

Ästhetische Praktiken im Kontext von Gangsta-Rap

Ethnografische Perspektiven auf Materialität und Aneignung

Katharina Bock 

Zusammenfassung

Gangsta-Rap stellt einen ebenso interessanten wie gehaltvollen Forschungsgegenstand dar, der Perspektiven eröffnet, die in der Szeneforschung, der Medien- und Kultursoziologie sowie der Medienpädagogik bislang (stark) unterrepräsentiert sind. Dieser Beitrag vertritt die These von Gangsta-Rap als Ressource und Medium der Ermöglichung, in dessen Rahmen sich der Eigenwert und Eigensinn populärer Musik und Kultur artikulieren kann, das neue Möglichkeiten des Erlebens, des Selbstausdrucks und der Partizipation eröffnet und so das je eigene Aktions- und Wirkungsfeld der Beteiligten zu vergrößern vermag. Dies wird anhand von ethnografischem Datenmaterial ausgeführt, das im Rahmen einer Studie mit jungen Szene-Insidern gewonnen wurde. Der Beitrag stellt eine Gruppe männlicher Musikenthusiasten vor, die Gangsta-Rap nicht nur gerne hören, sondern die Musik auch selbst produzieren, womit die Gruppe exemplarisch für eine junge Anhänger:innenschaft steht, die das Genre kommunikativ und kreativ für ihre eigen(sinnig)en Zwecke nutzt. Diese Insider zeichnen sich durch ein umfangreiches Spezialwissen zum Gegenstand aus, das sie kompetent anzuwenden verstehen. Dabei machen sie von unterschiedlichen ästhetischen Praktiken Gebrauch, die uns detaillierte Einblicke in Bedeutungszuschreibungen und Aneignungsweisen im Kontext umstrittener populärer Musik und Szene-Kultur ermöglichen.

Aesthetic Practices in the Context of Gangsta Rap. Ethnographic Perspectives on Materiality and Appropriation

Abstract

Gangsta rap represents an interesting and rich research context in many respects. It opens up perspectives that have so far been severely underrepresented in media and cultural sociology, media education and research on youth scenes. This article presents the thesis of gangsta rap as a resource and medium of empowerment: Gangsta rap articulates the intrinsic value and stubbornness of popular music and culture. It opens up new possibilities for experience, self-expression and participation, and one's own field of action and influence can be expanded. This is explained using ethnographic data from a study of young scene insiders. A group of male music enthusiasts is presented who

not only enjoy listening to gangsta rap, but also produce it themselves and thus use the genre communicatively and creatively for their own special purposes. These insiders have specialized knowledge that they use competently. In doing so, they make use of various aesthetic practices that give us detailed insights into cultural meanings and modes of appropriation in the context of controversial popular music and scene culture.

1. Einführung

Gangsta-Rap gilt derzeit als eines der kommerziell und aufmerksamkeitsökonomisch erfolgreichsten musikalischen Subgenres (Seeliger 2021, 34) – ein Erfolg, der medienöffentlich immer wieder kritisch diskutiert wird (u. a. Schmidt et al. 2022). Beliebt und verbreitet ist das Genre insbesondere unter jungen Menschen (Bundesverband Musikindustrie 2022, 28), deren Perspektive auf die Musik und Kultur jedoch eher selten thematisiert wird.¹ In diesem Zusammenhang sind Fragen zu Wahrnehmungs-, Umgangs- und Aneignungsweisen des Genres sowie damit verbundene Sinn- und Bedeutungszusammenhänge weitgehend ungeklärt.

Einige erste Einblicke hierzu ermöglicht eine Interviewstudie von Wegener (2007a; 2007b), die indizierte Rap als *Alltagskultur* bestimmt und die in dessen Nutzung und Aneignung typische Entwicklungsaufgaben des Jugendalters sowie die spezifische Konstitution eines Milieus sozialer Benachteiligung widergespiegelt sieht. Neuere ethnografische Untersuchungen zur Auseinandersetzung junger Menschen mit Gangsta-Rap konstatieren ein *soziales Spiel, dem eine spezifische Sinnwelt zugrunde liegt, die von eigen(sinnigen) Denk-, Sprach- und Verhaltensweisen sowie vielfältigen (un)bewussten Zielen und Bedürfnissen geprägt ist* (v. a. Bock 2024; Bock 2023).² Hier knüpft der vorliegende Beitrag an und thematisiert die Aneignung von Gangsta-Rap durch junge Menschen. Dies erfolgt vor dem theoretischen Hintergrund einer «zunehmende[n] Häufigkeit, Intensität und gezielte[n] Herstellung von Konstellationen, in denen ästhetisches Erleben als Selbstzweck stattfindet» (Maase 2022a, 48f.). Dieses Erleben ereignet sich «in Form intensiver sinnlicher Wahrnehmung, die untrennbar verknüpft ist mit der Aktivierung von Empfindungsvermögen (für Gefühle und Stimmungen) und Vorstellungskraft (Erinnerungen, Fantasien)» (Maase 2022b, 131). Es wird herausgearbeitet, *dass* und *wie* junge Szene-Insider³ von «ästhetischen Praktiken» (Reckwitz 2016) Gebrauch machen, die auf ein Erleben als

1 Die meisten Untersuchungen zum Genre thematisieren die Perspektive populärer Profi-Rapper:innen, wobei Gangsta-Rap überwiegend als Reaktion auf sowie die Be-/Verarbeitung von gesellschaftlichen Missständen und sozialer Benachteiligung betrachtet wird (u. a. Seeliger und Dietrich 2017; Seeliger 2021).

2 In diesem Zusammenhang lassen sich u. a. starke Abweichungen von allgemeingültigen Werten und Normen, die Stabilisierung überkommener Geschlechterannahmen sowie die Reproduktion kapitalistischer Marktlogiken ausmachen.

3 Zum Szene-Begriff siehe: Hitzler und Niederbacher (2010).

Gangsta-Rapper abzielen, d. h.: eine Selbst-Wahrnehmung als Angehörige der «Strasse» und des «Rap-Games». Dabei erweist sich Gangsta-Rap, so die These, als vielseitige Ressource und Medium der Ermöglichung.

1.1 Konzeptueller Rahmen

Unter Bezugnahme auf Hoffmanns (2008; 2018) mediensoziologische Ausführungen zur Auseinandersetzung und Sozialisation mit Musik und Medien sowie auf Bourdieus (1983) Ausführungen zum inkorporierten Kulturkapital wird unter der *Aneignung von Gangsta-Rap* im Folgenden ein *kreativer und kommunikativer Prozess der Auseinandersetzung mit und Verinnerlichung von bedeutsamen Wissensbeständen einer spezifischen Sinnwelt* verstanden. Im Rahmen dieser Auseinandersetzung – und dabei beziehe ich mich ausserdem auf Schulzes (1992) kultursoziologische Erlebnistheorie – suchen Szene-Insider nach «Erlebnissen» und bringen sich dafür in Situationen und/oder kreieren Gegenstände in der «Hoffnung, dadurch im eigenen Innenleben bestimmte Wirkungen» hervorzubringen (Schulze 1992, 44, 101).

