

Jugendmedienkultur Hip-Hop

Mediennutzung und Medienkompetenz in populären Jugendkulturen

von
Oliver Gallina

1. Auflage

Jugendmedienkultur Hip-Hop – Gallina

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Diplomica Verlag 2012

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 8428 5581 6

Leseprobe

Textprobe: Kapitel 3.3, Vom Underground zum Mainstream und wieder zurück – die Entwicklungen der Jugendkultur Hip-Hop in Deutschland: Nach dem ersten kommerziellen Erfolg der Fantastischen Vier wuchs die Jugendkultur in Deutschland rasant an. Zwar gab es schon vor dem Album Vier Gewinnt Hip-Hop-Veröffentlichungen in Deutschland, doch zeigte der Erfolg dieser Platte, dass auch in Deutschland mit deutschsprachigem Hip-Hop Geld zu verdienen war. Waren es einige Jahre zuvor noch hauptsächlich junge Migranten gewesen, die Hip-Hop als Jugendkultur in Deutschland aufgebaut und weiterentwickelt haben, so waren es nun die deutschen Mittelschicht-Rapper, die von dem kommerziellen Boom am meisten profitierten. Bands wie Advanced Chemistry, Absolute Beginner oder Fettes Brot (damals noch Poets of Peeze) gab es auch schon vor der Hit-Single Die Da, doch erst nach dem Erfolg dieser Platte kamen die großen Plattenfirmen auch auf diese Hip-Hop-Formationen zu und boten Plattenverträge an. Allerdings mussten sich nun die Formationen, die Hip-Hop in Deutschland mit aufgebaut hatten und seit fast 10 Jahren dabei waren, mit den Fantastischen Vier vergleichen lassen und ihre gewachsene Position und ihr Verständnis von Hip-Hop gegenüber den Medien verteidigen, die ja von den Fantastischen Vier ganz anderes gewohnt waren. Weiterhin verkörperten die Fantastischen Vier nur den musikalischen Teil der Hip-Hop-Kultur, was ebenfalls überhaupt nicht dem Verständnis der Hip-Hop-Aktivisten der Alten Schule (in Anlehnung an die Old School der New Yorker Hip-Hopper) entsprach. Plötzlich fand sich die Hip-Hop-Szene in einer äußerst undankbaren Situation wieder. Einerseits wollte und konnte man die Definition von Hip-Hop nicht Leuten überlassen, die davon offensichtlich keine Ahnung hatten. Andererseits führten die Fragen – Wer hat denn nun zuerst auf Deutsch gerappt? Was ist das, deutscher Hip-Hop? – in eine Richtung, die den meisten Hip-Hops [sic] fern lag. So steckten die Aktivisten der Alten Schule in einem Dilemma: Einerseits wurde Hip-Hop durch die Fantastischen Vier noch bekannter, andererseits war es eben nicht das, was sie selbst unter Hip-Hop verstanden. Dennoch konnten auch einige Rapper und Bands der Alten Schule von dieser Kommerzialisierung profitieren, denn auch ihre Platten ließen sich nun besser verkaufen und ihre Musik, die, anders als die der Fantastischen Vier, auch einen inhaltlichen Anspruch hatte, fand mehr Zuhörer. Ab der Mitte der 90er Jahre kann von einem kommerziellen Boom des Hip-Hop in Deutschland gesprochen werden. Neben zahlreichen neuen Bands und Kooperationen und deren Veröffentlichungen nahm auch die Zahl anderer Hip-Hop-kultureller Publikationen wie Magazine, Fanzines, Internetseiten und dergleichen zu. Auf dem Musiksender VIVA lief seit 1993 eine deutschsprachige Hip-Hop-Sendung, Freestyle, die zunächst noch alle Seiten der Hip-Hop-Jugendkultur beleuchtete. 1995 wurde diese abgesetzt und mit Wordcup durch eine reine Rap- und Video-Sendung abgelöst. In dieser Zeit gab es auch im Graffiti und Breakdance weitere Entwicklungen und Fortschritte, beispielsweise wurden die Styles der Writer immer ausgefeilter und professioneller und auch hier gab es erste Tendenzen der Kommerzialisierung. So gab es auch zu diesem Zeitpunkt Mitte der 90er Jahre bereits erste Stars der Graffiti- und Breakdance-Szene, die von ihren Künsten und Aufträgen leben konnten. Große Konzerne engagierten bekannte Graffiti-Künstler wie z. B. SEAK oder DAIM, um sich mit speziellen Kollektionen, beispielsweise von Rucksäcken der Marke Eastpak, ein jugendliches Image zuzulegen und neue

Käuferschaften zu erschließen. Auch wurden zahlreiche Breakdance-Crews für Musikvideo-Produktionen eingekauft, die von der Musikrichtung her nichts mehr mit Hip-Hop zu tun hatten. Somit haben sich Graffiti und Breakdance durch Vermarktungsstrategien der Medien und Wirtschaftskonzerne in den Augen der Öffentlichkeit teilweise vom Gesamtkonzept Hip-Hop gelöst. Nachdem ab der Mitte der 90er Jahre bis etwa kurz nach der Jahrtausendwende vor allem der deutschsprachige Rap eine Hochkonjunktur erlebte, haben es in den letzten Jahren wieder weniger neue deutschsprachige Hip-Hop-Künstler und Bands in die Charts geschafft. Dennoch gibt es weiterhin eine große Anzahl an Künstlerinnen und Künstlern im deutschen Hip-Hop, die ganz unterschiedliche Stilarten ausgebildet und geprägt haben. Als Zentren der deutschen Hip-Hop-Jugendkultur, vor allem was das Musikbusiness angeht, haben sich inzwischen Hamburg, Stuttgart und Berlin herausgebildet. Aber auch in allen anderen Teilen der Republik, ob Groß- oder Kleinstadt, gibt es Hip-Hop-Künstler, Rapper, Graffiti-Sprüher und Breakdancer. In Berlin entstand dagegen die wichtigste Neuentwicklung im deutschen Hip-Hop, ein besonders durch Sexismus und Brutalität auffallender Rap-Stil, der von Künstlern wie Bushido, S.I.D.O., Fler, Massiv und anderen um die Labels Aggro Berlin, Ersguterjunge oder Optik Records geprägt wurde. Die Alben einiger Künstler wurden von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften indiziert, was ihre Popularität, aber auch ihre umstrittene Position im deutschen Hip-Hop noch einmal festigt und sogar steigerte. Jedoch scheinen gerade diese aggressiven und provozierenden Inhalte bei den Jugendlichen und Heranwachsenden gut anzukommen, da sie hierin offensichtlich ein Mittel der Abgrenzung von den inzwischen etablierten und erwachsenen Hip-Hoppern gefunden haben. Auch werden einige der besagten Künstler wie Bushido und S.I.D.O. von der Bravo als neue Teenystars vermarktet.