



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

FAME FOR YOUR NAME

Kommunikative Strategien und Transformationen
der Writers-Culture

Verfasser

Roland Zolle

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil)

Wien, im Juli 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 301 307

Matrikelnummer: a9605846

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik und Kommunikationswiss./Völkerkunde

Betreuer: Ao. Univ. Prof. Dr. Fritz Hausjell

FAME FOR YOUR NAME

Kommunikative Strategien und Transformationen
der Writers-Culture

„Jeder kämpft um möglichst viel Kapital.“- Pierre Bourdieu

Inhaltsverzeichnis

1. Abbildungsverzeichnis.....	6
2. Glossar.....	7
3. Vorwort.....	15
4. Einleitung.....	16
5. Hypothesen, Zentrale Problem- und Fragestellungen.....	20
6. Theoretische Einbettungen.....	22
6.1. Kommunikatives Basismodell. Kommunikation als Signalübertragung.....	22
6.2. Die Praxeologische Theorie von Pierre Bourdieu.....	25
6.2.1. Praxis.....	27
6.2.2. Der Feldbegriff bei Bourdieu.....	29
6.2.3. Der Habitus als Generierer einer strukturierten Praxis.....	32
6.2.4. Die Kapital-Formen nach Bourdieu.....	35
6.3. Abriss der Bedeutung der Theorie Pierre Bourdieus für das Feld der Writers Culture. Der Habitus als Störquelle im Kommunikationsfluss.....	39
7. Untersuchungsdesign.....	43
8. Ein- und Abgrenzung des Feldes sowie der Begrifflichkeiten.....	44
8.1. Verkürzungen und Überdehnungen.....	44
8.2. Historische Dimensionen des Graffiti Begriffs.....	45
8.2.1. Etymologische Wurzeln.....	46
8.2.2. Die Erweiterung des Begriffs.....	47
8.3. Graffiti Writing.....	49

8.4. Street Art.....	50
8.5. Zusammenfassung.....	52
9. Entstehung und Entwicklung der Writers Culture und die Rolle der Medien.....	54
9.1. Vom Funken zum Lauffeuer. Die Geburtsstunde des Graffiti Writings 1965–1975.....	54
9.2. Die mediale Wiederentdeckung des Writings und globale Diffusion 1982 – Focus Europa/Wien.....	59
10. Könige und Spielzeuge der Macht. Die Ruhm-, Leistungs- und Wettkampftematik sowie die kommunikativen Strategien im Feld der Writers Culture.....	64
10.1. Fame und Battle in der Forschung.....	65
10.2. Die Ökonomie des Namens. Der Name und die Strategien zu dessen Aufladung.....	69
10.2.1. Fame durch Reproduktion.....	70
10.2.2. Fame über künstlerische Kompetenz.....	72
10.2.3. Fame und Platzierung.....	74
10.2.4. Fame, Kommunikation und die Dynamik des Wettbewerbs....	78
10.3. Die Einbettung ins Hip-Hop-Feld.....	80
10.4. Die erweiterten soziokulturellen Rahmenbedingungen.....	84
10.5. Zusammenfassung. Was bleibt vom Namen?.....	87
11. Der Marsch durch die Galerien. Writing und Kunst in den Achtzigern.....	91
11.1. Die Vereinnahmung der „edlen Wilden“ aus der Bronx. Die internationale Kunstwelt entdeckt die New Yorker Writer.....	91
11.2. Vermittlungs- und Vermarktungswege des Writings der Achtziger.....	93
11.3. Transformationen-Werk und Wertung.....	96
11.4. Abgrenzungen. Die Welle Bricht.....	98
11.5. Die gescheiterte Implementierung des Writings und die Diskordanz des Habitus.....	99

12. Resümee	104
13. Quellenverzeichnis	108
13.1. Buchquellen.....	108
13.2. Periodika.....	113
13.3. Internetquellen.....	113
Anhang 1. Zusammenfassung	115
Anhang 2. Lebenslauf	116

1. Abbildungsverzeichnis

Soweit nicht anders vermerkt handelt es sich bei den wiedergegebenen Fotos um eigene Aufnahmen. Die Jahreszahl bezeichnet das Entstehungsdatum des Fotos, welches vom Entstehungsdatum des Graffito abweichen kann.

Abb. 1 Einfacher 3 D Buchstabe mit Tags der Crew verziert. Berlin, 2009, S. 7.

Abb. 2 Bubblestyle Piece von CBS. Berlin, 2009, S. 8.

Abb. 3 Characters (Produzent unbekannt) über sehr großem Wildstyle-Piece.
Venice Beach, Californien, 2000, S. 8.

Abb. 4 Piece von Pan2a. Wien, 2009, S. 10.

Abb. 5 Tag von FC. Wien, 2008, S. 11.

Abb. 6 Throw up am Wienkanal. Wien, 2009, S. 11.

Abb. 7 Piece mit Toy-Kommentaren anderer Writer. Wien, 2008, S. 12.

Abb. 8 Wildstyle Piece basierend auf Old Englisch Schrift an der Legalen
Graffitiwand am Yppenplatz. Wien, 2008, S. 12.

Abb. 9 Sgraffito. Die Regulierung der Wien. Wien, 2009.

Abb. 10 Poster von Holy Sin. Wien, 2009.

Abb. 11 Street Art von Blu und JR. Berlin, 2009, S. 50.

Abb. 12 Schablonen-Graffiti (Pochoir) von Banksy. Wien, 2009.

2. Glossar

Die in dieser Arbeit verwendeten szenespezifischen Termini werden bei ihrer ersten Erwähnung entweder im Text selbst oder in einer beigefügten Fußnote erläutert. Zur leichteren Orientierung für den Leser finden sich hier sämtliche für diese Arbeit relevanten Begriffe in gebündelter Form. Alle in diesem Glossar kursiv gesetzten Begriffe werden an den entsprechenden Stellen eigens erläutert. Darüber hinaus sind zum besseren Verständnis die Grundformen des Graffiti Writings mit Bildbeispielen illustriert. Die Pseudonyme, mit denen die Akteure im öffentlichen Raum arbeiten, werden hier und in den folgenden Kapiteln durchgehend mittels Großbuchstaben hervorgehoben.

3 D-Stil

Dreidimensionale Abhebung der Buchstaben. Bereits seit den Siebzigern in Verwendung.



Abbildung 1: Einfacher 3 D Buchstabe mit Tags der Writer Crew. Berlin, 2009.

Battle

Wettkampf zwischen einzelnen *Writern* oder *Writergruppen* (Crews) um Konflikte möglichst gewaltfrei zu lösen und Rangordnungen festzulegen.

biting

Das Nachahmen des Stils eines anderen *Writers*. Verpönt, aber nicht verboten.

Blockbuster

Einfache, flächig, eckig und geradlinig gehaltene Buchstaben.

bombing

Beschreibt das auf Quantität ausgerichtete Verbreiten des Namens mittels *Tag* und *Throw-up*. Akteure, die *Fame* gruppenintern hauptsächlich über diese Art des *Writings* versuchen zu erwerben, werden *Bomber* genannt.

Bubblestyle

Klassischer Buchstabenstil, bei dem die einzelnen Lettern abgerundet ähnlich wie Kaugummiblasen ausgeformt werden.



Abbildung 2: Bubblestyle Piece von CBS. Berlin 2009.

Character

Figürliche, meist im Comic-Stil gehaltene Darstellungen, die im klassischen *Writing* zur Illustration der Schriftzüge dienen.



Abbildung 3: *Characters* (Produzent unbekannt) über sehr großem Wildstyle-Piece.
Venice Beach, Kalifornien, 2000.

crossen

Zerstören von Arbeiten anderer (verfeindeter) *Writer* oder *Writer-Crews* durch Übermalen oder Durchstreichen.

Crew

Eine mehr oder minder feste Gruppe von *Writern*, die neben ihrem eigenen Namen auch den der *Crew* verbreiten, oder nur diesen. Üblicherweise werden die Anfangsbuchstaben des meist englischsprachigen *Crew*-Namens verwendet.

Fame

Englisch für Ruhm. Die Akquisition von *Fame* ist der Hauptantrieb der meisten *Writer*. Innerhalb des *Writer*-Feldes herrscht ein relativ starres Regelwerk vor, welches drei mögliche Wege zum Erhalt von *Fame* vorsieht: 1. Quantität: Das möglichst vielfältige Schreiben des Namens meist in Form von *Tags*. 2. Qualität: Technisch aufwendiger gestaltete Arbeiten in Form von *Pieces* oder *Masterpieces*. 3. Platzierung: Gut sichtbare bzw. besonders schwer erreichbare Orte sowie Plätze mit hoher Entdeckungswahrscheinlichkeit.¹

¹ Vgl: VAN TREECK Bernhard: Graffiti Lexikon. Legale und illegale Malerei im Stadtbild. Berlin, 1998, S. 87.

Getting Up

Die möglichst vielfältige Anbringung und damit einhergehende Propagierung des Pseudonyms zum Erlangen von *Fame*.

Graffiti

Überbegriff für viele thematische und gestalterische Erscheinungsformen. Visuell wahrnehmbare Elemente, die ungefragt und meistens anonym auf in fremden oder öffentlichen Besitz befindlichen Oberflächen angebracht werden. Beim *Writing* bezieht der Begriff auch offiziell ausgeführte Arbeiten mit ein.²

Hall of Fame

Wand oder ähnliche Fläche auf der sich ursprünglich die, nach den Regeln der Szene, Besten verewigten. Heute werden auch die legalen Sprühflächen *Hall of Fame* genannt.

King

Writer der die meiste soziale Anerkennung genießt und dadurch an der Spitze der Szene-Hierarchie steht. Es gibt verschiedene Kategorien dieser symbolischen Auszeichnung: *King of Line/All City King* (*fame* durch Quantität), *King of Style* (*Fame* durch Qualität). (vergleiche *Toy*)

Piece

Aufwendigeres mehrfarbiges *Graffiti*. Ursprünglich die Kurzform für *Masterpiece*. Heute werden nur noch qualitativ hervorstechende *Pieces* als *Masterpieces* bezeichnet. *Piece* bezeichnet mittlerweile auch ganz allgemein ein Graffitibild. *Writer*, die sich hauptsächlich dieser technisch aufwendigeren Art des *Graffiti Writing* widmen, werden *Piecer* genannt.

² Vgl. SIEGL Norbert: Kulturphänomen Graffiti. In: SCHAEFER-WIERY Susanne (Hrsg.): Der Graffiti-Reader. Essays internationaler Experten zum Kulturphänomen Graffiti. Wien, 2000, S. 84.



Abbildung 4: *Piece* von Pan2a. Wien, 2009.

Pochior

Schablonengraffiti. Zählt nicht zum *Graffiti Writing*. Ursprünglich hauptsächlich in Frankreich sowie den frankophonen Teilen der Schweiz und Kanadas verbreitet. Mittlerweile eine der Haupttechniken von *Street Art*.

Street Art

Ein Teilgebiet des *Graffiti*. Typisch für *Street Art* sind Arbeiten mit Schablonen (*Pochior*), Poster und Sticker oder mit den klassischen Werkzeugen der bildenden Kunst angefertigte Bilder, aber auch das Arbeiten mit Sprühdosen wie beim *Writing*. Im Gegensatz zum *Writing* ist der Name und dessen Ausformung nicht das zentrale Thema.

Style

1.: Einerseits aufwendig gestalteter Schriftzug. (Siehe *Piece*) 2.: Ab 1972 eigenständige Art zum Erlangen von *Fame*. Style bezeichnet in diesem Sinne primär eine Eigenschaft im Sinne von handwerklichem Können, und erst sekundär einen bestimmten Stil. (Siehe *King*, *King of style*)

Tag

Mit Filzmarker oder Spraydose aufgetragener, einfärbiger Schriftzug mit dem Alias-Namen eines *Writers* beziehungsweise einer Gruppe von *Writern*. Die Urform allen *Writings*, sowie die im öffentlichen Raum mit einem Anteil von 80–90% quantitativ am stärksten verbreitete Art davon.³ Gleichzeitig auch jene Form die auf die geringste gesellschaftliche Akzeptanz trifft.⁴



Abbildung 5: Tag von FC. Wien, 2008.