Solche Wirkungen werden im Rahmen «ästhetischer Praktiken» (Reckwitz 2016) erzeugt. Dabei handelt es sich um Angelegenheiten und Aktivitäten, die explizit jenseits hochkultureller Rahmungen (Kunst oder Theater) zu finden sind und in deren Zentrum das physisch-leibliche Erleben steht. Ästhetische Praktiken sind durch fünf Merkmale gekennzeichnet:

1. Sie sind darauf ausgerichtet, «die Sinne zu mobilisieren und Wahrnehmungen hervorzulocken – um ihrer selbst willen», denn darin liegt ihr besonderer «Eigenwert» (*Selbstreferenzialität*). Sie umfassen sowohl Praktiken, «in denen ästhetisches Wahrnehmen stattfindet, als auch jene, die Ereignisse verfertigen, die dem ästhetischen Wahrnehmen dienen sollen».⁴
2. Das Handeln in ästhetischen Praktiken erfolgt in Form von *kreativem Gestalten* als «Performance» und/oder der «Verfertigung von neuartigen Artefakten oder Ereignissen» (Reckwitz 2016, 227).
3. Ästhetische Praktiken sind durch *Affiziertheit* gekennzeichnet; die Erregung der Sinne evoziert bestimmte Gefühlsqualitäten, die «als lustvoll, wohlgefällig, angenehm, rauschhaft, enthusiastisch etc.» empfunden werden können (ebd.).
4. Zudem gehen ästhetische Praktiken mit «affektiv-libidinös aufgeladen[en]» *Interpretationsprozessen* einher; «Zeichen werden als Ort der offenen und mehrdeutigen, der nicht natürlichen, sondern «künstlichen» Bedeutungsproduktion begriffen, in denen sich «eigene Welten» bilden, auch imaginierter und fiktiver Art» (ebd., 228).

4 Dazu zählen nach Reckwitz (2016, 225f.) z. B. Festivitäten, Veranstaltungen wie der Besuch des Fussballstadions oder einer Shopping Mall, aber auch touristische Reisen, sexuelle Erotik, gastronomische Erlebnisse, musikalische oder andere kreative und gestalterische Arbeiten oder Erlebnisse.

5. Schliesslich zeichnen sich ästhetische Praktiken durch eine «experimentelle und grenzüberschreitende Struktur» aus, die sie in die Nähe von *Spiele*n rückt (ebd., 229). Spiele wiederum stellen einen «gesellschaftlichen Exklusionsbereich» dar, in dem gesellschaftliche «Normalität außer Kraft gesetzt» wird und «Freiräume des Erlebens und Handelns entstehen» (Thiedeke 2010, 17f.).

Reckwitz (2016, 227) geht davon aus, dass die Subjekte «in ihrem Erleben durch einen Gegenstand, ein anderes Subjekt, eine räumliche oder transzendente Umgebung «affiziert» sind (ebd., 224), womit materielle Ressourcen eine besondere Bedeutung für ästhetische Praktiken erlangen. Ein weit gefasstes Materialitätsverständnis schliesst Dinglichkeit und Stofflichkeit ebenso ein wie Räumlichkeit und Architektur, Licht und Klang, Farben, Schrift, Substanzen oder Organismen (Kalthoff et al. 2016, 11f.) und lässt sich durch den Einbezug «abstrakter Objekte» (Blumer 1981, 90) wie Konzepte, Ideen, Mottos, Regeln, Werte etc. ergänzen. In diesem Zusammenhang verweist die von Reckwitz (2016, 227) implizierte Verbindung von sozialer und materieller Welt auf die Relevanz von Umgebungsqualitäten bzw. *Atmosphären* – und zwar solchen, die besonders positive Sinneswahrnehmungen und Gefühle zu evozieren vermögen. In seinem Begriffsverständnis bezieht sich Reckwitz (2016, 112) auf Böhme (1995, 33f.), der *Atmosphären* als etwas begreift, «das von den Dingen, von Menschen oder deren Konstellationen ausgeht und geschaffen wird». Raumsoziologisch handelt es sich dabei um sich aus der gleichzeitigen «Wahrnehmung [...] sozialer Güter und Menschen in ihrer räumlichen (An)Ordnung [...] an Orten» (Löw 2017, 205) ergebende «symbolische Wirkungen» (ebd., 193), die durch «Inszenierungsarbeit» (ebd., 215) erzeugt werden.

Vor diesem Hintergrund stehen im Folgenden *Praktiken der absichtsvollen, spielerisch-kreativen Gestaltung menschlicher Körper und materieller Ressourcen* im Fokus, die darauf abzielen, spezifische sinnliche Wahrnehmungen, Gefühle und Stimmungen zu erzeugen. Dabei bewegen sich die Beteiligten, wie sich zeigt, in umgedeuteten, umfunktionierten und selbst kreierten räumlichen und dinglichen Arrangements, thematisieren, imaginieren und kreieren eigen(sinnig)e Sachverhalte, Situationen, Räume und Artefakte, um ein *ästhetisches (Selbst-)Erleben als Gangsta-Rapper* zu ermöglichen.

1.2 Datenmaterial, Erhebungs- und Analysekontext

Das im Folgenden präsentierte Datenmaterial habe ich im Rahmen meiner wissenschaftlichen Mitarbeit in einem Teilprojekt des DFG-geförderten SFB 1472 «Transformationen des Populären» der Universität Siegen (2021–2024) generiert.⁵ Ziel des

5 Der Projekttitel lautet «Inszenierungen von Kriminalität: Gangsta-Rap in interaktiven Identitätspraktiken Jugendlicher».

Projekts war u. a., Praktiken des semantischen und ästhetisch-stilistischen Bezugnehmens junger Menschen auf Gangsta-Rap ethnografisch zu untersuchen. Dafür wurde eine Forschungsstrategie gewählt, die teilnehmende Beobachtungen, ethnografische Gespräche,⁶ umfangreiche Recherchen v. a. in Rap-bezogenen Medien sowie die Sammlung und Analyse kultureller Artefakte⁷ wie Rap-Eigenproduktionen miteinander kombinierte (Dellwing und Prus 2012; Breidenstein et al. 2015; Pofert und Schröder 2022) und um audioaufgezeichnete Gruppeninterviews ergänzte (Dellwing und Prus 2012, 116ff.). Mit diesem Zugang liessen sich detaillierte Einblicke in situationale und soziale Kontexte gewinnen, in denen jene Bedeutungen generiert werden, die für das Verstehen des Umgangs mit populärer Kultur, Musik und relevanten Medien(inhalten) zentral sind (Cohen 1993, 135).

Mein Zugang zum Untersuchungsgegenstand erfolgte über grossstädtische Einrichtungen der Offenen Jugendarbeit, in denen Hip-Hop-Kultur bzw. Rap-Musik bedeutsam war. Zu einer dieser Einrichtungen gehörte ein grosser freier Träger, dessen Angebot u. a. verschiedene Streetwork-Projekte und Anlaufstellen für medieninteressierte junge Menschen umfasst, die vor Ort die Gelegenheit haben, mit zur Verfügung gestelltem Equipment (Tonstudio, Computerplätze, Software) eigene Medieninhalte zu produzieren. In den Räumlichkeiten des Trägers habe ich Kontakt zu den Szene-Insidern Anton, Jamal, Tahmid, Manuel, Kadeem und Liam hergestellt und sie als Gruppe etwa ein Jahr lang bei ihren verschiedenen Gangsta-Rap-bezogenen Aktivitäten begleitet. Ich war dabei, wenn sie ihre Raptexte geschrieben und diese in musikalische Eigenproduktionen verwandelt haben; wenn sie gemeinsam abgehangen, dabei z. B. Musik gehört oder Video-Posts für ihre Social Media-Kanäle erstellt haben. Sie zeigten und erklärten mir alles Mögliche und beantworteten geduldig meine vielen Fragen. Ich hatte Zugang zu ihrem Whatsapp-Gruppenchat und durfte ihnen auf Instagram folgen. Ausserdem habe ich die Dreharbeiten zu einer ihrer Rapvideo-Eigenproduktionen begleiten dürfen und sie dabei vor Ort mit kleinen Hilfsdiensten unterstützt.

Das für diesen Beitrag verwendete Datenmaterial (Feldprotokolle, transkribierte Gruppeninterviews) wurde mit der Ethnografischen Semantik (v. a. Maeder und Brosziewski 1997) ausgewertet. Die Methode bietet ein praktikables

6 Ethnografische Gespräche dienen dazu, das durch Teilnahme und Beobachtung aus Recherchen und Artefaktanalysen erworbene Wissen zu hinterfragen, zu reflektieren und etwaige Verständnisfragen (spontan) zu klären. Im Unterschied zu klassischen Interviews betonen ethnografische Gespräche den informellen Charakter von Konversationen im Feld. Solche in Umgangssprache geführten Unterhaltungen ohne Hierarchien und Rollenzuweisungen sind erfahrungsgemäss essenziell für das Verständnis dessen, was im Feld vor sich geht (u. a. Dellwing und Prus 2012, 114ff.).

