

Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 55 (1999)
Heft: 6

Buchbesprechung: Jugendliche und "ihre" Sprache. Sprachregister, Jugendkulturen und Wertesysteme. Empirische Studien. [Schlobinski, Peter, Heins, Niels-Christian]

Autor: Studer, Martin

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

PETER SCHLOBINSKI, NIELS-CHRISTIAN HEINS, (Hrsg.): *Jugendliche und «ihre» Sprache. Sprachregister, Jugendkulturen und Wertesysteme. Empirische Studien.* Westdeutscher Verlag, Opladen 1998. 236 S. mit zahlreichen Abb. Fr. 49.80.

Peter Schlobinski (Professor für Germanistische Linguistik an der Universität Hannover) und Niels-Christian Heins (Lehrer am Ratsgymnasium in Osnabrück) haben mit diesem Buch einen weiteren Meilenstein in der Erforschung der Sprache Jugendlicher gesetzt. Der Band umfasst eine Reihe von sechs Aufsätzen, welche verschiedenartige empirische Arbeiten dokumentieren. Es sind SchülerInnen des Ratsgymnasiums Osnabrück und Studierende der Universität Osnabrück, die unter fachkundiger Leitung jugendlichen Sprechstilen auf den Grund gegangen sind. Die Bandbreite der pragma- und soziolinguistischen Untersuchungen ist erstaunlich, reicht sie doch von Graffiti über Musikprojekte, Ironie und Parodie, Werbung und Kommunikation in der Kirche bis zu Spracheinstellungen Jugendlicher. Das Buch von Schlobinski und Heins wird sowohl sprachwissenschaftlich als auch pädagogisch interessierte Lesende beeindrucken.

Linguistische Analysen von jugendlichen Sprechstilen kennen wir schon eine ganze Reihe, *neu* ist an diesem Buch die Binnenperspektive der jugendlichen Experten und Expertinnen, die das Phänomen «Ju-

gendsprache» beleuchten. Die Jugendlichen werden für einmal also nicht von ihren Produkten getrennt, sondern in die Untersuchung von «jugendsprachlichen» Phänomenen einbezogen. Neu ist zudem, dass SchülerInnen mit Studierenden in einem derart umfangreichen Projekt zusammenarbeiten. Die Arbeitsgruppen haben die zu untersuchenden Gegenstände selbst gewählt und auch die Fragestellungen von ihren Interessen her entwickelt, was ganz besondere Zugangsweisen zu den einzelnen Themen zur Folge hat. Entsprechend heterogen sind die Artikel geschrieben, «verschieden die Perspektiven und Vorannahmen, unterschiedlich das wissenschaftliche Niveau» (S. 19), wie die Herausgeber selber festhalten. Auch wenn die einzelnen Beiträge zuweilen nicht den Stand eines fachwissenschaftlichen Artikels erreichen, spürt man doch das Engagement der Forschenden, die hier von eigenen Erfahrungen berichten und diese Erfahrungen linguistisch analysieren.

Nach einer *Hinführung zum Thema* durch die beiden Herausgeber, die einen ausserordentlich informativen Abriss über die Geschichte der Jugendsprachforschung und eine Projektbeschreibung enthält, geht es im zweiten Kapitel um das kontrovers diskutierte *Phänomen «Graffiti»*. Untersucht wurden nicht nur konkrete Graffiti (Symbole, Zeichen, Texte, Figuren und Bilder) aus Osnabrück, sondern auch die diese jugendkulturelle Ausdrucksform begleitenden gruppenspezifischen Funktions- und

Verhaltensweisen. Die Autorinnen dieses Artikels interviewten sechs Writer (Sprayer), die Sonderkommission «Graffiti» der Osnabrücker Polizei – natürlich ist auch in Deutschland das Besprayen von fremden Hausfassaden Sachbeschädigung und somit illegal – sowie den Leiter der am Konservatorium Osnabrück eingerichteten «Graffiti-Börse», die legale Sprayer-Aufträge vermittelt. Die Graffiti-Kultur der Hip-Hop-Szene spiegelt verschiedene Aspekte jugendlicher Identitätsfindung wider: Jugendliche eignen sich gesellschaftlichen Raum an, sie wollen sich in der weitgehend verplanten und verbauten Umwelt abbilden und wiederfinden.

Ebenfalls um Identifikation, nämlich um Identifikation mit einem bestimmten Musikstil, einer Musikgruppe oder einem Star, geht es im dritten Artikel, der die *Beziehung von Jugendlichen zur Musik*, insbesondere zur lokalen Musikszene im Umfeld des Ratsgymnasiums in Osnabrück beleuchtet. Untersucht wurden Musik und Liedtexte von je zwei Musikgruppen aus der Hip-Hop-Szene und aus dem Hard-Rock-Bereich. Auch hier wurden durch Interviews mit den Musikern und Musikerinnen auf deren Intention Rückschlüsse gezogen und durch Befragung der Rezipienten und Rezipientinnen die Wirkung der Liedtexte und Kompositionen untersucht. Interessant ist, dass sich zwischen den Ansichten der Hard-Rock- und der Hip-Hop-Cliquen kaum klare Grenzen ziehen lassen, dass sich die Musikstile überhaupt nicht in ein Schema pressen lassen und dass «die Texte der von uns betrachteten Bands durchweg keine Merkmale ei-

ner Spezifik zeigen, wie sie in Fachliteratur, Medien und Öffentlichkeit für «die» Jugendsprache angenommen wird» (S. 93).

