbildern‘ wie Wigand Boning und Thomas Gottschalk, spielt sich diese Debatte durchaus nicht nur ‚am Rande der Gesellschaft‘ ab.

Zweitens entspricht die Erscheinungsform dieses ‚sprachlichen Markers‘ nicht unbedingt den Vorstellungen von Ausdrücken, die im Rahmen von jugendlichen Sprechweisen eine Rolle spielen können. Der Begriff der ‚Professionalität‘ ist nicht eindeutig jugendsprachlich ‚besetzt‘, sondern im Gegenteil so unauffällig, daß sich sein Symbolwert einem außenstehenden Beobachter wahrscheinlich zunächst entzieht. Nichtsdestotrotz entspricht diese scheinbare Affirmation von alltäglichen Begriffen durchaus einer subversiven Strategie, wie sie auch Claudius Seidl in seiner Besprechung des Films ‚Losers‘ von Christoph Roth beschreibt: „Sein Film will die Reklame nicht kritisieren – er nimmt sie beim Wort, was viel fieser ist.“ (Der Spiegel 10/1995, 260-262). Genau auf diese scheinbar affirmative Art und Weise nimmt der Gastgeber seinen Gast ‚ernst‘, wenn er fragt: „kann man dann sagen daß die technobewegung deinen arbeitsplatz gefährdet?“.

Stilmix und Sprachspiel: Die ‚gesampelte‘ Realität

Wir haben an verschiedenen Beispielen versucht zu zeigen, daß das Bricolage-Prinzip eine wichtige Praktik ist, durch die spezifische Stilmuster erzeugt werden. Dabei stellt die Technik der De- und Rekontextualisierung einen zentralen Mechanismus dar. Dieses Prinzip hat seine Entsprechung im *Sampling* oder *Sampeln*, das seit House, Hip-Hop und Techno zur elementaren Technik bei der Hervorbringung neuer Musikstücke geworden ist. Dabei werden Versatzstücke, die unter anderem auch Sprachfetzen, Rhythmen oder Alltagsgeräusche umfassen, aus bereits vorhandenem Ton-Material importiert und neu abgemischt. Mit relativ geringem technischen Aufwand können auf diese Weise Platten hergestellt werden, ohne daß auch nur ein einziges Musik-Instrument im herkömmlichen Sinne gespielt wird. Für Diederichsen (1993:41) stellt Sampling eine künstlerische Praxis dar, deren affirmativer Charakter ein nicht zu unterschätzendes subversives Potential beherbergt. Diese subversive Strategie der Affirmation zwei Momente:

„Dies ist eine Variante der Kommunikationsverweigerung und des Anti-Dialogischen der Subversion. Statt *mit* der Welt der Kommunikation zu sprechen, wird diese durch ihre eige-

nen Hervorbringungen zum Sprechen gebracht, zu einer ‚wahren‘ Aussage gezwungen. (...) Andererseits dient das Collagenhafte des Sampling auf HipHop- und House-Platten ‚konstruktiven‘ Zielen: neue Zusammenhänge, Archive, Stimmungen – keine Kritik des Zusammenhangs, sondern das interessierte Sichten seiner Trümmer, durchaus auch, um neue Zusammenhänge zu stiften.“ (Diederichsen 1993: 41)

