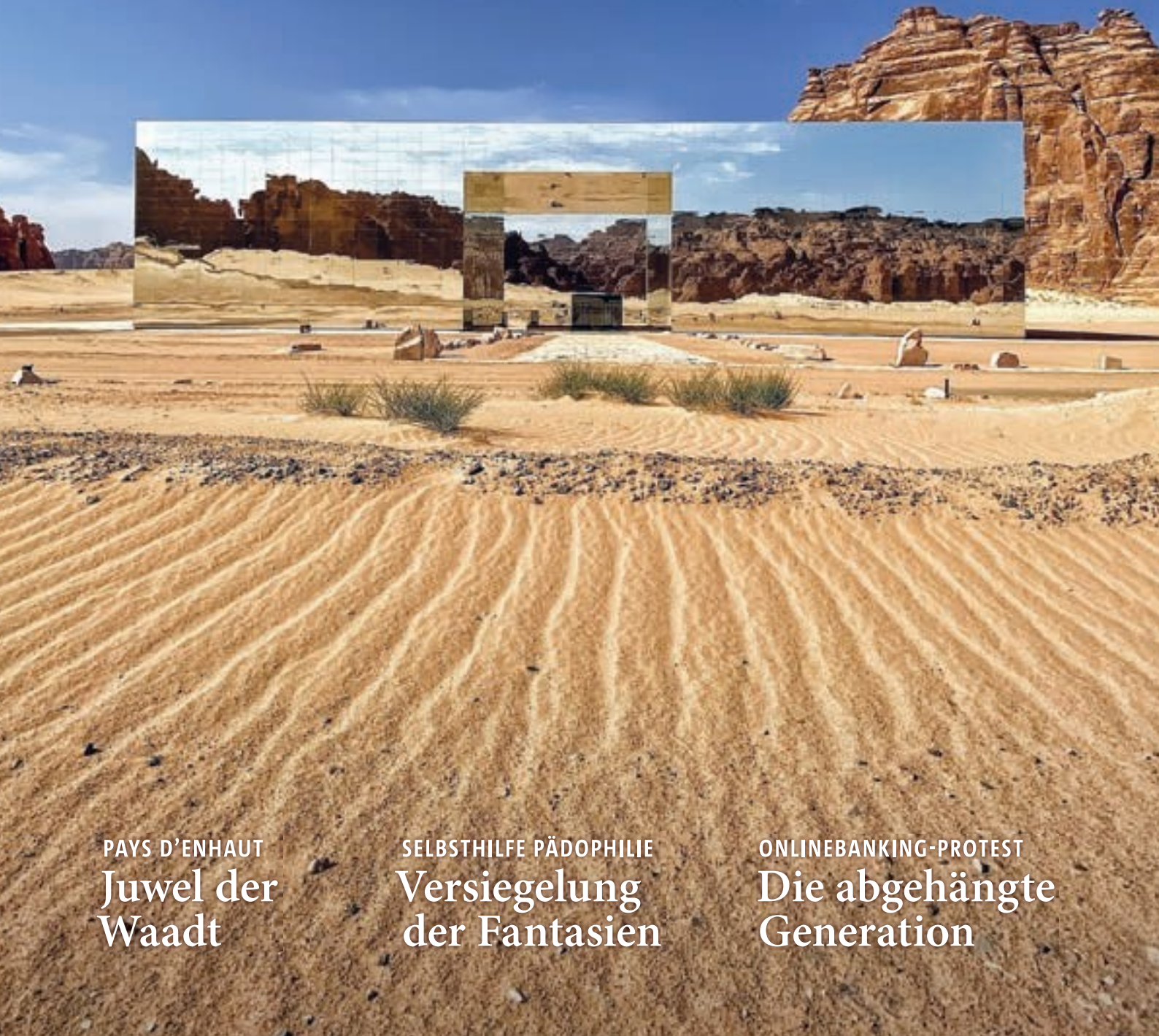


doppelpunkt

Das Magazin für ein
gutes Lebensklima

WELTGRÖSSTER SPIEGELBAU MARAYA

GESPIEGELTE SAUDISCHE WÜSTE



PAYS D'ENHAUT
Juwel der
Waadt

SELBSTHILFE PÄDOPHILIE
Versiegelung
der Fantasien

ONLINEBANKING-PROTEST
Die abgehängte
Generation



Illustration: Heeb Magazine

Heeb

Das freche Magazin für jüdische Identität

Das US-amerikanische Online-Magazin Heeb versteht sich als Medium für coole Juden. Es handelt von jüdischem Aktivismus und der Ironisierung althergebrachter Klischees. Im Februar 2002 ist es zum ersten Mal erschienen und sorgt immer noch für Überraschungen.

von Christoph Gutknecht

Die in New York erscheinende, 2001 in Brooklyn gegründete amerikanische Kultur-Zeitschrift «Heeb» war im Februar 2002 nur in ausgesuchten Buchhandlungen und Kiosken in New York erhältlich. Dennoch waren die Reaktionen in den wichtigen Medien der USA – von New York Times bis CNN – äusserst positiv. Die unkonventionelle Art, mit der die Heftmacher mit den komplexen Themen der jüdischen Identitätsdebatte umgingen, wurde gelobt. Recht provokant liest sich die Eigenwerbung von Heeb auf der Homepage. «Our newsletter is a mishmash of culture, religion, and crack cocaine» (unser Newsletter ist ein Mischmasch aus Kultur, Religion und Kokain). Die FAZ nannte Heeb «ein neues Magazin für coole Juden». Die taz charakterisierte es als den «Versuch einer Kreuzung zwischen Pop und Politik, jüdischer Tradition und urbanem Zeitgeist» und ergänzte: «Dessen Macher haben das frühere Schimpfwort «Heeb» (von Hebrew) provokativ in den Titel gehoben –