Der vierte Beitrag ist der wissenschaftlich am meisten fundierte Aufsatz über *«Ironie und Parodie als Sprechmodi gruppenspezifischer, situativer Interaktion»*. Andreas Gehlke und Friederike Neuffer untersuchen hier am Beispiel zweier Jugendlicher, die in ihrer Freizeit im Rahmen eines fiktiven Radiosenders Radioparodien produzieren, den Gebrauch und das Wesen von Ironie und Parodie. In den Radioparodien werden Personen als Stellvertreter breiter Bevölkerungsschichten, Angehörige der Bildungselite sowie Prominente der Unterhaltungsbranche durch parodistisch-satirische Verfremdung ins Lächerliche gezogen. Neben dieser nach aussen gerichteten, kritischen Ironisierung gibt es aber auch immer wieder Passagen, in denen sich die Sketchproduzenten selber ironisieren. Das primäre Ziel der Sketchproduktion ist für beide Jugendlichen, Spass zu haben. Dass dabei natürlich auch mit gesellschaftlichen Anstandsgrenzen und Tabus gespielt wird, ist nicht erstaunlich; allerdings vollziehen sich diese Regelverletzungen nicht oberflächlich auf der Ebene obszöner Lexik, sondern subtiler durch die ironische Gestaltung unmoralischer Szenarios.

Im folgenden, fünften Artikel wird *kommerzielle und politische Werbung für Jugendliche* sowie deren Einstellung dieser Werbung gegenüber analysiert. Laut der durchgeführten Fragebogenaktion beurteilen Jugendliche kommerzielle wie auch

politische Werbung, die speziell an Jugendliche gerichtet ist, generell eher negativ. Werbung, die jugendliche Sprache nachahmt, wirke oft lächerlich, weshalb sich die Jugendlichen weder angesprochen noch zum Kauf des Produktes angeregt fühlen würden. Ob diese Aussagen allerdings auch dem tatsächlichen Verhalten der Jugendlichen entsprechen, ist von den Verfassern und Verfasserinnen nicht nachgeprüft worden. Meines Erachtens bestätigen Jugendliche nur ungern, dass sie von Werbung oder auch von den Medien beeinflusst werden, obwohl die Verkaufszahlen der Markenkonzerne dies nahe legen. Die Ergebnisse der hier vorgestellten Fragebogenerhebung müssen deshalb vorsichtig interpretiert werden.

«*Jugend und Kirche: Ist Kommunikation hier noch möglich?*», so lautet der Titel des sechsten Kapitels. Es sind vor allem persönliche Erlebnisse, die hier hinterfragt und analysiert werden: eine «liturgische Nacht», die Predigt eines evangelischen Pfarrers sowie der Evangelische Kirchentag in Leipzig vom 18. bis 22. Juni 1997. Diese Studie belegt deutlich, wie wenig die Jugendlichen in der heutigen (deutschen) Kirche ernst genommen werden. Natürlich ist die Kirche an der Kommunikation mit Jugendlichen interessiert, gleichberechtigte Gespräche zwischen Vertretern und Vertreterinnen der Kirche und Jugendlichen finden jedoch selten statt. Durch eine Steigerung des Un-

terhaltungswertes, beispielsweise die Untermalung von Kirchenliedern durch Beat-Sound, werde zwar versucht, die Jugendlichen anzusprechen, diese blieben allerdings Objekte des kirchlichen Diskurses. Dass die Kirche den Jugendlichen nicht mehr Verantwortung, mehr Freiheiten, mehr Spielraum überlasse, sei schade. Fazit: Eine stärkere Partizipation von jungen Leuten ist für die Aufrechterhaltung der Kommunikation zwischen Kirche und Jugend unabdingbar.

Abgerundet wird der Band mit einem Beitrag zum Thema «*Spracheinstellungen und -bewertungen von Jugendlichen*», einer interessanten Fragebogen-Studie. «Wann sprichst du deine Sprache? Was ist anders an deiner Sprache? Sprechen Mädchen und Jungen unterschiedlich? Wie wird deine Sprache empfunden von Jugendlichen? Von Eltern? Von Lehrern?» (S. 231 f.), das sind einige Beispiele aus dem Fragebogen, den 353 SchülerInnen des Osnabrücker Ratsgymnasiums ausgefüllt haben. Wichtigstes Ergebnis: Die befragten SchülerInnen verfügen über ein sehr hohes Sprachbewusstsein. Sie wissen, dass ihr jugendlicher Sprechstil nicht in jeder Situation angebracht ist. Deshalb wählen sie je nach soziokulturellem Umfeld eine passende Ausdrucksform; und deshalb ergeben sich aufgrund der Sprache auch nur selten Schwierigkeiten mit Eltern oder Lehrpersonen.

Martin Studer