Das Spiel mit den ‚Trümmern‘ der modernen Kommunikationsgesellschaft und der daraus resultierende Collagestil findet sich in der Musik von Jugendlichen ebenso wie in den Musikvideos¹², in Filmen¹³, oder auch in der Mode: „Etwas aufbauen und dann wieder zerstören. Das ist übrigens das Prinzip der Mode. Ein ewiges Prinzip“ (Lagerfeld, *Süddeutsche Zeitung Magazin*, 38/1995, S. 37). Techniken wie Bricolage, Collage, Zitieren und Sampling sind somit Kulturtechniken ein- und derselben Erscheinung, die mit dem Etikett ‚postmoderner Diskurs‘ belegt ist. In diesem Sinne sind diese Praktiken längst zum Mainstream geworden und finden sich beispielsweise im Zeichensystem Mode als Stilmix und Retrostyle längst auch auf den internationalen Laufstegen. So sagt beispielsweise Suzy Menkes, die Grande Dame der Modekritik: „Postmoderne in der Kunst und Sample-Technik in der Musik finden ihre Entsprechung auch in der Mode. Designer wie Jean Paul Gaultier, John Galliano und Christian Lacroix, die Postmodernisten der Mode, nehmen die Trends vergangener Zeiten auf, Kleidung zu entwerfen, die ins nächste Jahrtausend hineinzeigt“ (*Süddeutsche Zeitung Magazin*, 38/1995, S. 19). Während der Benjaminsche Engel der Geschichte entsetzt auf den Trümmerberg schaut, den der Fortschritt vor ihm aufhäuft (vgl. Benjamin 1977: 225), bauen sich insbesondere Jugendkulturen aus denselben Trümmern eine eigene (Sinn-) Realität, wobei insbesondere auf die Vielfalt der *Konsum- und Lebensstilangebote* (z. B. Musik, Mode, Werbung, Videos) zurückgegriffen wird. Die Entstehung spezifischer Stile und somit auch von Sprechstilen beruht also auf dem Zusammenwirken zweier Momente: dem Rückgriff auf spezifische kulturelle Ressourcen, die über einen nicht unwesentlichen Teil über die Medien vermittelt werden einerseits und der Schaffung neuer Zusammenhänge andererseits. Dabei ist für die Entstehung von Sprechstilen Jugendlicher entscheidend, auf welche Versatzstücke zurückgegriffen wird und wie diese rekontextualisiert werden. Vor diesem Hintergrund stellt sich auch für die Untersuchung sog. jugendsprachlicher Lexik ein neues Programm: Es gilt, die Gebrauchsbedingungen spezifischer Lexeme in situativen Kontexten zu erforschen und nicht über Fragebogenerhebungen eine ‚Bedeutung‘ zu ermitteln. Dies ist zum einen sinnvoll, da auch vorderhand unauffällige Begriffe durchaus Symbolwert besitzen können, wie am Beispiel ‚Professionalität‘ gezeigt wurde, zum anderen handelt es sich nicht um ein starres Zeichensystem. Jugendliche Sprechweisen sind vielmehr gekennzeichnet durch eine extreme Wandlungsfähigkeit, die in direktem Zusammenhang steht mit ihren Entstehungsprozessen und vor allem dazu dient, sich immer wieder neu über Identitätsfindung abzugrenzen.

¹² „Die Welt der Musikvideos in der Mitte der 90er Jahre ist ein Zitat-Karusell der Filmgeschichte. (...) Und entsprechend ähnlich wie die Grafiker der Plattencover arbeiten die Videomacher. Sie fügen Schriften, Bilder und jede Art von Zeichen zu einem suggestiven Bild-Trip zusammen, der das Image des Pop-Stars und die Stimmung des Songs verkörpert.“ (Janke/Niehus 1995: 114-115)

¹³ S. den Film ‚Loosers‘ (1995) von Christopher Roth.

Die sog. ‚Jugendsprache‘ ist also nicht eine Ansammlung *oberaffengeiler* Ausdrücke. Jugendliche Sprechweisen sind in erster Linie umgangssprachliche Sprechstile, die allerdings hinsichtlich ihrer Ausgestaltung eigene Charakteristika aufweisen. Diese zeigen sich in einzelnen Sprachspielen und Stilbausteinen, die aber eher ‚High-Lights‘ in einer überwiegend umgangssprachlich geführten Kommunikation sind. Der spielerische Umgang mit Sprache ist ein Experimentieren mit sprachlichen Regeln und Konventionen und ein Erproben der sozialen und sprachlichen Kompetenz. Das Beherrschen dieses Spiels ist eine Grundvoraussetzung für erfolgreiche Kommunikation in der modernen Gesellschaft. Es bedeutet nicht zuletzt, sich der eigenen Identität zu versichern und diese Selbst- und Stilsicherheit auch anderen gegenüber zum Ausdruck zu bringen. Der gekonnte Umgang mit jugendsprachlichen Sprechweisen ist die Voraussetzung für Anerkennung innerhalb der sozialen Bezugsgruppe. Jeder Jugendliche würde sich selbst zur Karikatur machen, wenn seine Sprache einzig zusammengesetzt wäre aus Ausdrücken eines Jugendsprache-Lexikons. Am anschaulichsten läßt sich der Unterschied zwischen Anfängern und Experten mit einem Beispiel aus dem Mode-ABC von Richard Martin, Leiter der Mode-Abteilung des Metropolitan-Museums in New York, verdeutlichen, in dem er sich zu den sogenannten *basics* („modische Allgemeinplätze“) äußert:

Heute trägt man zu weißen Hemden von Banana Republic ganz selbstverständlich teure Chanel-Tücher und -Taschen. Oder T-Shirts von Calvin Klein mit einem Jackett von Gaultier. Das ist nicht nur ein todsicheres Zeichen für Modeverstand, sondern auch für lässiges Understatement, das sich im Selbstverständlichen ebenso wohl fühlt wie im Exzentrischen. [...] Niemand zieht sich heute von Kopf bis Fuß in Designer-Klamotten an - das wirkt altmodisch. Paradigmatisch für den Sieg der Basics ist auch der Erfolg von Patrick Cox, der mit seinen Loafers in allen möglichen Farben und Materialien einen Modestandard immer neu interpretiert. Ein Loafer in gelbem Lack ist immer noch ein Basic, aber ein Basic für Experten (Süddeutsche Zeitung Magazin, 38/1995, S. 50).

Spätestens hier wird deutlich, daß diese spielerischen Umgangsformen nicht nur am ‚Rande der Gesellschaft‘ Bedeutung transportieren, sondern vielmehr zentrale Faktoren moderner Marketingstrategien darstellen. Die Musik- und Modebranche hat die Jugend längst als gewinnträchtigen Markt erkannt. Teilweise orientiert sich die Werbesprache direkt am neuesten Trend, wie etwa der ‚Techno-Opa Peter Steiner‘ in den Spots für die Lila Pause von Milka, oder die House-Musik ‚untermalte‘ Werbung für das 40 Jahre Happy-Birthday-Pack von Sunil bezeugen, um nur zwei Beispiele zu nennen. Insofern kann auch gar nicht die Rede sein von einer Sprache, in deren ‚Besitz‘ die Jugend sei, eher noch ließe sich sagen, daß es sich bei diesen Vermarktungsstrategien, wozu auch die Bestseller-verdächtigen Jugendsprache-Lexika zu rechnen wären, vielmehr darum handelt, die Jugend in Besitz zu nehmen. Mehr denn je kann die sprachliche Abgrenzung und Verweigerung von Jugendlichen als Versuch verstanden werden, aus einer Art Ohnmachtsposition herauszutreten und als sprechendes Subjekt mittels eigenständig produzierter Sprechweisen eigene Weltentwürfe zu entwickeln. Der Bricolage auf sprachlicher Ebene fällt in diesem Sinne eine ähnliche Bedeutung zu wie den neuen Techniken in der Musik, wenn es heißt: seit Sampling und High Tech ist der Produzent zum Künstler und Autor geworden (vgl. Poschardt 1995: 273ff). Und was Poschardt (1995: 278) über die tragende Rolle des Sampling sagt, läßt sich ohne weiteres auch auf andere Bereiche, wie etwa Sprache, übertragen:

Mittlerweile ist Sampling so normal geworden, daß nur noch wenige von Stehlen und Plündern, die meisten aber von einer Form des musikalischen Zitats sprechen, über die nur noch Rechtsanwälte und Jura-Professoren streiten, die aber aus der Popmusik nicht mehr wegzudenken ist.

Zum Abschluß soll noch einmal ein Beispiel aus der Modebranche genannt werden, das als äußerst erfolgreich in die Geschichte eingegangen ist und außerdem die Umwandlung eines Zitats in einen schöpferischen Akt deutlich macht:

Wußten Sie eigentlich, daß Coco Chanel das Kostüm, das sie so berühmt gemacht hat, in den Alpen gefunden hat? Sie hat das bei einem Hotelportier oder einem Empfangschef in einem österreichischen Hotel 1953/54 entdeckt und dann uminterpretiert. Das hat sie auch zugegeben. Da ist ja auch nichts dabei, Hauptsache, man macht etwas daraus. (Karl Lagerfeld zu Willy Bogner in einem Gespräch aus dem Süddeutsche Zeitung Magazin, 38/1995, S. 35).