Throw-up

(*Quickpiece, bombing*) Schnell aufgetragenes, flächiges, meist zweifarbigen *Graffiti* bestehend aus Außenlinien (outlines) und Füllung (fill-in).



Abbildung 6: Throw-up am Wienkanal. Wien 2009.

³ Vgl. BAYER Michael/PETERMANN Soeren/SACKMANN Reinhold: Graffiti in der Sozialwissenschaftlichen Literatur. In: SACKMANN Reinhold (Hrsg.): Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem Städtischen Problem. Halle Wittenberg, 2006, S. 5.

⁴ Vgl. GOECKE Tobias/HEISE Marcus: Werden qualitativ minderwertige Graffiti eher als Ärgernis empfunden? In: SACKMANN Reinhold (Hrsg.): Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem Städtischen Problem. Halle Wittenberg, 2006, S. 31-32.

Toy

Abwertende Bezeichnung für einen Anfänger, beziehungsweise für einen nach den Normen der Szene als qualitativ schlecht eingestuften *Writer*.



Abbildung 7: Piece mit Toy-Kommentaren anderer *Writer*. Wien, 2008.

Whole Train

Durchgehend an einer Seite über alle Waggons besprühte U-Bahn- oder Eisenbahn- Garnitur.

Wildstyle

Sehr stark ausdifferenzierte/abstrahierte Gestaltung der Buchstaben und deren Verbindungen, bei der die Entschlüsselung nur noch für Eingeweihte (wenn überhaupt) möglich ist.



Abbildung 8: Wildstyle Piece basierend auf Old English Schrift an der legalen Graffitiwand (Hall of Fame) am Yppenplatz. Wien, 2008.

Writer

Angehörige der *Writer* Kultur, die sich als *Bomber* oder *Piecer* mit der Verbreitung eines Alias-Namen im öffentlichen Raum beschäftigen.

Writers Corner

(*Writers Benches*): Treffpunkte der *Writer* Szene in New York, die Anfang der Achtziger aufgelöst wurden.

3. Vorwort

Als gesellschaftliche und visuell kommunikative Phänomene prägen die modernen Graffitis ausgehend vom New York der späten sechziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts mittlerweile das Erscheinungsbild nicht nur der westlichen Metropolen mit. Eine weltweite Verbreitung von 75%⁵, wie sie sceneintern angenommen wird, lässt sich aufgrund der Verslossenheit der Szenen und der Größe des Untersuchungsfeldes zwar nur schwer überprüfen, zweifelsohne ließ aber die transkulturelle Diffusion der Writers Culture über nahezu den gesamten Erdball eine Jugendbewegung mit global ähnlichen Ausformungen, sowie lokalen Feinheiten entstehen, in deren Zentrum stets das Schreiben des Namens und dessen Verbreitung steht.

⁵ Vgl.: GANZ Nicholas: Graffiti World. Street Art from five Continents. New York, 2004, S.8.

4. Einleitung

„Fame is the name of the game in graffiti writing“⁶ (2008)

“Style, form an methodology, major concerns of most graffiti writers, are secondary in significance to the prime directive in graffiti: “getting up.””⁷(1982)

Die zeitliche Spanne von über 20 Jahren zwischen den oben genannten Zitaten verdeutlicht die Kontinuität des expliziten Strebens nach Ruhm und Anerkennung innerhalb des Feldes der Graffiti-Writing-Kultur.

Ein ungewöhnlicher Habitus für den Bereich der bildenden Kunst⁸ der, wie Bourdieu gezeigt hat, ab dem späten neunzehnten Jahrhundert mit dem allgemeinen Habitus des literarischen/künstlerischen Feldes *d'accord* ging um dem (Laien-) Publikum gegenüber seine Gleichgültigkeit zu erklären, und als sich selbst genügende Kunst aufzutreten.⁹

Nichts wäre den zwischen den Sphären von Ökonomie und Politik schwebenden Akteuren ferner gelegen, als nach derart Vergänglichem wie Ruhm und Anerkennung für sich oder ihr Werk zu streben. Stets ging es um hehre Werte und Ideale, die vor das Werk geschoben wurden, und plötzlich betreten mit den Writern Akteure die Bühne, denen dieses konzeptionelle Versteckspiel gänzlich unbekannt oder gleichgültig ist, und die der Logik ihres Feldes entsprechend frech Respekt,

⁶ LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S.43.

⁷ CASTLEMAN Clark: Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge, 1982, x(Vorwort).
Mit „getting up“ ist die möglichst vielfältige Anbringung und damit einhergehende Propagierung des Pseudonyms zum Erlangen von Fame gemeint.

⁸ Die Frage ob und inwiefern Graffiti-Writing den Anforderungen von Kunstsprüchen genügt oder nicht sei fürs erste hier hintangestellt, schlussendlich handelt sich bei dieser Thematik – wie ich noch näher zu zeigen versuchen werde – um das relationale Verhältnis von einander entfernten gesellschaftlichen Sphären die mehr oder weniger gewollt über bestimmte historische Perioden hinweg Anerkennung auf ähnlichen oder identischen Betätigungsfeldern suchten.

⁹ Vgl. BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970, S.80-86.

Ruhm und Anerkennung, sprich Fame, für sich und ihr Werk fordern und als zentrales Motiv für ihr Tun auf den Straßen proklamieren.¹⁰

Die Ziele der Writer mögen legitim erscheinen oder nicht, nicht zu leugnen ist, dass sie auch in jedem anderen (künstlerischen) Feld mitschwingen, doch in kaum einem anderen wird die Thematik um Ruhm und Anerkennung derart explizit ins Zentrum gerückt.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in zwei große thematische Felder:

Der erste Teil beschäftigt sich vorrangig mit der Geschichte der Writers Culture und den kommunikativen Strategien, mittels derer sich die Akteure – der spezifisch wettkampfbetonten Logik ihres Feldes entsprechend – konzertiert oder konkurrierend zueinander positionieren zu suchen.

Die Graffitis in der Tradition der New York Writer stellen eine Art von symbolischem Austausch dar, der in dieser Arbeit als kommunikatives Handeln im Sinne einer Bedeutungsvermittlung zwischen Lebewesen begriffen wird.

Eine Kommunikation auf symbolischer Ebene, betrieben von und für Eingeweihte, die der Vermehrung von szeneninternem Fame, also der Vermehrung des symbolischen Kapitals (mit all seinen Konsequenzen für die weiteren Kapitalformen insbesondere des sozialen Kapitals) innerhalb der Gruppe dient.¹¹ „Der Inhalt von Graffiti und der Grund warum es entstanden ist, ist der Wunsch bekannt zu werden“¹², wobei die Wirkung auf die Restgesellschaft für die Akteure zunächst eine untergeordnete Rolle spielt¹³. Vielmehr geht es um ein Kommunizieren der Akteure miteinander unter den Bedingungen eines wechselseitigen Wettbewerbs, bei dem Nicht-Eingeweihte bewusst ausgeschlossen werden: „To communicate with each other in a way that society didn't understand.“¹⁴

¹⁰ Vgl. Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 187.

¹¹ Vgl. HITZLER Roman, BUCHER Thomas, NIEDERBACHER Arne: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergesellschaftung heute. Wiesbaden, 2005. S. 105.

¹² MATZINGER Gabriele: Der Performer aus der Dose. Die Graffiti-Kultur am Wendepunkt? Wien, 2003, S. 24.

¹³ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 25. u. SNYDER Gregory J.: Graffiti Lives. Beyond the Tag in New York Underground. London/New York, 2009, S. 95.

¹⁴ MATZINGER Gabriele: Der Performer aus der Dose. Die Graffiti-Kultur am Wendepunkt? Wien, 2003, S. 35.

Dem folgend findet die Akquisition von Fame der Akteure über eine kommunikative Ebene in der Öffentlichkeit als Raum gesehen statt, unter gleichzeitigem Ausschluss derselben als physische Personen gesehen.

In den von mir bisher gesichteten wissenschaftlichen Arbeiten zu diesem Thema taucht der den Wettkampf hervorhebende Aspekt der Writers Culture meist mit Bezug auf den Fame-Begriff zwar immer wieder auf, bleibt aber durchgehend als unhinterfragte Randbemerkung stehen, oder stößt auf Unverständnis. Etwa in einer Anreizeanalyse des Instituts für Psychologie der Universität Potsdam, in der die Autoren verwundert zu dem Ergebnis kommen, dass Konkurrenz- und Leistungsfaktoren die am stärksten ausgeprägten Motive für die Tätigkeit der Writer sind.¹⁵

Vorrangiges Ziel des ersten Teils dieser Arbeit soll es daher sein, die Bedeutung dieses zentralen Aspekts des Writing als kommunikativ-kombattanter Akt zur Positionierung in der Gruppe für die Akteure im Rahmen einer internationalen Literaturrecherche herauszuarbeiten, sowie die Strategien offen zu legen, mittels derer eine Vermehrung des symbolischen Kapitals innerhalb der als relativ autonom angenommenen Gruppe der Writer gelingen kann.

Letztendlich gilt es auch herauszufinden, welche gesellschaftlichen Rahmenbedingungen zu der wettkampfbetonten Ausrichtung einer oft missverständlich gegen die Werte der etablierten Leistungsgesellschaft eingeschätzten alternativen Jugendbewegung führten. Dies betrifft einerseits die Einbettung in das gesamtheitlich vom Battle- und Fame-Gedanken stark bestimmte Hip-Hop-Feld, als auch die darüber hinausreichenden historisch-soziokulturellen Rahmenbedingungen, die eine derartige Ausformung des Feldes und des damit verbundenen Habitus der Akteure prädispositionierten.

Darüber hinaus wäre im zweiten Teil der Arbeit am Beispiel der etablierten Kunstszene festzustellen, ob die gruppeninternen Kommunikationsstrategien der Writer auch nach außen transformierbar sind, das heißt, ob und wie sich das in der

¹⁵ Vgl. MANING Yvette/RHEINEBERG Falko: Was macht Spaß am Graffiti-Sprayen? Eine induktive Anreizeanalyse. In: Report Psychologie, 4, Berlin, 2003, S. 222-234.

Gruppe erworbene symbolische Kapital auch außerhalb des Kernfeldes Anerkennung findet, und sich längerfristig etwa beispielsweise durch Mal- und Designaufträge oder Ausstellungen in ökonomisches Kapital umwandeln lässt.

Meine dahingehende Hypothese lautet, dass der Kommunikationsfluss, der innerhalb der Szene noch funktioniert, im Verlauf des Übertritts in die Kunstsphäre unterbrochen wird, nach dem es sich nun bei Sender und Empfänger um Protagonisten mit unterschiedlichen Zeichensätzen handelt. Die zuvor erfolgreiche Strategie greift bei diesem Übertritt nur noch begrenzt. Jene Akteure, die sich erfolgreich auf dem Kunstmarkt etablierten, wie zum Beispiel der momentan erfolgreiche Londoner Sprayschablonenkünstler Banksy, pflegen zwar noch das „Outlaw-Image“ der illegalen Sprayerzene, haben aber gerade deswegen am Kunstmarkt Erfolg, weil sie die ursprüngliche Strategie der klassischen Writer erweitert oder verändert haben,¹⁶ so sie nicht bereits im Vorfeld eine erweiterte Botschaft mit einem entsprechenden Zeichensystem entwickelt hatten.

An dieser Bruchstelle zwischen (illegalem) Sprayerfeld und dem der legitimierten Kunstszene sollte der zweite Teil der Arbeit ansetzen, wobei ich mich exemplarisch auf den diesbezüglich bisweilen größten Boom von Writing in der Kunstwelt, Anfang der Achtziger, konzentrieren möchte. Dies betrifft sowohl die Transformationen in der Beurteilung des künstlerischen Produkts – von der Beurteilung durch die Writer hin zu der Beurteilung durch die Kunstkritik – als auch die Transformationen am Produkt selbst.