7 «Gerade weil sich der Alltag und das soziale Zusammenleben nicht von Artefakten, ihrer Erzeugung, Verwendung und ihrer Bedeutung für das Denken, Fühlen, und Handeln abtrennen lässt, bietet der systematische Einbezug von Artefakten in ethnographische Studien eine wichtige Bereicherung» (Lueger und Froschauer 2022, 527). Insbesondere im Rahmen von Jugendforschung ermöglicht die Analyse von selbst erstellten (audio-visuellen) Artefakten vertiefte Einblicke in die Lebens-(und Medien)welten junger Menschen (Niesyto 2018, 783).

Forschungsinstrument v. a. für die Beschreibung und Analyse des Zusammenhangs von Sprache bzw. Kommunikation, Kultur und sozialer Praxis. Sie ermöglicht es, herauszuarbeiten, «auf welche Art und Weise» die Beteiligten

«ihre Welt kategorisieren, bzw. wie sie ihre Welt mittels alltäglich-praktischer Klassifikationen definieren und sich einander vermitteln [...]. Das Produkt solcher Rekonstruktionen sind gewissermassen «kulturelle Landkarten» über verfügbare Elemente in einer bestimmten sozialen Sinnwelt» (ebd., 344).

Die Ethnografische Semantik ist zwar vornehmlich für einen sprachzentrierten, lexikalischen Weg bekannt, doch schränken ihre Mittel keineswegs die auf durch Sprache begrenzten Gegenstandsvorstellungen ein, denn Sprache ist über ihren Wahrnehmungsbezug auch an die Körperlichkeit angeschlossen (Brosziewski und Maeder 2010, 396, 402).⁸

2. Ästhetisches Erleben als Gangsta-Rapper

Im Folgenden wird ein ethnografischer Bericht präsentiert, der die ästhetischen Praktiken der Gruppe beschreibt, sie analytisch reflektiert und interpretiert.⁹

2.1 Die Kategorie «Strasse» und das «Rap-Game»

Im Feld wird Gangsta-Rap beschrieben als «Show» oder «Image, wie eine Rolle», dessen thematischen Kern das «Gangster- und kriminell-sein-Ding» bildet. Gangsta-Rap wird assoziiert mit «Gewalt und Waffen», «Gras» rauchen und damit «dealen», «Geld und Macht», «Status» sowie «Dissen, Drogen und Sexismus». Insider, so muss betont werden, nutzen den Begriff Gangsta-Rap kaum; als native Äquivalente sind im Feld eher die Begriffe «(Deutsch-)Rap» bzw. «Strassenrap» im Gebrauch, denn: «Gangsta-Rap ist Strassenrap», wie es heisst:

«Strasse» ist einerseits grossstädtische Öffentlichkeit und der unmittelbare Lebens- und Erfahrungsraum der Gruppe. Dort werden Betrachtungs- und Verhaltensweisen erworben, die auch in populären Strassenrap-Produktionen artikuliert und

8 Im Rahmen der Datenanalyse wurden schrittweise einzelne Kategorien identifiziert und zu den folgenden Domänen entwickelt: Personen, Orte, Dinge und Handlungen/Aktivitäten (Maeder 2002, 8. Absatz; Maeder 2007, 684–685). Diese Domänen wurden mittels taxonomischer und Komponenten- bzw. Attributanalysen schrittweise erweitert, systematisiert, differenziert und verdichtet (Maeder und Brosziewski 1997, 351–352). Hierbei wurden Zu-, Über- und Unterordnungen vorgenommen, Reihenfolgen, Verweise, Inkludierungen, Abgrenzungen und Kontrastierungen berücksichtigt sowie alle möglichen weiteren Zusatzinformationen zusammengetragen. Auf diesem Weg konnten ein Personenrepertoire der sozialen Sinnwelt erstellt, bedeutsame Bezugsräume, kulturelle Artefakte, Konzepte/Haltungen und andere Dingwelten ermittelt werden. Auf der Handlungsebene konnten bedeutsame Aktivitäten, Sprach- und Verhaltensweisen sowie Praktiken der Aneignung zusammengetragen werden.

9 Zur Wahrung forschungsethischer Richtlinien und datenschutzrechtlicher Bestimmungen ist das Datenmaterial anonymisiert worden.

bestätigt werden. Seit der Entstehung von Rap im New York der 1970er-Jahre sind Ereignisse auf der «Strasse» – vor allem «gewalttätige Auseinandersetzungen» sowie «Formen der Kriminalität, die für Gangs typisch sind» – ein wichtiger Bezugspunkt der Szene (Schröder 2012, 66f.). Im Lauf der Zeit hat sich in diesem Zusammenhang der Begriff «Drill-Rap» etabliert – ein Rap-Stil, den die Szene-Insider auch für sich selbst favorisieren. «Drill» gilt als «nihilistic, provocative and violent» (Monteith 2022, 546) und steht für Rap, der die harte und besonders gewalttätige Seite der «Strasse» thematisiert (dazu ausführlich: Terms & Conditions 2020). Klanglich lehnt sich «Drill» an den sogenannten «Trap»-Sound an. Dieser steche durch einen «abgehobenen Sound» heraus und zeichne sich (derzeit) «vor allem durch seinen zurückgelehnten Flow,¹⁰ seine minimalistischen Beats und seine zunehmende Melodik» aus (Tons pion.de 2021).¹¹

«Strasse» ist, wie Kadeem es in einem unserer Gespräche beschreibt, ein «Mind-set», das einen präge und begleite. Auf der «Strasse» gehe es vor allem darum, «sich vor anderen zu profilieren und sozusagen «den Macker» [i. S. v. Anführer, Macher, K. B.] zu machen». Es sei hauptsächlich «dieses Macho-Ego-Prinzip: ich bin der Alpha hier und ihr seid die Betas», um das es gehe. Auch im «Rap-Game» – hier schlägt Kadeem die Verbindung von der «Strasse» zum Genre – gebe es «einfach diese Sache mit Status und Gesicht». Es gehe darum, «der grösste MotherFUCKer» zu sein, sich «krass» zu fühlen und das zum Ausdruck zu bringen.

Die «Strasse» erscheint vor diesem Hintergrund als ein *Raum der Bewährung des Selbst*. Die Partizipation am «Rap-Game» stellt offenbar eine Möglichkeit dar, das eigene Selbst im Zusammenhang mit den Themen der «Strasse» spürend zu erfahren und so sich selbst und signifikanten Anderen zu beweisen, dass man das «Mindset» verinnerlicht hat und es verkörpern kann. Für die eigene Teilnahme am «Rap-Game» stellen populäre Rap-Künstler:innen bedeutsame Identifikationsschablonen bereit, an denen sich die Gruppe orientiert, deren Erfahrungen und Lebensentwürfe sie als erstrebenswert erachtet und denen sie mit eigenen Musikproduktionen nacheifern will: Was diese Rapper:innen ihnen zeigen würden, sei «das KRANKeste Leben aller Zeiten», findet Kadeem und fügt hinzu: «Die leben schnell, die haben Geld, Autos, Weiber, alles. Wer würde sich da nicht denken, «ich will das auch»? [...] der eine hat Label-Vertrag bekommen, Hundertfünfzigtausend Euro Vorschuss [...] direkt hat sich Auto gekauft [...] alle wollen mit ihm schlafen und so. Jeder schreibt ihn auf Instagram an. [...] Das ist einfach geil! [...] WER würde das nicht gerne machen wollen?».

10 «Flow» beschreibt das Passungsverhältnis zwischen dem Rhythmus eines Beats und dem Zusammenspiel von Worten, der Betonung einzelner Silben, Pausen, dem Sprechtempo und der Sprachmelodie (dazu auch: Kautny 2009).