jetzt gehört es längst zum Slang junger Amerikaner. Ähnlich wie Afroamerikaner das Schimpfwort Nigger für sich vereinnahmten und zum Identitätssymbol ummodelten, gilt das Wort Heeb jetzt als cool.» Offenbar sollte es als Kunstwort interpretiert werden, kombiniert aus Hebrew und Hip, und einen «hippen Juden» bezeichnen.

Jüdisch und selbstironisch

Die taz umriss das avisierte Publikum des bis 2010 vierteljährlich als Printmagazin, inzwischen als Onlinemagazin erscheinenden Mediums: «Es richtet sich an Leser, die sich mit Designerdrogen ebenso auskennen wie mit Matzahbrei, die neueste Musik hören und bei allem popkulturellen Bewusstsein ein starkes Interesse an jüdischer Kultur besitzen.» Auch Wikipedia betont, das Blatt artikuliere «ein neues jüdisches, selbstironisches und reflektiertes Selbstverständnis jenseits von Religion, Holocaust-Literatur und Folklore» und resümiert: «Heeb geht es um eine Reflexion der zeitgenös-

sischen jüdischen Kultur. In vielen Artikeln wird selbstironisch und bisweilen provokativ mit Stereotypen rund um das Judentum und die jüdische Gesellschaft gespielt. Inhaltliche Schwerpunkte der Publikation sind Subkultur, Kulturindustrie, TV, Radio, Musik, Film und Kunst; Zielgruppe ist ein junges, urbanes, links-anarchistisches, säkulares Publikum.»

Die Neue Zürcher Zeitung publizierte im Januar 2008 unter dem Titel «Generation J» im Folio einen Artikel, der von einem «ständigen inneren Verhandeln der eigenen jüdischen Identität» ausging. Das gelte für den 22-jährigen Orthodoxen im Zürcher Shtetl ebenso wie für die 25-jährige Chefredaktorin des provokanten Magazins Heeb. Zugleich konstatierte der Text, «dass die jungen Juden in der Mitte der Gesellschaft leben, während ... Nicht-Juden nicht zu begreifen scheinen, dass es neben Holocaust-Gedenkkultur und Israelkonflikt ein Jüdischsein gibt, das unbeschwert und lustvoll ist – egal, ob religiös oder weltlich.» ■