¹⁶ Vgl. BANKSY: Wall and Piece. London, 2006, S.5.

5. Hypothesen, Zentrale Problem- und Fragestellungen

Auf Basis der vorangegangenen Literaturrecherche stellen sich die in dieser Arbeit noch zu überprüfenden Forschungshypothesen sowie die daraus resultierenden Fragestellungen wie folgt dar:

Hypothese 1. Ausgehend von der auf Basis von vorangegangener Literaturrecherche und durch die Studie von Rheineberger/Maning zumindest vorübergehend verifizierten Hypothese, dass die Writer-Szene ein von Leistungs- und Wettkampftematiken bestimmtes Feld ist (Kapitel 10), in dem sich die Akteure mittels kommunikativ-kombattanten Akten innerhalb der Gruppe positionieren, ergeben sich folgende Forschungsfragen:

1a: Welche Strategien können zur Vermehrung von kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital innerhalb des Feldes der Writers Culture beitragen? (Kapitel 10.1)

1b: Welche historischen beziehungsweise soziokulturellen Bedingungen begünstigten die wettkampf- bzw. leistungsorientierten Ausrichtung der Writers Culture? (Kapitel 10.3.)

Hypothese 2. Ausgehend von der Hypothese, dass die klassischen Produkte der Writers Culture, also die grafisch ausgestalteten Namenszüge, stets in nur kurzen Perioden für die etablierte Kunstszene und den von ihr bedienten Markt von Bedeutung waren, da es sich bei Sender und Empfänger um Protagonisten mit unterschiedlichen Zeichensätzen handelt (Kapitel 11), ergibt sich folgende Problemstellung:

2a: Wie gestaltete sich die Bewertung der Produkte der Writers Culture einerseits in der Writer-Szene selbst, und wie wurden diese von der Kunstszene gedeutet? (Kapitel 11.1)

2b: Woran scheiterte die vorerst noch hypothetisch angenommene längerfristige Implementierung der Writers Culture in der Sphäre der legitimierten Hochkultur, bzw. welche konzeptuellen Adaptionen waren oder sind für die Akteure vonnöten, um sich den Bedürfnissen des Sektors der Hochkultur anzupassen? (Kapitel 11.2.)

6. Theoretische Einbettungen

Die in dieser Arbeit angestellten Überlegungen fußen grundlegend auf zwei theoretischen Zugängen: Einerseits ist es notwendig eine kommunikative Theorie auszumachen, welche den Kommunikationsfluss (von einer primär technischen Seite) darstellbar macht, andererseits soll eine adäquate Herangehensweise an die sozialen Komponenten und Verflechtungen in diesem und um diesen herum gefunden werden, welche den komplexen sozialen Formen, auch und vor allem auf einer symbolischen Ebene Rechnung trägt.

6.1. Kommunikatives Basismodell. Kommunikation als Signalübertragung

Inwiefern die Graffiti von den Akteuren als hauptsächliche Kommunikation zwischen den Akteuren betrachtet werden kann (bei der die Restgesellschaft als Resonanzboden/stiller Teilnehmer, mehr oder weniger bewusst mitgedacht wird), soll im Kapitel 10 noch ausführlich dargelegt werden.

Als kommunikatives Basismodell soll zunächst das technische Signalübertragungsmodell von Shannon und Weaver dienen. Claude E. Shannon und Warren E. Weaver, zwei amerikanische Mathematiker und Nachrichtentechniker, entwickelten 1949, über die Beschäftigung mit technisch-physikalischen Problemen beim Telefonieren, ein richtungsweisendes technisches Modell zur Kommunikation als Informationsvermittlung beziehungsweise Signalübertragung, das sich, wenn auch eingeschränkt, auf weitere Kommunikationssituationen übertragen lässt.

Diesem Modell folgend produziert eine Nachrichtenquelle eine Information, die, mittels eines Senders verschlüsselt (Encodiert) als Signal an einen Empfänger

gelangt, um von diesem entschlüsselt (Decodiert) an das Nachrichtenziel weitergeleitet zu werden.¹⁷

Bezogen auf das Graffiti Writing würde der Writer die Nachrichtenquelle darstellen welche mittels eines Tags, eines Throw-ups oder eines Pieces (Sender) eine codierte Information unter Verwendung von Orten des öffentlichen Raumes als Kanäle ein Signal an einen oder mehrere Empfänger (Augen von Betrachtern) schickt, das von diesem über die visuelle Wahrnehmung an das Nachrichtenziel, das Gehirn des Empfängers gelangt. Diese Empfänger lassen sich grob in zwei Gruppen gliedern: Einerseits handelt es sich um Mitglieder des Writer Feldes selbst, andererseits um die Mitglieder der Restgesellschaft.

Diese beiden Gruppen nehmen das gesendete Signal unterschiedlich auf und decodieren es mitunter diametral, was auf ein weiteres wesentliches Element in dem Modell von Shanonn/Weaver verweist: Zwischen Empfänger und Sender befindet sich eine Störquelle, die das Signal während der Übertragung verzerrt.¹⁸

Mit rein technischen Aspekten wie im Modell Shanonn/Weaver lässt sich dies, bezogen auf das in dieser Arbeit behandelte Phänomen, nur noch unzureichend erklären. Allenfalls könnte man etwa sehr allgemein auf unterschiedliche Lichtverhältnisse bei der Wahrnehmung durch den Empfänger oder dessen Sehkraft im Allgemeinen verweisen, was aber für die verschiedenen Interpretationsarten der oben angeführten Gruppen keine grundlegende Bedeutung hat, da sie für beide im gleichen Maße gelten.

Deshalb ist es notwendig, eine über diese technischen Modalitäten hinausgehende Interpretation des Basismodells von Sender und Empfänger vorzunehmen, welche auch die sozialen Bedingungen im Kommunikationsprozess berücksichtigt, wie sie etwa der Soziologe Bernhard Badura vorschlägt.

Badura, dessen Modell hier beispielhaft für die sozialwissenschaftliche Implementierung des klassischen Shanonn/Weaver-Modells stehen soll, entwickelte bereits 1971 ein sozialwissenschaftlich angereichertes Modell des ursprünglichen Modells von Shannon/Weaver, dem zufolge bei der Analyse von menschlicher

¹⁷ Vgl. BURKHART Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, 2002, S.426-427.

¹⁸ Vgl. BURKHART Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, 2002, S.427.

Kommunikation mehrfache En- beziehungsweise Decodierungsprozesse von statten gehen, die sich einerseits auf syntaktischen, semantischen sowie pragmatischen Dimensionen von (sprachlichen) Zeichen beziehen, darüber hinaus ist es aber notwendig, die sozialen Rahmenbedingungen der kommunikativen Prozesse zu berücksichtigen, welche diese Prozesse bedingen.¹⁹

Was uns wiederum zu den oben angeführten Störquellen im Informationsfluss zwischen Sender und Empfänger zurückführt: In Analogie zu den technischen Störquellen konstatiert Badura vier Klassen der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in Bezug auf Kommunikation:

1. Die Kommunikationssituation, 2. Der Informationshintergrund, 3. Den emotiven Erlebnishorizont, 4. Die Interessen.²⁰

Für die Wahrnehmung von Graffiti Writing sind alle vier Felder relevant. Die Kommunikationssituation ändert sich etwa, ob man an den Graffiti vorbeigeht oder -fährt, dies gilt aber für alle an dieser Situation beteiligten im gleichen Maße, und trotzdem nehmen sie die Information sehr unterschiedlich auf.

Deshalb wären hier speziell der Informationshintergrund, die Interessen und der emotive Erlebnishorizont hervorzuheben.

Pierre Bourdieu, auf dessen Arbeit im zweiten Teil des Theorieblocks noch näher eingegangen wird, meint zu der Problemstellung des zur Decodierung notwendigen Informationshintergrunds:

„Konsum von Kunst erscheint (...) als Moment innerhalb eines Kommunikationsprozesses, als ein Akt der Dechiffrierung oder Decodierung, der die bloß praktische oder bewusste und explizite Beherrschung einer Geheimschrift voraussetzt (...) Von Bedeutung und Interesse ist Kunst einzig für den, der die kulturelle Kompetenz, d.h. den angemessenen Code besitzt.(...) Wem der elementare Code fehlt, der fühlt sich angesichts dieses scheinbaren Chaos an Tönen und Rhythmen, Farben und Zeilen ohne Vers und Verstand nur mehr überwältigt und „verschlungen“.“²¹

¹⁹ Vgl.: ebd. S. 429.

²⁰ Vgl.: BURKHART Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, 2002, S. 42.

²¹ Bourdieu Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 1987, S. 19.

Darüber hinaus ändert sich der emotive Erlebnishorizont mit dem Grad der emotionalen Involvierung zur Thematik des Writings im Allgemeinen. Das betrifft nicht nur die Akteure selbst, sondern vor allem Jugendliche und junge Erwachsene, die dem Writing positiv gegenüber stehen – sofern es in ihr Weltbild integrierbar ist.

Die Interessen zur Thematik treten schlussendlich als letzte intervenierende Variable in den Kommunikationsprozess.

Auch hier trennen Außenstehende und Involvierte tendenziell diametrale Zugänge, wobei auch hier die Außenstehenden nicht als eine homogene Gruppe aufzufassen sind. Ein Betreiber oder Mitarbeiter einer Graffiti-Beseitigungsfirma wird ein Tag anders aufnehmen (potentielle Einnahmequelle), als ein Polizist (Verfolgung einer Straftat) oder ein Hausbesitzer (Abwertung des Eigentums bzw. Kosten zur Beseitigung). Von Bedeutung wird der Interessenansatz im zweiten Teil dieser Arbeit, die sich mit der gegenseitigen Annäherung und vor allem mit den mitunter gegenteiligen Interessen der Kunstsphäre und des Writer-Feldes befasst.

Um die sozialen Bedingungen des Kommunikationsflusses zwischen Sender und Empfänger herauszuarbeiten, werde ich versuchen die praxeologische Theorie von Pierre Bourdieu, die in den folgenden Kapiteln beschrieben wird, als Toolkit zu deren Analyse heranzuziehen.

6.2. Die Praxeologische Theorie von Pierre Bourdieu

Den weiteren theoretischen Rahmen für diese Arbeit, welche die Vorstellung von den sozialen Logiken des Kommunikationsflusses bereitstellen soll, bildet die praxeologische Theorie nach Pierre Bourdieu, der mit seinen zentralen Grundbegriffen von Feld, Habitus und Kapital ein Analysemuster zur Aufschlüsselung

von sozialen Formen und Handeln liefert²², dessen „Kernstück die doppelsinnige Relation zwischen den objektiven Strukturen (den Strukturen der sozialen Felder) und den inkorporierten Strukturen (den Strukturen des Habitus) ist, (...)“²³

Der französische Soziologe, Anthropologe, Philosoph und politische engagierte Intellektuelle (1930–2002) Pierre Bourdieu befasste sich seit den Fünfziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts, ausgehend von sozio-anthropologischen Studien der kabyllischen Gesellschaften Algeriens, mit Fragen der Macht und der sozialen Ungleichheit im weitesten Sinne und unter wechselnden thematischen Schwerpunkten.²⁴

Die in Algerien begonnenen Studien über die dortige bäuerliche Gesellschaft im kolonialen Kontext weitete Bourdieu ab den Sechzigern auf die französische Gesellschaft aus. Forschungsschwerpunkte in weiterer Folge waren das Bildungssystem und seine Rolle bei der Reproduktion von Klassenverhältnissen, Kunst und Kunstrezeption, kultursoziologische und klassentheoretische Fragenstellungen (wobei die oben angeführte Reproduktion der herrschenden gesellschaftlichen Machtverhältnisse immer wieder unter wechselnden Gesichtspunkten von Bedeutung ist) sowie Arbeiten zu den (Sozial-)Wissenschaften und ihrer Rolle innerhalb Gesellschaft selbst.²⁵

Die folgenden Unterkapitel sollen einerseits die theoretischen Werkzeuge Bourdieus im Allgemeinen näher bringen, und andererseits die Bedeutung dieser, für das Feld der Writers Culture zunächst einmal grob fassen. Die weitere Analyse und Implementierung soll dann in den Kapiteln 9, 10 und 11 erfolgen.