11 Klanglich herrschen je nach Herkunft und individuellem Stil von Rapper:innen z.T. grosse Unterschiede. Die Gruppe favorisiert u. a. den Stil des deutschen Rappers «Luciano», des ermordeten US-Rappers «Pop Smoke», der US-Rapperin «Young M.A.», des französischen Rappers «Booba» und des spanisch-katalanischen Rappers «Morad». Unterschiedliche Höreindrücke finden sich z.B. auf Soundcloud.com oder Voicy.network.

In diesem/ihrem «[S]treben nach einem ›Mehr‹»[-sein/-haben-wollen] (Bock 2024, 290), wie Manuel es zusammenfasst, kommt die für (insbesondere spielerisch gerahmte) ästhetische Praktiken typische «experimentelle und grenzüberschreitende Struktur» (Reckwitz 2016, 229) zum Ausdruck.

Vor diesem Hintergrund erscheint Gangsta-Rap als ein Medium der Ermöglichung ästhetischen (Selbst-)Erlebens als professionelle und erfolgreiche Gangsta-Rapper, als Mitspieler im «Rap-Game» und als Mitglieder der «Strasse». Dies wird im Folgenden weiter ausgeführt.

2.2 *Sich wie ein Gangsta-Rapper fühlen: Umdeuten und Umfunktionieren räumlich-dinglicher Arrangements*

Im Rahmen der Aneignung von Gangsta-Rap nutzen Anton, Jamal, Manuel, Tahmid, Liam und Kadeem einen Studioraum des Trägers. Dort bringen sich die Jungs¹² regelmäßig in Situationen, in denen sie sich glaubhaft als Gangsta-Rapper imaginieren und darstellen können. Beispielhaft hierfür steht Tahmid, der den Studioraum während einer Aufnahmesession als Kulisse für ein kurzes Instagram-Teaser-Video zu dem soeben eingerappten Song nutzt. Dieses Video «inszenieren» (Löw 2017, 215) die Jungs wie folgt:

Im Fokus stehen Tahmid und Liam, die mit dem Rücken zur von Jamal bedienten Handykamera ihre Aufmerksamkeit auf den Studio-Arbeitsplatz richten – einen Laptop mit geöffneter Musik-Produktionssoftware, davor ein Keyboard; im Hintergrund eine schallgedämmte Aufnahme-Nische mit Mikrofon. Zeigegesten im Zusammenspiel mit kurzen Gesprächen wirken, als wären die beiden in einer Kreativbesprechung. Parallel dazu erklingen die ersten Töne von Tahmids neuem Song. Nun dreht sich Tahmid um, wendet sich zur Kamera, die an ihn heranzoomt, und rappt: «*Habibi das ist mein Leben / Andere schieben Filme und ich schiebe Pakete / Was willst du mir erzählen / Ich bin mit Jungs, die die Straße studieren*».

Auf der Audioebene verortet sich Tahmid im für Gangsta-Rap typischen Drogen- und kriminellen Milieu («*ich schiebe Pakete*»). Auf der Bildebene lehnt sich das als Kreativbesprechung inszenierte Arrangement an «Performances» (Reckwitz 2016, 227) aus populären Profi-Rapvideo-Produktionen an, die mir die Gruppe im Lauf meiner Zeit im Feld immer mal wieder vorspielt. In diesem Arrangement kann sich Musikenthusiast Tahmid selbst wie ein Rap-Künstler fühlen und sich als solcher präsentieren. Dabei geht er in seiner Sache als «Darsteller» auf und ist «ehrlich davon überzeugt», dass «der Eindruck von Realität, den er inszeniert, ›wirkliche‹ Realität» ist (Goffman 2021, 19).

12 «Jungs» ist eine Selbstbezeichnung, die ich übernommen habe.

Darüber hinaus kreieren die Jungs auch ihre eigenen Settings. So beschliesst die Gruppe, in Antons WG-Wohnzimmer ein eigenes Studio samt schallisolierter Aufnahmekabine einzurichten, um ihre Aufnahmesessions häufiger und v. a. unabhängig vom Studio des Trägers stattfinden lassen zu können:

Die verwendeten Farben und Materialien sind aufeinander abgestimmt, was den Raum sehr harmonisch wirken lässt. In der installierten Aufnahmekabine sowie an den aussen daran angrenzenden Wänden sind dunkelgraue (Schall-)Dämmplatten angebracht. Die übrigen Wände sind in einem hellen Grau gestrichen. Ein grosszügiger Schreibtisch, ausgestattet mit PC, Monitoren, Boxen und weiterem Equipment, grenzt an die Kabine an. Über dem Ecksofa hängen, wohl-arrangiert, fünf Porträtbilder populärer männlicher Rapper und Produzenten der frühen US-amerikanischen Rapszene; allesamt selbstbewusst abgebildet mit lässigem Gesichtsausdruck: «Dr. Dre», «Tupac» und «Ice Cube», jeweils mit Kopftuch bzw. Basecap sowie breitgliedrigen Halsketten in Silber, sowie «Notorious BIG» und «Snoop Dog», jeweils abgebildet mit grosser Sonnenbrille und dicker Zigarre oder einem Joint im Mund. Die Bilder sollen der Inspiration für ihre eigene musikalische Arbeit dienen, wie mir die Jungs erklären.

Dieses selbst gestaltete WG-Wohnzimmer dient Anton und den anderen auch als Kulisse für ihre Selbstdarstellung als Gangsta-Rapper auf Social Media:

So sitzt Anton etwa in einem seiner Instagram-Videoposts gemeinsam mit Freund:innen auf seinem WG-Sofa – im Bildhintergrund die Porträtbilder, deren *Messages* Antons Darbietung inhaltlich zu rahmen scheinen: Joints werden gedreht und angezündet. Ein chilliger Beat ist zu vernehmen. Anton richtet den Blick in die Kamera und beginnt zu rappen: Es geht u. a. ums Präparieren von Joints, ums Stoned-sein und um die Beschaffung von Marihuana. Und es geht um seine Rap-Eigenproduktionen, die «Groove»¹³ seien und ihm «Hype» bescheren würden.

Mit der Gestaltung von Antons Wohnraum, in dem sich die Gruppe regelmässig trifft, nehmen die Jungs Bezug auf das «Rap-Game», d. h. auf für sie bedeutsame Protagonist:innen und deren Aktivitäten (rappen, produzieren, rauchen/kiffen), auf bedeutsame Orte (Tonstudio) und Dinge (technisches Equipment; Stilisierung der Rapper). Damit weisen sich Anton und die anderen nicht nur als Musikenthusiasten aus, die über ein umfangreiches Spezialwissen zum Gegenstand verfügen. Vielmehr entwerfen und gestalten sie für sich ein räumlich-dingliches Arrangement in Form der Nachbildung eines Studio-Settings, wie sie es aus den Videoproduktionen favorisierter Profi-Rapper:innen kennen. Damit schaffen sie sich eine physisch-leiblich

13 «Groove regt zum Sich-Bewegen und Tanzen an und bringt auf diese Weise Menschen dazu, an einer musikalischen Erfahrung teilzuhaben». Zudem rückt der Begriff «emotionale und soziale Komponenten der Musikerfahrung ins Blickfeld» (Pfleiderer 2010, 1, 17).

wirkungsvolle Umgebung(squalität) – ein selbst kreiertes *Erlebnisarrangement*, in dessen Rahmen sie ihre Imaginationen zum Leben erwecken können (Reckwitz 2016, 228), indem sie sich bei ihrer musikalischen Arbeit direkt auf das «Rap-Game» beziehen und sich so als professionelle Gangsta-Rapper geben und wahrnehmen können.