P.S. Übrigens stammt das eingangs zitierte Motto aus dem Gespräch zwischen Bogner und Lagerfeld (Außerdem und *last not least*: Was ist schon „Jugendsprache“?):

Bogner: [...] Und es [„The Bogner“] ist sogar bis in das *Lexicon of American Slang* vorgedrungen. Den Begriff gibt es offiziell. Meine Mutter hat man übrigens als die Coco Chanel der Skimode, der Sportmode überhaupt bezeichnet. Das fand meine Mutter damals toll. Das war ein Superkompliment.

Lagerfeld: Ich hoffe, sie war nicht so eine böse Zange wie die Chanel. (Süddeutsche Zeitung Magazin, 38/1995, S. 35)

Literatur

Walter Benjamin, *Über den Begriff der Geschichte*; in: ders., *Illuminationen*; Fr. a. M. 1977, S. 251-261.

Baake, Dieter, *Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung*; Weinheim und München 1987.

Klaus Brandmeier und Wüller, Kerstin, *Anmerkungen zu Helmut Henne: Jugend und ihre Sprache. 1986. Berlin/New York*; in: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie*, 41 (1989), S. 147-155.

John Clarke, *Über den Stil von Subkulturen*; in: ders. u.a. (Hrsg.), *Jugendkultur als Widerstand*; Fr. a.M., 1979, S. 133-157.

Fred Denger, *Der grosse Boss: d. Altes Testament unverschämt fromm neu erzählt*; Fr. a. M. 1984.

Diedrich Diederichsen, *Freiheit macht arm. Das Leben nach Rock ‚n‘ Roll 1990-1993*; Köln 1993.

Hermann Ehmman, *affengeil. Ein Lexikon der Jugendsprache*; München 1992.

Helmut Henne, *Jugend und ihre Sprache. Darstellung, Materialien, Kritik*; Berlin 1986

Dell Hymes, *Über Sprechweisen*; in: ders.: *Soziolinguistik. Zur Ethnographie der Kommunikation*; Hrsg. von Florian Coulmas; Fr. a. M., 1979, S. 166-192.

Klaus Janke und Stefan Niehus, *Echt abgedreht. Die Jugend der 90er Jahre*; München 1995.

Horst Künnemann, *Comics in der Bundesrepublik. Eine Einführung, Übersicht und Anregung zum Kennenlernen*, in: *Medien und Erziehung* 1 (1976), S. 4-15.

Heinz Küpper, *Zur Sprache der Jugend*; in: *Sprachwart* 10 (1961), S. 186-188.

Claus-Peter Müller-Thurau, *Laß uns mal 'ne Schnecke angraben. Sprache und Sprüche der Jugend-szene*; Düsseldorf 1983.

Eva Neuland, *Spiegelungen und Gegenspiegelungen. Anregungen für eine zukünftige Jugendsprach-forschung*; in: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik*, 15 (1987), S.58-82.

Ulf Poschardt, *DJ. Culture*; Hamburg 1995.

Peter Schlobinski, »Frau Meier hat Aids, Herr Tropfmann hat Herpes, was wollen Sie einsetzen?« *Exemplarische Analyse eines Sprechstils*; in: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie*, 41 (1989), S.1-34.

Ders., Gaby Kohl, und Irmgard Ludewigt; *Jugendsprache – Fiktion und Wirklichkeit. Opladen 1993.*

Dies., *Korpus „Jugendliche Sprechweisen“*. Materialband zu: *Jugendsprache – Fiktion und Wirk-lichkeit*. München 1994. (=Linguistic Data on Diskette Service 5)

Eike Schönfeld, *Abgefahren - eingefahren. Ein Wörterbuch der Jugend- und Knastsprache*. Straelen 1986.

Süddeutsche Zeitung.Magazin. No. 38 vom 22.9.1995

Sue Widdicombe und Robin Wooffitt, *The Language of Youth Subcultures*; New York 1995.