Es wäre noch festzuhalten, dass die einzelnen Begriffe nicht als voneinander unabhängige Variablen zu deuten sind, vielmehr bedingen sie sich wechselwirkend.²⁶ Aufgrund ihrer starken Verschränktheit miteinander stellt es sich mitunter als schwierig dar, die Begrifflichkeiten Bourdieus unabhängig voneinander darzulegen, und dennoch scheint es sinnvoll und einem besserem Verständnis zuträglich, sie

²² Vgl.: ZIPS Werner: „The Good, the Bad and the Ugly“ Habitus, Feld, Kapital im (Feld des) Jamaikanischen Reggae. In: WERNHART Karl R./ZIPS Werner (Hg.): Ethnohistorie. Rekonstruktion einer Kulturkritik. Eine Einführung. Wien, 1998, S. 221.

²³ BOURDIEU Pierre: Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt am Main. 1998. S. 7.

²⁴ Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 7, S. 14. u. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S.241.

²⁵ Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 7, S. 14-17.

²⁶ Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 19.

zunächst in ihrer isolierten Form zu präsentieren und als einzelne Komponenten zu behandeln, um sie anschließend wieder zusammenzuführen.

6.2.1. Praxis

Zentral bei der Beschäftigung mit der sozialen Praxis ist die Frage: Warum handeln Menschen mit- und gegeneinander wie sie handeln?

Bei der Beurteilung und Analyse der lebensweltlichen Praxisformen ging es Bourdieu um eine Synthese zweier, zumindest auf der metatheoretischen Ebene diametral entgegengesetzten wissenschaftlichen Ansätze: Objektivismus und Subjektivismus.²⁷

Der Objektivismus einerseits, repräsentiert durch den strukturalistischen Ansatz, welcher die sozialen Akteure als von sozialen Strukturen bestimmte Handelnde einschätzt, zugespitzt formuliert als reine Erfüllungsgehilfen von bereits vorgegebenen Strukturen und andererseits einer subjektbezogenen Konstruktivistischen, welche die Freiheit des Individuums über seine Handlungen und sein Handlungsvermögen hervorhebt. Es handelt sich bei Bourdieus Ansatz also auch um eine Überwindung beziehungsweise um eine Vermittlung zwischen wissenschaftstheoretischen Gegensätzen von Individuum und Gesellschaft.²⁸

Diese Synthese mündete in einem „konstruktivistischen Strukturalismus“ (oder praxeologischen Erkenntnisweise), der auf der Auffassung beruht, dass Menschen zwar von gesellschaftlichen Strukturen geprägt und ihre Handlungsmöglichkeiten durch sie zugleich bedingt und auch begrenzt sind, aber dass die handelnden Akteure diese sozialen Strukturen gleichzeitig individuell interpretieren, gestalten und zu verändern vermögen.²⁹

²⁷Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 41.

²⁸Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 42.

²⁹ Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 84. u. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 43.

Begründet liegt dieses Interesse an der Verschmelzung der zueinander diametral stehenden Betrachtungswinkel von Gesellschaft(en), durch die Auswertung der Beobachtungen Bourdieus in Algerien und Béarn, die zeigten, dass die dort lebenden Menschen den vom Strukturalismus konstruierten Regeln in ihrer gesellschaftlichen Praxis nicht folgten, und dass darüber hinaus diese Regeln und Modelle nicht in der Lage waren, die gesellschaftliche Wirklichkeit korrekt darzustellen. Genauso wie die „großen“ objektiven Erklärungsmodelle versagten, waren die Handlungen aus dem Alltagsbewusstsein der Akteure, also über die individuelle Ebene, nicht zu erklären.³⁰

Wie also lässt sich die gesellschaftliche Praxis theoretisch fassen, ohne ihre Eigentümlichkeiten zu vernachlässigen und sie zugleich wissenschaftlich erklärbar zu machen?

Bourdieu führte 1970 zur Beantwortung dieser Frage die „Theorie der Praxis“ ins Feld. Das Zentrum der Aufmerksamkeit ist hierbei zunächst auf die mehr oder weniger verborgenen Prinzipien gerichtet, welche das Handeln bewusst oder unbewusst steuern, und welche für die Art und Weise sorgen, wie gehandelt wird.

Bei den Kabylen fand Bourdieu eine stark ausgeprägte Vorstellung von Ehre als das dieser Gesellschaft zugrunde liegende Prinzip. Die individuellen Handlungen können als Strategien aufgefasst werden, die innerhalb des komplexen Zusammenhangs von Relationen der Ehre, dem Erhalt bzw. der Vermehrung der (Familien-)Ehre dienen.³¹

Dieses Modell der Strategien wurde von Bourdieu als „Ökonomie“ aufgefasst, welche nicht im alltäglichen Verständnis der Handelnden über ihre Handlungen verankert ist, denn die Ökonomie der Strategien kann nur funktionieren, wenn sie als solche verschleiert und verleugnet wird.³² Diese Ökonomie trifft ebenso auf einer allgemeinen Ebene für andere Gesellschaften mit wechselnden Grundprinzipien zu, die stets Handlungen über ihre unmittelbare Funktion hinaus mit einem mehr oder minder verborgenen symbolischen Charakter aufladen. „Symbolische Handlungen

³⁰ Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 84.

³¹ Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 85.

³² Vgl. BOURDIEU Pierre: Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt am Main, 2001, S. 27.

bedeuten mehr als sie selbst, sie verleihen der sozialen Stellung Ausdruck gemäß der Logik der sozialen Struktur selbst“.³³

Sämtliche Handlungen, selbst solche die als zweckfrei und interessenlos erscheinen, sind auf „Maximierung des symbolischen Ertrags“³⁴ ausgerichtet. Dieser, allen Handlungen als Ziel gemeinsame Ertrag oder Gewinn, geht über den rein materiellen Gewinn hinaus (ohne diesen auszuschließen), und bezieht sich auf alles was jeweils sozial als geltend und wertvoll bestimmt wird.

Das allgemeine Prinzip hinter den Strategien und den einzelnen Handlungen selbst wird also in Bourdieus „Ökonomie der Praxis“ als ein Interesse zur gesellschaftlichen Gewinnmaximierung aufgefasst.³⁵

Hierin spiegelt sich Bourdieus Auffassung der sozialen Welt als eine von Konkurrenz beherrschten Ökonomie wider, die zwar vielfach kritisiert wurde, sich aber gerade für den wettkampfbetonten Charakter des Hip-Hop-Feldes im Allgemeinen und des darin eingebetteten Graffiti-Writer-Feldes im Speziellen eignet. „(...) “battles“ have been an intrinsic part of hip-hip, almost from its insepction.“³⁶

6.2.2. Der Feldbegriff bei Bourdieu

Beginnend mit der größten Einheit markiert das Feld oder der soziale Raum den Untersuchungsgegenstand selbst.

Der Feldbegriff war zwar bereits vor Bourdieu von Kurt Lewin von der modernen Physik in die Sozialwissenschaften übertragen worden, jedoch für das Fach der Psychologie (und in einem noch näher an das physikalische Modell der elektromagnetischen Anziehungs- und Abstoßungskräfte angelehnten Zugang).³⁷

Pierre Bourdieu beschäftigte sich auch mit den Arbeiten von Lewin, seine

³³ BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970, S. 62.

³⁴ Ebd. S. 71.

³⁵ Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 86.

³⁶ DIMITRIADIS Greg: Hip-Hop: From Live Performances to Mediated Narrative. In: FORMAN Murray/NEAL Mark Anthony (Hrsg..) That's the Joint! The Hip-Hop Studies Reader. New York, 2004, S. 432.

³⁷ Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 105.

Verwendung des Feldbegriffs entwickelte er jedoch 1970 nach eigenen Angaben aus der sich überschneidenden Beschäftigung mit der Kunst und der Religionssoziologie vom Max Weber.³⁸

Die gesellschaftliche Totalität wird nach dieser Herangehensweise in eine Vielzahl von voneinander relativ unabhängigen Feldern aufgegliedert, die sich aber dennoch durchaus überschneiden können, oder als Subfelder in größere Felder eingebettet sind.³⁹

Nach Bourdieu bildet jedes dieser sozialen Felder oder jeder soziale Raum eine Art Arena mit spezifischen Regeln, innerhalb derer sich die beteiligten Akteure mittels eines für das Feld spezifischen Habitus und unter Einsatz verschiedener Kapitalformen, in einem dynamischen Prozess um Positionen bewerben.⁴⁰

Wesentlich dabei ist, dass die Objektivierung zwar ein unerlässliches Moment zur Analyse des zu untersuchenden Feldes oder Systems darstellt, dass aber der Grad der relativen Autonomie des Gegenstandes der Untersuchung, also das zu untersuchende Feld, mit seinen ihm eigenen Einsätzen und Habitusformen, zugleich zu hinterfragen ist, in Beziehung zu dem eigens zu konstruierenden umgreifenden System im welches das Subsystem eingebettet ist.⁴¹

Zur Erläuterung des Feldes und des Verhaltens der darin agierenden Akteure stellte Bourdieu oft Analogien zu Spielen, bei denen Chips eingesetzt werden, oder Mannschaftssportarten her. Ein guter Athlet weiß wie er handeln muss, kann dieses Handeln aber nicht unbedingt erklären, genauso wenig, wie die in einer bestimmten Sportart erworbenen Fähigkeiten ihn in anderen Sportarten zwangsläufig brillieren lassen. Ebenso sind in einem speziellen sozialen Feld erworbene Fähigkeiten nicht fordernd und in gleichem Maße in anderen Feldern erfolgreich.⁴²

Im Unterschied zu den Regeln von Spiel und Sport, sind jene der sozialen Felder meist weniger explizit formuliert und vor allem weit weniger statisch. Das Feld bei

³⁸ Vgl. ebd. S. 105.

³⁹ Vgl. ebd. S. 106.

⁴⁰ Vgl. ZIPS Werner: Theorie einer gerechten Praxis oder: Die Macht ist wie ein Ei. Wien, 2002, S. 244, S. 252.

⁴¹ Vgl. BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970, S. 7, S. 36.

⁴² Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 105-106.

Bourdieu entspricht hier vielmehr einem Kräftefeld auf dem die Akteure einerseits versuchen, unter den im Feld angelegten Regeln ihre Position zu behaupten oder zu verbessern, gleichzeitig versuchen sie aber auch diese Regeln in dem Sinn zu verändern, als dass ihr potentieller Einsatz, ihre Fähigkeiten oder worüber sie auch immer am meisten verfügen möglichst gewinnbringend ins Spiel eingebracht werden kann.⁴³

Trotz dieses ständigen Modifizierungsprozesses der Felder prägen sich die Felder den Akteuren durch das mehr oder weniger bewusste Erlernen ihrer Regeln ein, der geteilte „Glaube in den Wert des Spiels und seiner Einsätze“,⁴⁴ die *illusio*, verbindet die Akteure untereinander,⁴⁵ auch, oder wie im Falle von explizit auf Abgrenzung zur Restgesellschaft ausgerichteten Feldern, gerade weil dieser für Außenstehende nicht nachvollziehbar ist. So wirken die Felder mit ihren Regeln und Einsätzen sowie Zielen nach innen konsolidierend, während sie nach außen die Akteure der verschiedenen Felder voneinander trennen, und das umso mehr, als sich die Einsätze und Ziele der jeweiligen Felder voneinander unterscheiden.