2.3 Zum Gangsta-Rapper werden: Kreation eigener Artefakte

Auf die Spitze treiben die Jungs ihr physisch-leibliches Erleben als professionelle Gangsta-Rapper mit der Produktion eigener Rap-Videos. Interesse, Freude und Vergnügen, Kreativität und künstlerischer Ausdruck bilden hierbei wichtige Ausgangspunkte: Mit der Herstellung eigener Rap-Produktionen gehen die Jungs vor allem einer spassbringenden Freizeitbeschäftigung nach, wie sie sagen. Es gehe ihnen darum, Bilder in den Köpfen der Leute zu erzeugen und darum, den eigenen Fortschritt zu dokumentieren, wie Jamal erläutert. Dies lässt sich als Bedürfnis nach kreativem Selbstausdruck interpretieren. Darüber hinaus erklären mir die Jungs: Das, worüber sie schreiben und rappen, würden sie jeden Tag sehen – auf der Strasse, zwischen den Büschen in Parks, an allen möglichen Strassenecken. Dabei verweisen sie auf Orte in der unmittelbaren Umgebung und ergänzen, dass sich viele der Szenen, von denen sie in ihren Rap-Texten erzählen, auf dem Schulweg abgespielt hätten. Wie sich vor dem Hintergrund zahlreicher Likes und bestätigender Kommentare auf Instagram und YouTube schlussfolgern lässt, dienen die Eigenproduktionen den Jungs auch zur Akquisition symbolischen Kapitals (Bourdieu 1983) in Form von Respekt und Anerkennung in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis. Wohl deshalb betrachten einige von ihnen das Rappen perspektivisch auch als potenzielle Einkommensquelle und Karriereoption.

Die selbstproduzierten audiovisuellen Artefakte erfüllen vielfältige Funktionen: Sie bieten der Gruppe die Möglichkeit, im Modus des Künstlerisch-Kreativen, d. h. im Zusammenspiel von Bildern, Musik und Sprache, ihren Gedanken und Ideen, Haltungen, Gefühlen und Stimmungen Ausdruck zu verleihen sowie Eindrücke und Erfahrungen symbolisch zu verarbeiten (Niesyto 2018, 782). Die Artefakte fungieren zudem als «Wissens- und Kompetenzspeicher», sie «generieren Sinn und schaffen Muster und gestalten nicht nur das Selbstbild, sondern vermitteln dieses Bild auch anderen» (Lueger und Froschauer 2022, 522, 524).

Die folgenden Beschreibungen zeichnen einen Videodreh nach, den ich begleitet habe. *Verfilmt* wird Antons Song «Sipp», der von einer feuchtfröhlichen Partynacht handelt. Die Videoaufnahmen finden an zwei Orten statt: auf dem Dach eines Wohnhauses und in Antons WG.

Vorbereitungen: Für die Innenaufnahmen wird Antons WG-Wohnzimmer zum Teil ausgeräumt und präpariert: Die Wände samt Fussboden werden grossflächig mit einer farblosen Abdeckplane in mehreren Schichten

verkleidet – angestrahlt von bunten Lichtern, zusammen mit den Effekten eines Stroboskops und einer Nebelmaschine werde das im Bildhintergrund später «cool wie bei einer Party im Club» aussehen, erklären mir die Jungs. Das Equipment hat sich Anton bei einem lokalen Event-Service ausgeliehen, wie er erzählt.

Jedes Video, so erklärt Kadeem, sei «immer so'n kleiner Propaganda-Film für sein [eigenes] Image». Da stelle man sich «überspitzt» dar und statte sich entsprechend aus, d. h. «einer mietet einen Wagen, der andere holt sich 'ne Uhr, der andere leiht sich 'ne krasse Lacoste-Jacke». Bevor sich Anton ausgiebig der Modellierung seiner Frisur widmen wird, führt er uns noch sein Video-Outfit vor – einen extra hierfür erworbenen dunkelblauen Trainingsanzug einer mir unbekannten Marke. Dazu ziehe er seine neuen weissen Nike-Sneakers an, lässt er uns wissen. «Cool!», finden wir.

Für die Aussenaufnahmen nehmen wir ein Auto und fahren zu Lucas, einem Freund der Gruppe, auf dessen Dach der erste Teil des Drehs stattfinden wird. Zu Fahrtantritt werden die Autoscheiben heruntergefahren und der Song «Cadillac» des als Gangsta-Rapper bekannten Künstlers «Luciano» abgespielt. Der Song hebt die ohnehin bereits gute Laune zusätzlich und regt zum Bewegen an. Während es in rasantem Tempo quer durch den Stadtteil geht, rappen Kadeem und Anton enthusiastisch mit:

«Ich will noch mehr Benz, bin nur mit der Gang / Puto, denn ich rolle im Cadi-Cadillac / Money für die Fam, während du nur pennst / Puto, denn ich rolle im Cadi-Cadillac».

Auch ich nicke mit dem Kopf, bewege die Schultern und finde: Irgendwie passt der Song zur Situation. Was sich hier gerade so *gut* anfühlt, ist ein laut abgespielter Song, der «flowt» (Kautny 2009) und «groovt» (Pfleiderer 2010). Die gemeinsame Wahrnehmung der Musik stimmt uns auf das bevorstehende Erlebnis ein, das hier deutlich mit positiven Gefühlen wie (Vor-)Freude und Spass besetzt ist. Dabei werden Kreativität aktiviert und Ausdrucksfähigkeiten gefördert. Die Körper werden adressiert, d. h. zum Mitrappen animiert und zur Bewegung aufgerufen (dazu: Hoffmann 2018, 547–550).

Auf dem Dach: Lucas wohnt noch bei seinen Eltern. Von der Dachterrasse ihrer Wohnung im sechsten Stock eines Altbaus klettern wir eine Dachschräge hinauf, überwinden diese und befinden uns dann auf einem Stück Flachdach. Hier wird gedreht. Als Kameramann hat Anton den 21-jährigen Fabrice engagiert, der die Gruppe mit einer «Gimbal Cam» filmen wird. «Gimbal» ist ein Handstativ, ausgestattet mit einem Elektromotor, durch den die Bewegungen der aufgebrachten Kamera flexibel, ruckelarm und geschmeidig werden,

erklärt Fabrice. In meiner laienhaften Wahrnehmung werden die Bilder später wie von einer Drohne aufgenommen wirken – ein Effekt, der auch in den Videoproduktionen populärer Profi-Rapper:innen zu beobachten ist.

Requisiten werden bereitgemacht: eine Flasche Hennessy-Cognac und ein Joint – gedreht mit CBD,¹⁴ «um besser klarzukommen», lassen mich die Jungs wissen. Lucas' Handy wird mit einer Blue Tooth-Box verbunden, über die er Antons Song mehrere Male hintereinander abspielen wird.

Fabrice beginnt mit den Aufnahmen. Wellenhaft bewegt er das Gimbal-Stativ von rechts nach links und unternimmt verschiedene Kamerafahrten. Um Anton herum haben sich die übrigen Gruppenmitglieder positioniert. Das Blau des Himmels zusammen mit einigen dichten weissen Wolken, dazu das Schwarz der Dachpappe und die Jungs in ihren unterschiedlichen Outfits ergeben ein sehr ästhetisches Farbspiel. Anton rappt lippensynchron zur Aufnahme seines Songs. Im Refrain wird er dabei von den anderen unterstützt. Lässig und im Rhythmus der Musik vollziehen die Jungs ausschweifende Hand- und Armbewegungen, die Oberkörper gehen jeweils leicht mit. Auf diese Weise verleihen sie dem Rap-Text Nachdruck.

Kadeem gibt Anweisungen zu Antons Körperhaltung («Schultern zurück!»; «Steh' mal gerade – nicht ganz so viel bücken!») und dessen Mimik («Guck mal locker!», «Und jetzt flex mal die Schuhe!», ruft er Anton ein wenig später zu. Damit meint er, dass Anton seine Sneakers in die Kamera halten und mit ihnen ein bisschen *angeben* soll. Anton setzt es um. «Sehr schön!», meldet Kadeem ihm zurück.