Die Felder selbst sind weniger leicht zu trennen. Das Feld hört streng genommen dort auf, wo die Feldeffekte ihre Wirksamkeit verlieren. Eine genaue Abgrenzung im Sinne einer physischen Verortung des Feldes wäre aber nicht zielführend, erstens, weil ein Feld letzten Endes ein wissenschaftliches Konstrukt, welches die zur Analyse von sozialen Verhältnissen notwendige oder hilfreiche Objektivierung liefert, aber kein greifbares Ding ist und zweitens, weil in der Praxis meist mehrere Felder gleichzeitig und sich überlagernd auf die einzelnen Akteure wirken, und mitunter zumindest teilweise gleiche oder ähnliche Regeln oder Einsätze haben können.⁴⁶ So können gewisse Feldeffekte durchaus in anderen Feldern weiter wirken, wenn auch nicht notwendigerweise unter denselben Bedingungen.

Im Allgemeinen unterscheiden sich die Felder also in ihren Regeln, den erworbenen Fähigkeiten, den Zielen und den Einsätzen.⁴⁷ In allen Feldern wiederkehrende Formen sind für Bourdieu die Struktur von Zentrum und Peripherie, ein

⁴³ Vgl. ebd. S. 107.

⁴⁴ BOURDIEU Pierre: Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt am Main, 2001, S. 278.

⁴⁵ Vgl. ebd. S. 270-271.

⁴⁶ Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 108-109.

⁴⁷Vgl. ebd. S. 106.

zunehmendes Streben nach Abgrenzung und Autonomisierung, dem von außen mit einem Streben nach Heteronomisierung entgegen gewirkt wird.

Schlussendlich bilden sich sämtliche Felder durch die Praxis der Akteure heraus, die durch den Habitus prädispositioniert wird.

6.2.3. Habitus als Generierer einer strukturierten Praxis

Wie bereits oben angeführt, steht der Feldbegriff in enger Dialektik mit dem Habitusbegriff. Einerseits strukturiert das Feld den Habitus, andererseits kreiert sich das Feld erst aus seinen Trägern und den von ihnen getätigten Handlungen und eingegangenen Beziehungen, sodass die „objektiven Beziehungen letztlich nur mittels des Systems der Dispositionen ihrer Träger“⁴⁸ dem Habitus existieren.

Der Habitus kann also zunächst als ein Dispositionssystem der sozialen Akteure aufgefasst werden, welches Handlungsmöglichkeiten präformiert aber nicht determiniert.

Entstanden ist er aus dem bereits oben angeführten erkenntnistheoretischen Dilemma, resultierend aus der Beobachtung, dass die Praxis kein bewusstes Befolgen von Regeln darstellt, es aber dennoch zu einer wahrnehmbaren regelmäßigen Strukturierung derselben kommt. Die sozialen Praxisformen können somit nicht rein spontan und willkürlich sein, vielmehr gehen nach Bourdieu diese Regelmäßigkeiten auf die Generierungs- und Anwendungsbedingungen des Habitus zurück,⁴⁹ der die Vermittlung zwischen objektiven Regelmäßigkeiten, also der gesellschaftlichen Struktur und den wahrnehmbaren Verhaltensformen, der gesellschaftlichen Praxis leistet. Der Habitus wird von Bourdieu als

⁴⁸BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970. S. 39–40.

⁴⁹Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 105.

„geometrischer Ort der Determinismen und Entscheidungen (déterminations), der kalkulierbaren Wahrscheinlichkeiten und erlebten Hoffnungen, der objektiven Zukunft und des subjektiven Entwurfs“⁵⁰

beschrieben. Als Vermittler zwischen sozialer Struktur und sozialer Praxis fungiert der Habitus als ein

„System der organischen oder mentalen Dispositionen und der unbewussten Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata“⁵¹,

welches die Erzeugung aller Gedanken, Wahrnehmungen und Handlung bedingt.⁵²

Der Habitus bedingt allerdings nicht die Praktiken selbst, sondern steckt vielmehr den Spielraum dafür ab, was an Praktiken für eine Person tatsächlich möglich und auch nicht möglich ist.⁵³ „Der Habitus ist ein System von Grenzen“.⁵⁴ Innerhalb dieser Grenzen ist das Verhalten der Akteure keineswegs jederzeit voraussagbar, stets ist die Möglichkeit für Variation und Innovation gegeben,⁵⁵ und auch von Nöten, denn in neuen Situationen, die sich von den ursprünglichen Erwerbsbedingungen des Habitus unterscheiden, ist es erforderlich, diesen kreativ in den veränderten Situationsbedingungen anzuwenden.⁵⁶ Dies ist vor allem in krisenhaften Situationen der Fall, in denen die zuvor unter divergierenden Bedingungen erworbene Habitusformen nicht mehr angemessen erscheinen, und auf soziale Ablehnung stoßen.⁵⁷ Also „wenn zwischen den Bedingungen der Aneignung und denen der Verwendung Diskordanz auftritt“⁵⁸.

⁵⁰ BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970, S. 40.

⁵¹ ebd.

⁵² Vgl. ebd.

⁵³ Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 69.

⁵⁴ BOURDIEU Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik und Kultur 1. Hamburg, 2005, S. 33.

⁵⁵ Vgl. ebd.

⁵⁶ Vgl. BOURDIEU Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 1987, S. 188.

⁵⁷ Vgl. HILLEBRANDT Mark/ LILGE Andrea: Über willkürliche Grenzen. In: HILLEBRANDT Mark, KRÜGER Paula, LILGE Andrea, STRUVE Karen (Hg.): Willkürliche Grenzen- Das Werk Pierre Bourdieus in interdisziplinärer Anwendung. Bielefeld, 2006. S. 14-15. u. BOURDIEU Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 1987. S.188.

⁵⁸ BOURDIEU Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 1987. S. 188.

Der Habitus beinhaltet aber darüber hinaus auch ein träges bewahrendes Element bezüglich der, die soziale Praxis generierenden Handlungs-, Denk-, und Wahrnehmungsmuster, das Bourdieu unter dem Hysteresis Effekt des Habitus subsumiert. Merkmale, die zu einem bestimmten Zeitpunkt unter bestimmten Bedingungen erworben wurden, können im Habitus überdauern, auch wenn sich die Bedingungen für die Akteure geändert haben.⁵⁹ Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang auch vom Don-Quichotte-Effekt⁶⁰, was das Dilemma des Festhaltens an überkommenen Vorstellungen oder Verhaltensmustern unter veränderten Bedingungen mit neuen Anforderungen, pointiert herausstreicht.

Der Hysteresis-Effekt kann auch in Bezug auf Tätigkeiten und deren gesellschaftlichen Einschätzung zum Tragen kommen, wenn sich die Zugangsbedingungen zu den Tätigkeiten (relativ) verändert haben, und dadurch andere Akteure die Tätigkeiten ausüben können. So kann eine durch materielle Zugangsbeschränkungen als elitär definierte Praxis, wie beispielsweise das Golfspiel, ihr exklusives Image durchaus in einem gewissen Grad bewahren, auch wenn die, zur Ausübung zu überwindende finanzielle Barriere abgesenkt wird. Ebenso können ursprünglich von unteren Schichten betriebene Aktivitäten ihre Charakterisierung als volkstümlich bewahren, wenn Sie in späterer Folge von Eliten betrieben werden.⁶¹

Für den Habitus-Begriff ist es von zentraler Bedeutung, tendenziell ähnlich zu handeln, insbesondere in der Art und Weise wie es ursprünglich, vor allem durch Nachahmung, gelernt wurde. Die einmal gelernten Handlungsmuster werden in ähnlichen Situationen abgerufen und dadurch habitualisiert und zur Gewohnheit.⁶²

Der Habitus ist somit determinierend und kreativ zugleich.⁶³

Bourdieu legte hierzu den Vergleich zur „generativen Grammatik“ von Noam Chomsky nahe, der zufolge ein kompetenter Sprecher zwar nur über ein begrenztes Arsenal an grammatikalischen Regeln verfügt, die sein Sprechen und schlussendlich

⁵⁹ Vgl. ebd. S. 187.

⁶⁰ Vgl. ebd. S. 188.

⁶¹ Vgl. ebd. S. 334.

⁶² Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 90.

⁶³ Vgl. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 87.

auch sein Denken prädeterninieren. Innerhalb dieses Systems von Regeln kann er aber zumindest potenziell unendlich viele Kombinationen bilden.⁶⁴

6.2.3. Die Kapital-Formen nach Bourdieu

So wie der Habitus eng mit der Praxis verbunden ist nachdem er diese generiert, ist die Struktur des Feldes eng mit dem darauf verfügbaren Kapitalformen verbunden (ohne dabei auf die Verbundenheit von Feld und Habitus zu vergessen). Die jeweiligen Felder gewinnen ihre spezifische Struktur über die Verfügbarkeit beziehungsweise Nichtverfügbarkeit der verschiedenen Kapitalformen, die nach Bourdieu auf einem erweiterten Kapitalbegriff fußen, der über den rein ökonomischen hinausgeht.⁶⁵

Die verschieden Kapitalformen (ökonomisches-, kulturelles-, soziales- sowie symbolisches Kapital) selbst stellen, um bei der Spielanalogie zu bleiben, einerseits mögliche Gewinne oder Profite dar, um welche die Akteure in den verschiedenen Feldern konkurrieren, andererseits werden die Kapitalien, sobald die Akteure über sie verfügen, Trümpfe in einem Kartenspiel gleich, eingesetzt um ihre (sozialen) Profitchancen zu erhöhen.⁶⁶

Bourdieu entwickelte seinen erweiterten Kapitalbegriff über die Kritik an einem wirtschaftstheoretischen Kapitalbegriff, der alle Formen des gesellschaftlichen Austausches auf den Warenaustausch reduziert und demzufolge alleine dieser rational auf das Ziel der Profitmaximierung ausgerichtet ist, während alle anderen Formen des sozialen Austausches somit zu uneigennütigen Handlungen erklärt werden. Damit wird verkannt, dass hierbei lediglich andere Interessen, Ziele und Gewinnmöglichkeiten angestrebt werden. Vor allem die symbolische Komponente von Handlungen wird damit vollkommen negiert.⁶⁷

⁶⁴Vgl. ebd. S. 87. u. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 70.

⁶⁵Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 84.

⁶⁶Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 86.

⁶⁷ Vgl. BOURDIEU Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik & Kultur 1. Hamburg, 2005, S. 50-51.

Bourdieu konstatiert zwar eine Dominanz des ökonomischen Feldes und Kapitals in ausdifferenzierten kapitalistischen Gesellschaften aber:

„Die Autonomisierung des ökonomischen Aspekts der Handlungen geht selbst in unseren Gesellschaften (und zumal in traditionellen Gesellschaften, die eine Freude an der Mehrdeutigkeit der Gesellschaftsformen haben) niemals so weit, das selbst die unmittelbar auf ökonomische Zwecke gerichtete Handlungen gänzlich von symbolischen Funktionen frei wären.“⁶⁸

Bourdieu strebte vielmehr eine umfassende Wissenschaft von einer Ökonomie der Praxisformen an, welche sich mit dem Kapital und dem möglichen Profit in allen gesellschaftlichen Erscheinungsformen befassen sollte.

Neben der allgemein geläufigsten Form, dem ökonomischen Kapital, welches die verschiedenen Formen des materiellen Reichtums darstellt (und in ausdifferenzierten Gesellschaften meist direkt in Geld umtauschbar ist), sind dies kulturelles, soziales sowie symbolisches Kapital.⁶⁹

Kulturelles Kapital lässt sich ebenso wie ökonomisches in Geld transformieren, allerdings in längeren Prozessen und über mehrere Transformationsstufen.

Am ehesten gelingt dies noch bei kulturellem Kapital im objektivierten Zustand. Bücher, Bilder oder andere Kunstgegenstände oder auch Maschinen und technische Geräte haben durchaus auch einen materiellen Wert, aber vor allem gesellschaftlich legitimierte künstlerische oder technische Gegenstände haben darüber hinaus einen hohen symbolischen Wert, der sich auch auf den Besitzer übertragen soll und der durch den rein materiellen Wert des Gegenstandes nicht erklärbar ist.⁷⁰

In seiner inkorporierten Form ist kulturelles Kapital weniger unmittelbar in ökonomisches Kapital transformierbar.

Mit inkorporiertem kulturellem Kapital ist jedes kulturelles Wissen gemeint, welches über Bildung im weitesten Sinn erworben werden kann. Durch Aneignung und

⁶⁸ BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970. S. 71.

⁶⁹ Vgl. ebd. S. 88.

⁷⁰ Vgl. ebd.

Verinnerlichung kann dieses Kapital zu einem Teil der Dispositionen des Habitus, und somit zu einem festen Bestandteil der es besitzenden Person werden.

Der Einsatz zum Erwerb von inkorporiertem kulturellem Kapital stellt hauptsächlich Zeit dar. Im Gegensatz zum ökonomischen Kapital ist hier eine Delegationsmöglichkeit nicht gegeben, niemand kann den Erwerb von inkorporiertem kulturellem Kapital für jemanden anderen übernehmen, genauso wenig ist es übertragbar. Bourdieu spricht hier von Personengebundenheit als Spezifikum.⁷¹

Als Drittes und letztes wird kulturelles Kapital bei Bourdieu in institutionalisierter Form angeführt. Hierbei handelt es sich um Bildungstitel wie sie von Schulen, Hochschulen oder Universitäten vergeben werden. Nachdem Bildungstitel mehr oder minder direkt über den weiteren Beruf entscheiden, ist kulturelles Kapital in seiner institutionell legitimierten Form wieder direkter in ökonomisches Kapital transformierbar.⁷² (Das kulturelle Wissen an und für sich wiegt hierbei weniger, als die institutionelle Legitimation, was sich an dem Ausschluss von Autodidakten zeigt, die nur in Ausnahmefällen in die engeren Kreise der institutionell sakrifzierten Kreise vordringen können.)

Soziales Kapital generiert sich aus den verschiedenen sozialen Netzwerken auf die ein Akteur im Bedarfsfall zurückgreifen kann. Bourdieu spricht hierbei von einem System des „gegenseitigen Kennens und Anerkennens“,⁷³ basierend auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe, welches jedoch durch Beziehungsarbeit aktualisiert oder ausgeweitet werden kann. Das dabei erworbene soziale Kapital dient nach erfolgreicher Akkumulation und entsprechendem strategischem Einsatz in weiterer Folge als Optimierer der Profitchancen bei der Reproduktion von ökonomischen und kulturellem Kapital.⁷⁴

Aufgrund seines auf Kennen und Anerkennung basierenden Charakters ist soziales Kapital sehr eng mit der letzten Kapitalform, dem symbolisches Kapital verbunden und existiert praktisch nur in Verbindung mit diesem.

⁷¹ Vgl. Ebd. S. 89.

⁷² Vgl. Ebd. S. 90.

⁷³ BOURDIEU Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik & Kultur 1. Hamburg, 2005, S. 63.

⁷⁴ Vgl. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 92.

Symbolisches Kapital, „gemeinhin als Prestige, Renommee usw. bezeichnet“⁷⁵ tritt generell nur in Verbindung mit anderen Kapitalformen auf die in ihrer

„spezifischen Effizienz noch gesteigert werden durch die des Symbolischen, d.h. durch die Autorität, deren Verbindlichkeit aus kollektiver Anerkennung und kollektiver Mandatsträgerschaft hervorgeht“⁷⁶

Das heißt, dass symbolisches Kapital auf die weiteren Kapitalformen als Zusatzfunktion oder Verstärker wirken kann, als anerkanntes ökonomisches und kulturelles Kapital.⁷⁷

Im Unterschied zum ökonomischen Kapital beruht die Logik der Distribution nicht auf Knappheit, sondern auf Anerkennung. Bourdieu beschreibt das symbolische Kapital in Analogie von Max Webers Religionssoziologie folgendermaßen:

„Das symbolische Kapital besteht aus einem beliebigen Merkmal, Körperschaft, Reichtum, Kampferprobtheit, das wie eine echte magische Kraft symbolische Wirkung entfaltet, sobald es von Akteuren wahrgenommen wird (...)“⁷⁸

⁷⁵ SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 92.

⁷⁶ BOURDIEU Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 1987. S. 396.

⁷⁷ Vgl. ebd. REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006, S. 192. u. SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995, S. 92.

⁷⁸ Vgl. BOURDIEU Pierre: Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt am Main, 1998, S. 173

6.3. Abriss Bedeutung der Theorie Bourdieus für das Feld der Writers Culture. Der Habitus als Störquelle im Kommunikationsfluss.

Die theoretischen Werkzeuge der Praxis, des Habitus sowie der Kapitalformen möchte ich im Folgenden in Form eines kurzen Abrisses auf das Feld der Writers Culture für die Analyse anwenden, welches wie jedes soziale Feld oder jeder soziale Raum eine Art Arena mit spezifischen Regeln bildet, innerhalb derer sich die beteiligten Akteure unter Einsatz verschiedener Kapitalformen in einem dynamischen Prozess um Positionen bewerben.

Wie lässt sich nun der theoretische Ansatz von Bourdieu für die Graffiti-Writer vorläufig grob fassen?

Das Eingangs erwähnte, hinter den individuellen Handlungen stehende Grundprinzip der Erhaltung beziehungsweise Vermehrung der (Familien-)Ehre, auf das bei den kabyliischen Gesellschaften die Strategien der Praxis ausgerichtet sind, wäre für das Feld der Writer durch Fame zu ersetzen, der für nahezu alle Akteure den entscheidenden Antrieb für ihre Aktionen im öffentlichen Raum liefert.⁷⁹ Fame ist hierbei in Anlehnung an das Starsystem der Popkultur zu sehen, in welchem das Kennen und Wiedererkennen von Persönlichkeiten massenmedial reguliert wird,⁸⁰ und das von den Writern um den Preis der Anonymität übernommen und transformiert wurde. Bourdieu schlägt zur Analyse der sozialen Felder einen erweiterten Kapitalbegriff jenseits des Ökonomischen vor. Dies betrifft soziales, kulturelles sowie symbolisches Kapital. Die Writer-Szene bietet sich in ihrer Grundstruktur für eine Analyse mit einem derart erweiterten Kapitalbegriff an. Keiner der Akteure, beziehungsweise nur sehr wenige schaffen es, oder halten es überhaupt für erstrebenswert in späterer Folge das im Feld erworbene spezifische kulturelle Kapital, und das daraus resultierende soziale und symbolische Kapital in ökonomisches umzuwandeln. Aber

⁷⁹ Vgl etwa: DEPPE Jürgen/Odem: Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin, 2008, S. 307.

⁸⁰ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 47-48.

für nahezu alle Akteure ist die Tätigkeit ursprünglich nicht auf die Akkumulation von ökonomischen Kapital ausgerichtet.⁸¹

Im Gegenteil, das Sprayen stellt eine kostenintensive Tätigkeit dar, bei der man sich darüber hinaus der Gefahr von Delinquenz aussetzt und damit rechnen muss, dass das Produkt der Tätigkeit innerhalb kürzester Zeit vernichtet wird. Wozu also der ganze Einsatz?

Es geht den Akteuren primär um den Erwerb von Fame innerhalb einer spezifischen Ökonomie des Prestiges, welcher über die Verbreitung des Alias-Namens im öffentlichen Raum erworben werden kann, und zunächst eine rein symbolische Kapitalform darstellt, welche aber unmittelbar soziales Kapital in Form von Anerkennung und Respekt für den Writer mit sich bringt.⁸²

Diese Akkumulation von Fame vollzieht sich entsprechend der Logik des Feldes, unter Einsatz von spezifischem kulturellem Kapital, welches durch das Beherrschen der verschiedenen Techniken und des Writings, die Regeln ihrer Handhabung im öffentlichen Raum, und die Kenntnis der Traditionen der Bewegung repräsentiert wird. Bei dieser Akkumulation von Fame verhalten sich die Akteure wie die von Bourdieu beschriebenen Kombattanten einer sozialen Arena, innerhalb derer sie mittels Graffiti-Writing nach einer Maximierung des symbolischen Kapitals, also Fame und den damit verbundenen (Macht-)Positionen in ihrem Feld kämpfen. Die Tags, Throw-ups und Pieces sind symbolische Mitteilungen an die restlichen Akteure im Feld, Herausforderungen mittels derer man Anerkennung und die damit verbundenen privilegierten Positionen fordert.

Das Verständnis um Logik des Feldes beziehungsweise eine mehr oder minder vorhandene Vertrautheit mit dessen Regeln, stellt die Voraussetzung dar, an der im Kapitel 6.1 erläuterten Signalübertragung zwischen Nachrichtenquelle und Nachrichtenziel unmittelbar teilhaben zu können, und um die Information entsprechend decodieren zu können.

⁸¹ Vgl. MACDONALD Nancy: *The Graffiti Subculture. Youth, Masculinity and Identity in London and New York*. New York, 2001, S. 92.

⁸² Vgl. AUSTIN Joe: *Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City*. New York, 2001, S. 47-48.

Was uns zurückführt zu der von Shanonn/Weaver eingebrachten Störquelle zwischen Sender und Empfänger, für die ich in dieser Arbeit als eine Art Synthese zwischen der Theorie Bourdieus und dem Kommunikationsmodell den Habitus als intervenierende Variabel vorschlagen möchte, der als eben jenes

„System der organischen oder mentalen Dispositionen und der unbewussten Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata“⁸³

zwischen die Kommunikationsteilnehmer gelagert ist.

Die habituellen Konzepte der Akteure beider Seiten bedingen hierbei lediglich, ob das Signal entsprechend der Logik des Feldes decodiert werden kann. Auch mit den Regeln des Feldes Nichtvertraute interpretieren und decodieren das Signal, die Decodierung resultiert, entsprechend ihrer habituell erlernten und eingprägten Dispositionen, in mitunter sehr Unterschiedlichen Interpretations- und Sichtweisen des ausgesendeten Signals, also den Produkten der Writer.

Mehr zu den szenespezifischen Regeln und Praxisformen sowie den Zielen der Writer findet sich im Kapitel 10. bis 10.1.

Die Analyse des Feldes soll hierbei allerdings zu einer Zustandsbeschreibung verkümmern, indem sie die historischen und gesellschaftlichen Bedingungen auslässt, welche die Entstehung eines spezifisch konnotierten Feldes erst ermöglichen. Dies wären im Falle von Graffiti Writing unter anderem, die von sozialem Abstieg im Zuge der postindustrialisierten Umstrukturierungsprozesse beeinflussten Lebensbedingungen, der tendenziell vom gesellschaftlichen Aufstieg ausgeschlossenen ethnischen Gruppen der Hispanics und Afroamerikaner des New Yorks der späten Sechziger. Aufstieg war für Jugendliche der marginalisierten hispanischen und afroamerikanischen Gemeinschaften unmittelbar durch aggressives Verhalten in Gangs möglich, diese Praxisformen haben sich in Abwandlung auch auf die Writers Culture übertragen. (Siehe Unterkapitel 10.2.)

⁸³ BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970, S. 40.

Die klassenspezifischen Aspekte der Habitusformen, die immer auch Aspekte der Distinktion, der Unterscheidbarkeit zu anderen Klassen beinhalten, und sich auch oder gerade am Geschmack und Kunstsinn äußern, lassen sich gut am Aufeinanderprallen der Writers Culture, tendenziell wenigstens ursprünglich eine Kultur der Unterschichten, mit der des etablierten künstlerischen Feldes, also jenem der dominanten Schicht, dokumentieren, die den zweiten Teil der Arbeit bildet.