Beim abschliessenden Refrain, der «Hook», erreicht das ästhetische Selbst-Erleben als Gangsta-Rapper einen ersten Höhepunkt: Die Gruppe steht eng zusammen; die Jungs tanzen mit expressiven Gesichtsausdrücken und bewegen sich wild zur Musik. Anton – die geöffnete Cognacflasche in der einen, den angezündeten CBD-Joint in der anderen Hand – reisst überschwänglich seine Arme hoch und lächelt. Jamal, der Anton ablöst und sich nun selbst kurz in den Fokus der Kamera rückt, formt eine Schiessgeste mit der Hand – ohne dabei eine Miene zu verziehen. Die Dachaufnahmen enden mit einer doppelten 360-Grad-Kamerafahrt um Anton herum. Das Ganze mutet heroisch an: Anton, der Held, alleine hoch oben über den Dächern der Welt; den Rap-Olymp hat er bestiegen; die «Strasse» liegt ihm zu Füssen. Hier, auf diesem Dach erschaffen die Jungs ein atmosphärisches Arrangement, in dem sich Anton als professioneller Gangsta-Rapper erfahren und zeigen kann, dass er der «Strasse» und dem «Rap-Game» gewachsen ist.

14 Bei CBD handelt es sich um einen legal erwerbbaaren Stoff, der auch aus der Cannabispflanze gewonnen wird.

Club-Party im Wohnzimmer: Zurück in seiner WG präsentiert uns Anton sein «Party-Outfit»: ein hellblaues Sweatshirt der Marke «Fiorucci», hellblaue Jeans und weisse schlichte Sneakers. Zusätzlich «aufgepimpt» wird das Outfit mit einer breitgliedrigen Goldkette und einer geliehenen Armbanduhr der Marke «Versus Versace». «Sieht geil aus», finden alle. Die für den Videodreh verwendeten Requisiten – Markenkleidung und Schmuck, die Cognacflasche, der Joint – stellen ebenfalls wiederkehrende Elemente populärer Gangsta-Rap-Produktionen dar (Klein und Friedrich 2003, 34–36; Schröder 2012, 68).

Die Wohnung füllt sich mit Leuten – etwa 20 würde er erwarten, hatte Anton vorhin gesagt; sechs davon weiblich. Die meisten kenne er aus seinem Lehramtsstudium, erfahre ich.

Inzwischen fließt Alkohol in rauen Mengen. Alle sollen sich im Wohnzimmer einfinden. Die Dreharbeiten beginnen. Auch hier wird Antons Song wiederholt laut abgespielt, über hochwertige Standboxen mit ordentlich Bass. Die Gruppe tanzt und feiert Anton. Vor allem die männlichen Gäste sorgen für ordentlich Stimmung, während die Mädchen zunächst eher verhalten wirken. Die Nebelmaschine wird hinzugezogen. Binnen weniger Minuten ist der Raum mit dichten Nebelschwaden gefüllt – die Rauchmelder gehen an. Kurze Pause. Lüften. Währenddessen macht Kadeem einen Vorschlag: Anton und Jamal sollen mittig auf dem Sofa sitzen, links und rechts von ihnen jeweils zwei, drei Mädchen. Fabrice checkt die Wirkung des Arrangements auf dem Kamera-Display und befindet es für gut.

Mädchen seien sehr wichtig für die Videos, erklären mir Kadeem, Jamal und Manuel später. Damit beziehen sie sich auf Macharten populärer Gangsta-Rap-Produktionen. Üblicherweise stehen dort meist «leicht bekleidete, twerkende und sich sexy räkelnde Damen im Fokus» (Barry 2023). Auf eine solche Inszenierung verzichtet die Gruppe jedoch. Ihrer Ansicht nach würden Mädchen «eine komplett andere Energie» hineinbringen und damit eine «andere Atmosphäre» schaffen. Ausserdem würden Mädchen dafür sorgen, dass v. a. befreundete andere Mädchen das Rap-Video sähen, wodurch wiederum ein anderes, breiteres Publikum erreicht werden könne als ohne sie, denn: «Wenn ein Mädchen einen Post macht, dann erreiche ich ihre Weiber UND ich erreiche noch die ganzen Shababs [i. S. v. «Typen»]¹⁵, die ihr folgen, weil die sie klären wollen», erläutert Jamal. Die Mädchen dienen hier also einer Multiplikationsstrategie, mit der möglichst viel mediale Aufmerksamkeit generiert werden soll.

15 «Der Ausdruck «Shabab» ist ein Begriff, der insbesondere in der arabischen Sprache genutzt wird und «Jugendliche» oder «junge Leute» bedeutet». Als «ein zentraler Begriff in der Jugendkultur» wird «Shabab» «insbesondere unter den Jugendlichen, die oft zwischen zwei [kulturellen] Welten leben», verwendet (Schnaid 2024).

Die Stimmung ist auch nach dem zigsten Take noch gut. Alle machen prima mit, um Anton bei seinem Projekt zu unterstützen – schliesslich sei er «ein richtig Guter», erfahre ich bei Gesprächen mit den Gästen zwischendurch. Für die letzten Einstellungen, so schlägt Fabrice nun vor, soll Anton aus seiner Aufnahmekabine kommen und sich in die tanzende, feiernde Menge stürzen. «Das ist krass, sieht echt aus wie im Club!», lässt Fabrice die Leute nach einem abermaligen Display-Check wissen. Für den abschliessenden Take bittet Kadeem dann noch einmal alle um ihre Unterstützung: «Ey Leute, wir brauchen jetzt Energie! – EY! EY! EY! EY! ...», und die Menge stimmt im Chor ein: «EY! EY! EY! EY! ...». «Ja genau, und DAS brauche ich, bis die Kamera ungefähr da ist», kommentiert Fabrice und führt den Leuten die geplante letzte Kamerafahrt vor. Los geht's. Alle reissen die Arme hoch und tanzen wild ... «Daaaaanke Leute! Das war's!», ruft Fabrice einige Minuten später und beendet damit den Videodreh.

In ihren Bemühungen, Anton als einen Gangsta-Rapper hervorzubringen, der glaubhaft, souverän und kompetent am «Rap-Game» zu partizipieren vermag, schliessen die Beteiligten an typische Topoi des Genres (dazu: Gruber 2017) und die Verwendung typischer Gestaltungsweisen populärer Profi-Produktionen an. Damit stellen sie unter Beweis, dass sie die Wissensbestände des «Rap-Games» beherrschen. Statt dabei jedoch schlicht zu kopieren, beweisen sie grosse Kreativität, Imaginations- und Adaptionsvermögen. Sie bringen ihr eigenes kulturelles Artefakt hervor, das sie mit eigenen Bedeutungen aufladen (Reckwitz 2016, 227f.) – sie erzählen Antons individuell-imaginierte Geschichte.

Das nach Antons Vorstellungen *zugerichtete* (Löw 2017, 205, 215) Wohnzimmer, die bunten, zuckenden Lichteffekte in Kombination mit der laut abgespielten, basslastigen Musik, die zahlreichen Gäste in Kombination mit zahlreich ausgeschenkten Drinks erzeugen «symbolische Wirkungen» (Löw 2017, 193) – eine Erregung der Sinne und bestimmte Gefühlsqualitäten, die «als lustvoll, wohlgefällig, angenehm, rauschhaft, enthusiastisch etc.» empfunden werden (Reckwitz 2016, 227). Die räumliche (An)Ordnung der sozialen Güter und Menschen (Löw 2017, 205) erzeugt ein bedeutungsgeladenes, wirkungsvolles Arrangement, das von einer lebendigen, ekstatischen Atmosphäre geprägt ist, die ein besonderes physisch-leibliches Erleben ermöglicht. In diesem Zusammenhang entfaltet insbesondere die von Kadeem initiierte Aufladung des Arrangements mit «Energie!» starke motorische (wildes Tanzen), emotionale (Fröhlichkeit, Ausgelassenheit) und soziale Wirkungen (Wir-Gefühl, Aufmerksamkeit durch Anton im Mittelpunkt, Anerkennung), die für Anton als eine «Kraftquelle» fungieren: «Die Atmosphäre dringt in seinen Leib ein, durchbricht seine Körpergrenzen» und ermöglicht ihm, eine *Verwandlung* zu durchlaufen (Fischer-Lichte 2004, 169, 208). In diesem, mit grosser Leidenschaft und viel Liebe zum Detail

aufwändig und glaubhaft kreierten *Erlebnisarrangement* lässt Anton seine (Selbst-) Imagination wahr werden: Er verkörpert die Figur eines professionellen Gangsta-Rappers, er wird zu ihr.