Beispielhaft hierfür wäre etwa die Bewertung von Jean-Michel Basquiats Kunst, anlässlich der ersten Großen Gruppenausstellung von Graffiti Künstlern in New York, als Synthese aus schwarzer und weißer Kultur, aus „low und high“. Mit den Transformationen und Abgrenzungen zwischen etablierter Kunstwelt und den Writern, befassen sich die Kapitel 11 bis 11.2.

7. Untersuchungsdesign

Die grundlegende Methode dieser Arbeit stellt eine systematische Ausarbeitung von bereits vorhandener Forschung und Literatur zu Graffiti Writing unter den speziellen Aspekten von Prestige und Wettbewerb dar, bei der, soweit verfügbar und relevant, sämtliche deutsch- und englischsprachige Literatur mit wissenschaftlichen Anspruch ab 1972 berücksichtigt wurde.

In einer ersten Orientierungsphase wurde mittels einer allgemeinen Literaturrecherche zu Graffiti Writing das Themengebiet eingegrenzt und die zur Hypothesenbildung notwendigen Grundvoraussetzungen geschaffen. Zusätzlich wurde der theoretische Rahmen erarbeitet und die Anwendbarkeit auf die gewählte Thematik überprüft. Das ursprüngliche Vorhaben einer Datenerhebung mittels qualitativer Experteninterviews erwies sich in dieser Phase aufgrund der bereits vorhanden Forschung zu der Thematik als nicht mehr zielführend.

In der zweiten Phase der Datenerhebung fand dann eine eingehende systematische nationale und internationale Literaturrecherche statt, unter Berücksichtigung von Datenbanken zu wissenschaftlichen Arbeiten sowie Onlinemedien.

Unter Berücksichtigung des Theoretischen Unterbaus wurde das Datenmaterial in Hinblick auf die Hypothesen sowie den dazugehörigen Fragestellungen ausgewertet. Aufgrund des speziellen Zuschnitts der praxeologischen Theorie habe ich bei der Herleitung des Writing-Begriffes weitgehend auf deren Implementierung verzichtet, nachdem die inoffiziellen Mitteilungen von der Antike bis zur Neuzeit weder von einer kulturell fassbaren Gruppe hergestellt wurden, noch als eine Kapitalform innerhalb einer Prestigeökonomie aufgefasst werden können.

8. Ein- und Abgrenzung des Feldes sowie der Begrifflichkeiten

“Hope you brought your dictionary with ya, cause if you get the words then you get the picture”

Nine Double M⁸⁴

Der in dieser Arbeit verwendete Begriff der Writers Culture ist nicht gleichzusetzen mit dem im öffentlichen und medialen Diskurs inflationär verwendeten Graffiti-Begriff, und ist trotz Überschneidung von dem, etwa seit 2000 kursierendem Street Art Begriff abzugrenzen.⁸⁵ Graffiti als Begriff stellt einerseits eine (mediale) Fremdzuschreibung für die geschriebenen oder gesprayten Namenszüge der in der Tradition der New Yorker Graffiti Writer stehenden globalen Jugendkultur dar, meint aber auch eine geschichtlich und gesellschaftlich viel weiter gefasste Thematik, die sämtliche unaufgeforderte meist anonyme Inschriften und Bildnisse im öffentlichen Raum beinhaltet⁸⁶. Aufgrund dieser begrifflichen Unschärfe sollen die folgenden Kapitel eine Klärung der in dieser Arbeit verwendeten Begriffe liefern, sowie das zu untersuchende Feld klar abgrenzen und definieren.

8.1. Verkürzungen und Überdehnungen

Bei der Beschäftigung mit dem Begriff Graffiti stößt man immer wieder auf sehr weit verbreitete Missverständnisse. Einerseits wird er dem medialen Diskurs entsprechend ausschließlich auf die gesprühten Produkte der Graffiti Writer angewendet, andererseits wird er in seiner Bedeutung ausgedehnt, sei es aus Sympathie gegenüber einer als progressiv aufgefassten Jugendbewegung, oder einfach um dem behandelten Thema eine tiefere historische und somit wissenschaftlich bedeutsamere Dimension und Kontinuität anzuheften.

⁸⁴ Uncivilized, Cloud 9, 1996.

⁸⁵ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 9 u. 13.

⁸⁶ Vgl. OLBRICH Harald (Hrsg.): Lexikon der Kunst. Architektur, bildende Kunst, angewandte Kunst, Industrieformgestaltung, Kunsttheorie. Bd. 2, Leipzig, 1989, S. 830. u. SIEGL Norbert: Definition des Begriffs Graffiti. In: ifg-Institut für Graffiti-Forschung. Bearbeitungsstand: 5. Jänner 2009. www.graffitieuropa.org/definition.htm (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

Die übersteigerten Deutungen betreffend, trifft man häufig auf die Anwendung des Begriffs auf alle historischen Wandinschriften, von den Höhlenmalereien hin zu den ägyptischen Hieroglyphen⁸⁷. Beat Suter geht in der Einleitung zu „*Graffiti: Rebellion der Zeichen*“ sogar soweit, die Kratzspuren des Höhlenbären als Graffiti einzustufen, nach deren Vorbild der Mensch seine Bearbeitung der Höhlenwände ausführte.⁸⁸

Vergessen wird bei solchen Kategorisierungen, dass es sich bei Höhlenzeichnungen sowie den Inschriften der Ägypter um offizielle für eine Gemeinschaft beziehungsweise eine Elite verfasste Zeichen und Schriften handelte. Inoffizielle unaufgeforderte Inschriften und Höhlenzeichnungen mag es auch gegeben haben, die historischen Wandinschriften in ihrer Gesamtheit als Graffiti zu bezeichnen führt jedoch weit über das Ziel hinaus. Keiner der diesbezüglich argumentierenden Autoren setzt alle, der heutigen an Wänden befindlichen Texte und Bilder wie Werbeplakate, Warn- und Verbotsschilder oder öffentliche Kundmachungen mit Graffiti gleich, und das aus gutem Grund: weil sich die sozialen Bedingungen unter denen ihre Anbringung geschieht, grundlegend von offiziellen Schriften, Bildern und Symbolen unterscheiden.

8.2. Historische Dimensionen des Graffiti Begriffs

Um weder der überbordenden noch der eingeschränkten Verwendung des Begriffs Graffiti anheim zu fallen, gilt es zunächst einmal seinen Wurzeln auf den Grund zu gehen.

⁸⁷ etwa bei MATZINGER Gabriele: Der Performer aus der Dose. Die Graffitikultur am Wendepunkt, Wien, Univ., Diss., 2003.

⁸⁸ Vgl.: SUTER Beat: *Graffiti: Rebellion der Zeichen*. Frankfurt am Main 1994, S.9.

8.2.1. Etymologische Wurzeln

Graffiti stellt die Pluralform des italienischen Wortes Graffito (Schraffierung)⁸⁹ dar, das sich vom lateinischen Verb graphire ableitet, welches wiederum auf das griechischen Verb graphein (schreiben)⁹⁰ zurückgeht. Mit dem lateinischen graphire ist das Schreiben oder Zeichnen mit einem graphium, einem Schreibgriffel aus Eisen oder Bronze, gemeint.⁹¹

Die erste bekannte Erwähnung des Begriffs sgraffito geht auf das Jahr 1564 zurück, in deren Zusammenhang die auch noch heute verwendete Bedeutung des Begriffs erläutert wird; Es handelt sich um eine spezielle Verputztechnik zur Dekoration von Fassaden, bei der in eine, noch feuchte helle Putzschicht geritzt wird, um eine darunter liegende dunklere Putzschicht freizulegen.⁹²

Für diese, besonders im 16. Jahrhundert in Italien und in den Alpenländern verbreitete Technik kann auch heute noch der Begriff Graffito als Kunstwissenschaftlicher Terminus Technicus synonym verwendet werden.⁹³



Abb. 9 Sgraffito. Die Regulierung der Wien. Wien 2009.

⁸⁹ OLBRICH Harald (Hrsg.): Lexikon der Kunst. Architektur, bildende Kunst, angewandte Kunst, Industriearchitektur, Kunsttheorie. Bd. 2, Leipzig, 1989, S. 830.

⁹⁰ Vgl. SCWEIKHART Gunther: Sgraffito-Graffiti: Über Putz und Schmutz auf den Wänden. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989, S. 129

⁹¹ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. Augsburg 1990, S. 5.

⁹² Vgl. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. Augsburg 1990, S. 5., Duden, Das Fremdwörterbuch. Mannheim 1997, S. 742-743.

⁹³ Vgl. SCWEIKHART Gunther: Sgraffito-Graffiti: Über Putz und Schmutz auf den Wänden. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989, S.129. u. OLBRICH Harald (Hrsg.): Lexikon der Kunst. Architektur, bildende Kunst, angewandte Kunst, Industriearchitektur, Kunsttheorie. Leipzig, 1994, S. 638.

8.2.2. Die Erweiterung des Begriffs

Soweit die ursprüngliche Bedeutung von Graffito und sein Hineinreichen in die Gegenwart. Seine erweiterte Bedeutung – die für diese Arbeit wesentlichere – erfuhr Graffito im Laufe des neunzehnten Jahrhunderts. Ab 1850 wurden damit in der Archäologie und Altertumsforschung inoffiziell und unaufgefordert angebrachte gekratzte Mitteilungen bezeichnet.⁹⁴

In Abgrenzung zu den offiziellen Inschriften auf antiken Monumenten, wurden mit dem Begriff Graffiti bald alle inoffiziellen Zeichnungen und Inschriften, also auch gemalte oder gezeichnete, beschrieben. Die sozialen Bedingungen der Anbringung, also das Inoffizielle, überlagerte die technische Komponente des Einkratzens mit dem der Begriff bis dahin verbunden war.⁹⁵

Ausschlaggebend war das aufkommende Interesse an der Altertumsforschung in der Zeit des Klassizismus im Allgemeinen und an den Ausgrabungen in Pompeji im Speziellen.

In Pompeji, einer um 79 nach Christus von einem Vulkanausbruch verschütteten und dadurch konservierten römischen Stadt, waren eine Vielzahl von solchen unversehrten, in den Putz der Häuser gekratzten Inschriften zutage getreten, die für gewöhnlich die Jahrhunderte nicht überdauerten, und lieferten detaillierte Einblicke in das Alltagsleben der römischen Bürger in Form einer durch die Vulkankatastrophe eingefrorenen Momentaufnahme.

Es zeigte sich auch, wie lange das unaufgeforderte, anonyme Beschreiben von fremden Wänden schon ein Teil der menschlichen Kultur darstellt, und in welchem Ausmaß die Römer dieser Beschäftigung nachgingen: Kaum ein Haus war ohne Beschriftung. Die Graffiti der Römer waren also nicht auf spezifische, sozial benachteiligte Gebiete beschränkt, ebenso wenig stellten sie ein warnendes Zeichen

⁹⁴ Vgl. ebd. u. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. Augsburg, 1990, S. 5.

⁹⁵ Vgl. SCHWEIKHART Gunter: Über Putz und Schmutz an den Wänden. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln. 1989. S.131.

für den bevorstehenden beziehungsweise drohenden sozialen Abstieg eines Viertels dar.⁹⁶

Die Inschriften von Pompeji waren schon lange frei gelegt, ehe ein öffentliches Interesse im 18. und 19. Jahrhundert entstand. Entsprechend der Verherrlichung aller antiker Kultur wurden auch die Graffiti anfänglich wohlwollend als eine, im positiven Sinne unkultivierte, dem reinen menschlichen Schöpfungsgeist entspringende, Kunstform aufgefasst.⁹⁷

Bereits Ende des 19. Jahrhunderts begann die Einstellung zu Graffiti zunehmend negative Konnotationen aufzuweisen, die Hochzeit des Klassizismus und der Romantik als Stilepochen war vorüber, und der mit ihr verbundene Humanismus, der eine Beschäftigung mit den Ausdrucksformen der „niederen Schichten“ erlaubte, wurde von einer Rückbesinnung auf die „wahren“ Künste überlagert.⁹⁸

Graffiti erhielten jenes negative Image, das sich bis heute als die vorrangige gesellschaftliche Einstellung dazu erhalten hat, welche wiederum natürlich auch ein soziales Unterscheidungs- und Wertungsmerkmal widerspiegelt, im Sinne einer Distinktion und Legitimation von etablierter und nicht etablierter Kunst, von Akademikern und Autodidakten, von hoch und nieder.