3. Zusammenfassung und abschliessende Bemerkung

Im Fokus des vorliegenden Beitrags standen Praktiken der absichtsvollen spielerisch-kreativen Gestaltung menschlicher Körper und materieller Ressourcen, die spezifische sinnliche Wahrnehmungen, Gefühle und Stimmungen evozieren. Mit ihrer «Inszenierungsarbeit» (Löw 2017, 215) bewegen sich die vorgestellten Szene-Insider in umgedeuteten und umfunktionierten sowie selbst erschaffenen Arrangements; sie thematisieren, imaginieren und kreieren eigen(sinnig)e Sachverhalte, Situationen, Räume und Artefakte mit eigen(sinnig)en Bedeutungen. In diesen speziellen «Spiel-Räumen» erleben sich die Insider selbst als Gangsta-Rapper; sie erfahren eine «bewusste Grenzüberschreitung hinüber in eine [andere] Normalität, die für den «Ernst des Lebens» weitgehend folgenlos bleibt» und in der sich für sie andere «Freiräume des Erlebens und Handelns» (Thiedeke 2010, 18) ergeben. Solche aussergewöhnlichen Erlebnisse und Erfahrungen werden «in der Gesamtbilanz als intensiv und lebenssteigernd empfunden» (Maase 2022a, 64),¹⁶ das eigene Leben kann sich interessant(er) anfühlen und als wertvoller wahrgenommen werden (DeNora 2010, 20).

Mit ihren Aktivitäten und Imaginationen nimmt die Gruppe Bezug auf die «Strasse» und das «Rap-Game», d. h. auf für sie relevante Wissensbestände sowie damit jeweils verbundene Bedeutungen und Gebrauchsweisen. Diese «prosumierenden» (Bruns 2008; Jenkins 2008; Ritzer und Jurgenson 2010) Szene-Insider weisen sich damit als Angehörige der «Strasse» und des «Rap-Games» aus, als Musikenthusiasten, die über ein umfangreiches Spezialwissen zu einer für sie bedeutsamen eigen-sinnigen Welt verfügen, die sie sich nach ihren eigenen Vorstellungen anzueignen vermögen. Diese Aktivitäten sind sozialisations- und identitätsrelevant, da sich mit ihnen wichtige Entwicklungsbedürfnisse – etwa nach Freundschaft und Gruppenzugehörigkeit, nach Freude, Spass und kreativem Selbstausdruck, nach Aufmerksamkeit, Anerkennung und Wertschätzung, nach imaginativer Selbsterweiterung und Selbstwirksamkeit – befriedigen lassen (Hoffmann 2008; Hoffmann 2018; Wagner und Lampert 2013).

Gangsta-Rap ist vor diesem Hintergrund gleichzeitig *Ressource* und *Medium der Ermöglichung*: Hier können sich der Eigenwert und der (subjektive) Eigensinn populärer Musik und Kultur artikulieren (Hügel 2003), was neue Möglichkeiten des

¹⁶ Dies gilt unabhängig davon, ob die Aktivitäten auch gemeinhin als erlebenswürdig, sinn- und wertvoll erachtet werden (Maase 2022a, 63f.).

Erlebens, des Selbstausdrucks und der Partizipation eröffnet und so das je eigene Aktions- und Wirkungsfeld zu vergrößern vermögen (Wagner und Lampert 2013; Reißmann 2014, 98).

Aus kultursoziologischer Sicht, so die abschliessende Bemerkung, stehen die hier beschriebenen ästhetischen Praktiken exemplarisch für die Steigerungslust der Moderne (Schulze 1992): Im Modus des Spielerischen tauchen Akteur:innen in andersartige Kontexte ein und/oder erschaffen diese selbst, sie werden kreativ, experimentieren, schlüpfen in Rollen und lassen sich mitreissen, um die Erlebnisqualität ihrer Freizeit und der darin favorisierten Vergnügungsaktivitäten um ein Vielfaches zu intensivieren.

Literatur

- Barry, Dalanda. 2023. «Die 10 freizügigsten Rap-Videos: Fler, Sido, Moneyboy, 50 Cent uvm.». <https://hiphop.de/magazin/news/die-10-freizuec3%bcgigsten-rap-videos-fler-sido-moneyboy-50-cent-uv-255586>.
- Blumer, Herbert. 1981. «Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus». In *Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Band 1: Symbolischer Interaktionismus und Ethnomethodologie*, herausgegeben von Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen, 80–146. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bock, Katharina. 2023. «Skateboarding vs. Gangsta-Rap: Erkenntnispotenziale und -grenzen des Mit- und Nachvollzugs von Körper-Leib-Erfahrungen im Feld». In *Leib-Körper-Ethnographie: Erkundungen zum Leib-Sein und Körper-Haben*, herausgegeben von Angelika Pöferl, Norbert Schröer, Ronald Hitzler und Simone Kreher, 39–50. Essen: OLDIB.
- Bock, Katharina. 2024. «Gangsta-Rap als soziales Spiel». *Zeitschrift für Soziologie* 53 (3): 281–97. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-2024-2018>.
- Böhme, Gernot. 1995. *Atmosphäre: Essays zur neuen Ästhetik*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre. 1983. «Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital». In *Soziale Ungleichheiten*, herausgegeben von Reinhard Kreckel, 183–98. Göttingen: Schwartz.
- Breidenstein, Georg, Stefan Hirschauer, Herbert Kalthoff, und Boris Nieswand. 2015 [2013]. *Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung*, 2., überarb. Auflage. Konstanz, München: UVK.
- Brosziewski, Achim, und Christoph Maeder. 2010. «Lernen in der Be-Sprechung des Körpers. Eine ethnosemantische Vignette zur Kunst des Bogenschießens». In *Fragile Sozialität. Inszenierungen, Sinnwelten, Existenzbastler. Ronald Hitzler zum 60. Geburtstag*, herausgegeben von Anne Honer, Michael Meuser und Michaela Pfadenhauer, 395–408. Wiesbaden: VS.
- Bruns, Axel. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Produsage*. New York: Peter Lang. <https://doi.org/10.1080/19331680802664697>.

- Bundesverband Musikindustrie. 2022. «Musikindustrie in Zahlen 2022». https://www.musik-industrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2022/BVMI_Musikindustrie_in_Zahlen_2022_ePaper_230420_geschuetzt.pdf.
- Cohen, Sara. 1993. «Ethnography and popular music studies». *Popular Music* 12, 123–38. <https://www.jstor.org/stable/931294>.
- Dellwing, Michael, und Robert Prus. 2012. *Einführung in die interaktionistische Ethnografie. Soziologie im Außendienst*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-94265-0>.
- DeNora, Tia. 2010. *Music in Everyday Life*. 9. Aufl. Cambridge.
- Fischer-Lichte, Erika. 2004. *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving. 2021. *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. 19. Auflage. Zuerst 1959. München: Piper.
- Gruber, Johannes. 2017. *Performative Lyrik und lyrische Performance. Profilbildung im deutschen Rap*. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839436202>.
- Hitzler, Ronald, und Arne Niederbacher. 2010. *Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute*. Reihe Erlebniswelten Band 3. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Oppladen: Leske + Budrich. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92532-5>.
- Hoffmann, Dagmar. 2008. ««Lost in Music» oder «Musik für eine andere Wirklichkeit»? Zur Sozialisation Jugendlicher mit Musik und Medien». In *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien*, herausgegeben von Stefan Weinacht und Helmut Scherer, 155–75. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90859-5_10.
- Hoffmann, Dagmar. 2018. «Musik und informelles Lernen». In *Handbuch informelles Lernen. Interdisziplinäre und internationale Perspektiven*, herausgegeben von Marius Haring, Matthias D. Witte und Timo Burger, 539–53. Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Hügel, Hans-Otto. 2003. «Einführung». In *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*, herausgegeben von Hans-Otto Hügel, 1–21. Stuttgart: J. B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05001-4_1.
- Jenkins, Henry. 2008. *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York, London: New York University Press, <https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>.
- Kalthoff, Herbert, Torsten Cress, und Tobias Röhl. 2016. «Einleitung: Materialität in Kultur und Gesellschaft». In *Materialität. Herausforderungen für die Sozial- und Kulturwissenschaften*, herausgegeben von Herbert Kalthoff, Torsten Cress und Tobias Röhl, 11–41. Paderborn: Wilhelm Fink.
- Kautny, Oliver. 2009. «Ridin’ the Beat. Annäherungen an das Phänomen Flow». In *Die Stimme im HipHop. Untersuchungen eines intermedialen Phänomens*, herausgegeben von Fernand Hörner und Oliver Kautny, 143–71. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839409985-007>.
- Klein, Gabriele, und Malte Friedrich. 2003. *Is this real? Die Geschichte des HipHop*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Löw, Martina. 2017. *Raumsoziologie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Lueger, Manfred und Ulrike Froschauer. 2022. «Ethnographie und Artefaktanalyse». In *Handbuch Soziologische Ethnographie*, herausgegeben von Angelika Pofert und Norbert Schröer, 519–28. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26405-5_32.
- Maase, Kaspar. 2022a. *Schönes alltäglich erleben. Über die Ästhetisierung der Kultur*. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839461174>.
- Maase, Kaspar. 2022b. «Populärkultur und alltägliches ästhetisches Erleben. Ein Versuch in «sozialästhetischer Empathie»». *Pop* 11, 130–55, <https://doi.org/10.14361/pop-2022-110120>.
- Maeder, Christoph. 2002. «Alltagsroutine, Sozialstruktur und soziologische Theorie: Gefängnisforschung mit ethnografischer Semantik» [26 Absätze]. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, <https://doi.org/10.17169/fqs-3.1.879>.
- Maeder, Christoph. 2007. «Ethnographische Semantik. Die Ordnung der Mitgliedschaftssymbole am Beispiel des Bergsports». In *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen*, herausgegeben von Renate Buber und Hartmut M. Holzmüller, 681–96. Wiesbaden: VS. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9258-1_43.
- Maeder, Christoph, und Achim Brosziewski. 1997. «Ethnographische Semantik: Ein Weg zum Verstehen von Zugehörigkeit». In *Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Eine Einführung*, herausgegeben von Ronald Hitzler und Anne Honer, 335–62. Opladen: Leske + Budrich.
- Monteith, Keir. 2022. «Ban rap and drill lyrics in the courtroom». *Popular Music* 41, 546–57. <https://doi.org/10.1017/S0261143022000617>.
- Niesyto, Horst. 2018. «Symbolverstehen von Video-Eigenproduktionen». In *Handbuch Qualitative Videoanalyse*, herausgegeben von Christine Moritz und Michael Corsten, 781–95. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15894-1_41.
- Pfleiderer, Martin. 2010. «Dimensionen der Groove-Erfahrung. Eine empirische Studie». *PopScriptum* 11. <https://doi.org/10.18452/20300>.
- Pofert, Angelika, und Norbert Schröer. 2022. *Handbuch Soziologische Ethnographie*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-26405-5>.
- Reckwitz, Andreas. 2016. *Kreativität und soziale Praxis. Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie*. Bielefeld: transcript. <https://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3345-0/kreativitaet-und-soziale-praxis/>.
- Reißmann, Wolfgang. 2014. «Bildhandeln und Bildkommunikation in Social Network Sites. Reflexionen zum Wandel jugendkultureller Vergemeinschaftung». In *Digitale Jugendkulturen, Digitale Kultur und Kommunikation*, herausgegeben von Kai-Uwe Hugger, 89–103. Wiesbaden: Springer. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-531-19070-9_5.
- Ritzer, George, und Nathan Jurgenson. 2010. «Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital «Prosumer»». *Journal of Consumer Culture* 10, 13–36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>.
- Schmidt, Friederike, Bernd Dollinger, und Katharina Bock. 2022. «Gangsta-Rap und die Verhandlung von Ordnungen des Populären. Eine Analyse am Beispiel der ECHO-Preisverleihung 2018». In *Deutscher Gangsta-Rap III. Soziale Konflikte und kulturelle Repräsentationen*, herausgegeben von Marc Dietrich und Martin Seeliger, 31–54. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839460559-002>.

- Schnaid, Laura 2024. «Shabab Bedeutung: Was verbirgt sich hinter diesem Begriff?» *Rhein-Main Kurier* vom 18.10.2024. <https://rm-kurier.de/panorama/shabab-bedeutung/>.
- Schröer, Sebastian. 2012. «Ich bin doch kein Gangster! Implikationen und Paradoxien szeneorientierter (Selbst-)Inszenierung». In *Deutscher Gangsta-Rap. Sozial- und kulturwissenschaftliche Beiträge zu einem Pop-Phänomen*, herausgegeben von Marc Dietrich und Martin Seeliger, 65–83. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.1515/transcript.9783839419908.65>.
- Schulze, Gerhard. 1992. *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a.M., New York: Campus.
- Seeliger, Martin. 2021. *Soziologie des Gangsta-Rap*. Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Seeliger, Martin, und Marc Dietrich, Hrsg. 2017. *Deutscher Gangsta-Rap II. Popkultur als Kampf um Anerkennung und Integration*. Bielefeld: transcript.
- Soundcloud.com. <https://soundcloud.com/search?q=gangsta%20rap>.
- Terms & Conditions. 2020. *A UK Drill Story*. GB 2020, 80 Minuten, Regie: Brian Hill. <https://www.youtube.com/watch?v=kno5T4y5SBY>.
- Thiedeke, Udo. 2020. «Spiel-Räume: Kleine Soziologie gesellschaftlicher Exklusionsbereiche.» In *Das Spiel: Muster und Metapher der Mediengesellschaft*, herausgegeben von Caja Thimm, 17–32. Wiesbaden: Springer VS.
- Tonspion.de. 2021. *Trap Music im Hip-Hop: Die konfuse Findungsgeschichte eines Genres*, <https://www.tonspion.de/news/trap-music-im-hip-hop#>.
- Voicy.network: Gangster Rap Sounds, <https://www.voicy.network/search/gangster-rap-sound-effects>.
- Wagner, Ulrike, und Claudia Lampert. 2013. «Zur Notwendigkeit einer ressourcenorientierten Mediensozialisationsforschung». In *Medienwelten im Wandel. Kommunikationswissenschaftliche Positionen, Perspektiven und Konsequenzen*, herausgegeben von Christine W. Wijnen, Sascha Trültzsch und Christina Ortner, 223–36. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19049-5_16.
- Wegener, Claudia. 2007a. «Rap im Kontext sozialer Benachteiligung. Teil 1. Alltagskultur und subjektive Deutung». *tv diskurs* 40, 74–79, https://fsf.de/data/hefte/ausgabe/40/wegener074_tvd40.pdf.
- Wegener, Claudia. 2007b. «Rap im Kontext sozialer Benachteiligung. Teil 2. Zur Bedeutung von Gewalt und Indizierung». *tv diskurs* 41, 54–59, https://fsf.de/data/hefte/ausgabe/41/wegener054_tvd41.pdf.

Danksagung

Ich danke den Gutachtenden dieser Zeitschrift für ihre konstruktiven Anmerkungen und Überarbeitungsvorschläge. Für ihre hilfreichen Rückmeldungen zu früheren Versionen dieses Beitrags möchte ich mich darüber hinaus herzlich bei Dagmar Hoffmann und Michael Corsten bedanken.