Gerade diese Zuschreibung, als eine rohe von den kanonisierten Künsten unverbrähmte Ausdrucksweise, machte Graffiti-Writing für die Sphäre der etablierten Kunst auch immer wieder interessant, auf das spezielle Verhältnis zwischen Hochkultur und Graffiti wird im zweiten Teil dieser Arbeit noch näher eingegangen werden.

Der Graffiti-Forscher Robert Reisner brachte die Bezeichnung Graffiti schließlich in das Englische, indem er diesen Begriff in seinem 1967 erschienenen Buch „selected scrawls from bathroom walls“ auf Toiletteninschriften anwandte. Sowohl sein Untersuchungsgegenstand, als auch die Benutzung des Begriffs erregten ausreichendes öffentliches Aufsehen, um Graffiti als neues Wort von Reader's Digest

⁹⁶ Vgl. SCWEIKHART Gunther: Sgraffito-Graffiti: Über Putz und Schmutz auf den Wänden, In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989, S. 121-122. u. WEEBER Karl Wilhelm: Decius war hier... Das Beste aus der römischen Graffiti-Szene. Düsseldorf, 2003, S. 11.

⁹⁷ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 26-27.

⁹⁸ Ebd.

in das monatlich erscheinendes Verzeichnis der aktuellen Wörter eingehen zu lassen, und ihm somit seine institutionell-linguistische Weihe auch außerhalb der Altertumsforschung zukommen zu lassen.⁹⁹

1971 brachte Reisner ein weiteres Buch unter den Titel „Graffiti – two thousand years of wall writing“ heraus durch das die Bedeutung des Begriffs Graffiti auf illegal angebrachte, vorwiegend subkulturelle Inschriften und Aufschriften im öffentlichen Raum ausgeweitet wurde.¹⁰⁰

Diese Bedeutung des Begriffs ist die bis heute gültige, und dieser Interpretation des Graffiti- Begriffes möchte ich in dieser Arbeit folgen, weil er durch die Miteinbeziehung der sozialen Bedingungen, der Anbringung ein entscheidendes Abgrenzungsmerkmal zu anderen Schriften und Bildern des öffentlichen Raumes liefert, das sich darüber hinaus durch das Moment der Anonymität angereichert, auch wesentlich auf Stil und Inhalt auswirkt.

8.3. Graffiti Writing

Die im vorangegangenen Kapitel angeführte Definition des Graffiti-Begriffes Reisners, wurde für das in etwa zeitgleich in New York neu aufkommende Kulturphänomen des Graffiti Writings übernommen.

Graffiti Writing bezieht sich lediglich auf einen Teilaspekt des Graffiti-Komplexes, nämlich die mehr oder minder aufwendig gestalteten Namenszüge in der Tradition der NY Writer. Zentral beim Writing ist der Name und dessen Verbreitung, durch Quantität, Qualität oder möglichst auffällige Platzierung.

Mittlerweile wird Graffiti auch als Synonym für die Produkte der Writers, also den mittels Markern oder Spraydosen angebrachten Namenszügen verwendet, was aber

⁹⁹ Vgl. ECKER Harald: Graffiti in modernen Gesellschaften. In: HAINZL Manfred (Hrsg.): Zeichen an der Wand. Höhlenmalerei – Felsbilder – Graffiti. Katalog der Sonderausstellung 2004. Lebensspuren – Museum, Wels, 2004. S. 42.

¹⁰⁰ Vgl. VAN TREECK Bernhard: Writer Lexikon: American Graffiti. Moers, 1995, S. 103.

einerseits von vielen Akteuren abgelehnt wurde und wird, die sich selbst als Writer oder Painter bezeichnen,¹⁰¹ und andererseits zu den bereits besprochenen begrifflichen Unschärfen und Missverständnissen führt. Um eine Abgrenzung zu den Toiletteninschriften, spontanen Sprüchen, Gefängnisgraffitis, also allen weiteren möglichen Erscheinungsformen von Graffiti vorzunehmen, werde ich den Begriff Graffiti Writing und seine Abwandlungen verwenden, wenn von den typischen Namenszügen in den verschiedensten Ausformungen die Rede ist.

8.4. Street Art

Street Art als eigenständig wahrgenommenes Kulturphänomen stellt eine wesentlich jüngere Form des visuellen Eingreifens in den öffentlichen Raum dar, und lässt sich lose als alle Kunst im öffentlichen Raum nach den oben genannten sozialen Kriterien der Anbringung (Anonymität, Illegalität usw.) definieren, welche nicht den klassischen Anforderungen der Writers Culture entspricht, also die sich nicht zentral mit der Ausformung und Verbreitung des Pseudonyms beschäftigt,¹⁰² die aber ihre Wurzeln in der Graffiti Writer-Bewegung hat, wie sie in den Siebzigern in New York und anderen amerikanischen Städten entstanden ist.¹⁰³

Dies ist eine sehr weitreichende Definition, zu der man vielleicht noch ein Element der zumindest nicht unmittelbaren kommerziellen Motivation anfügen sollte, denn auch Plakatifirmen bringen ihre Produkte mitunter illegal an, wie der Fall des Wiener Plakatkrieges, im Zuge dessen sich die GEWISTA mittels ihres Marktmonopols gegen wildplakatierende Mitbewerber durchzusetzen suchte, deutlich macht.¹⁰⁴ Ebenso arbeiten vor allem kleine oder speziell auf Jugendliche ausgerichtete Marken

¹⁰¹ Vgl. VAN TRECK Bernhard: Pochoir: die Kunst des Schablonen-Graffiti. Berlin, 2000, S.35.

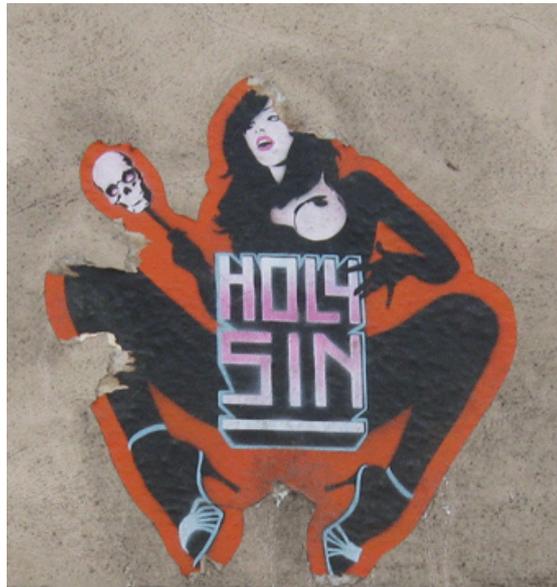
¹⁰² Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 23.

¹⁰³ Vgl. ebd. S. 15.

¹⁰⁴ Vgl. WURMDOBLER Christopher: Die Kleisterstadt. In: Falter. Die Stadtzeitung. Wien, 12. Dezember 2007. <http://www.falter.at/web/print/detail.php?id=608> (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

mit Elementen des Guerilla Marketings, die Street Art bewusst ähnelt und somit versucht das symbolische Kapital der Szene auf die Marke zu übertragen.¹⁰⁵

Typisch für Street Art sind Arbeiten mit Schablonen, Poster und Sticker, oder mit den klassischen Werkzeugen der bildenden Kunst angefertigte Bilder, ebenso aber auch das Arbeiten mit Sprühdosen wie beim Writing, die seit Mitte der Neunziger, ausgehend von Zentren wie Barcelona, London und Paris in Europa sowie New York und Los Angeles in den Vereinigten Staaten, eine stetig steigende Präsenz in den Straßen der Metropolen der Welt verzeichnen,¹⁰⁶ jedoch im Vergleich zu den Formen



des klassischen Graffiti Writings im öffentlichen Raum ein weitaus weniger präsenten Phänomen darstellen.

Die Entstehung des Begriffes Street Art reicht bis in die Siebziger zurück, also viel weiter, als Formierung als eigenständige urbane Ausdrucksweise neben Graffiti Writing, und bereits damals wurde es als ein Merkmal der Differenz gegenüber Graffiti Writing und dessen negativem Image als Vandalismus eingesetzt. Diese Differenzierung beinhaltete auch eine soziale Abgrenzung: „If you had a degree, you did „street art“ as opposed to graffiti.“¹⁰⁷

¹⁰⁵ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 157-158.

¹⁰⁶ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 9.

¹⁰⁷ FECKER John im Interview mit LEWISON Cedar. In: LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 18.

Street Art stellt eine weitergehende Annäherung an etablierte Kunstformen dar als dies bei Graffiti Writing der Fall ist, steht aber in dessen Tradition. Man kann nach Bourdieu von einer Veränderung der Regeln im Feld des Graffiti sprechen, um die eigenen Fähigkeiten mit maximalem Gewinn einzubringen.¹⁰⁸

Ablesbar ist dieser Verteilungskampf um den öffentlichen Raum als Arena einer illegalen Ökonomie etwa an dem Transformationsprozess zur Etablierung von Street Art als eigenständige Ausdrucksform, neben Graffiti Writing.



Abb.11 Street Art von BLU und JR. Berlin. 2009.

8.5. Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Graffiti ein weitaus älteres und weiteres Kulturphänomen darstellt, als dies im allgemeinen Bewusstsein verankert ist, und als dies der allgemeine Sprachgebrauch vermuten lässt.

¹⁰⁸ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 63.

Die reichen historischen Quellen aus Pompeji legen deutlich Zeugnis darüber ab, dass Graffiti nach der Definition, die sämtliche unaufgeforderte meist anonyme Inschriften und Bildnisse im öffentlichen Raum beinhaltet, lange praktiziert wurde, ehe im New York der späten Sechziger und frühen Siebziger eine eigenständige Jugendkultur der Graffiti Writer, als Sonderform des Graffiti im Allgemeinen entstand, die sich bis heute explizit mit der Verbreitung des (Alias-)Namens beschäftigt.

9. Entstehung und Entwicklung des Graffiti Writing und die Rolle der Medien

Es ist nicht Ziel und Zweck dieser Arbeit eine umfassende Darstellung der Geschichte des Writings zu liefern, vielmehr geht es darum, ein grobes Bild dessen zu liefern, wie diese neue Ausdrucksform historisch entstand und sich weiterentwickelte. Auf einzelne Protagonisten der Bewegung wird dabei weniger eingegangen, als auf den Entwicklungsprozess von einfachen Schriftzügen hin zu immer komplexeren Formen, sowie auf die sozialen Dynamiken in diesem Prozess. Nicht vergessen werden darf die Rolle der Massenmedien, die bei der Entstehung und Verbreitung des Writings als Medium zur Selbstvermarktung eine entscheidende Verstärkerrolle einnahmen.

9.1. Vom Funken zum Lauffeuer.

Die Geburtstunde des Graffiti-Writings 1965–1975

Der exakte Ort und Zeitpunkt der Entstehung von Graffiti Writing lässt sich tatsächlich schwerer fassen, als dies zunächst von mir angenommen wurde. Viele Quellen führen TAKI 183 als Pionier an, ein New Yorker Botenjunge mit griechischen Wurzeln, der auf seinen Routen die Stadt mit seinem Pseudonym, eine Verbindung aus seinem Spitznamen und dem Straßencode seiner Wohnstraße, übersäte. Es werden aber auch andere Protagonisten und Städte genannt.

Tatsächlich ist der Begriff Graffiti in Verbindung mit Writing bereits Mitte der Sechziger in Philadelphia in Verwendung gekommen, als dort zwei jungen Männer begannen, in der gesamte Stadt mit ihren Pseudonymen – CORNBREAD und COOL EARL – zu verbreiten, nicht zuletzt um damit beim anderen Geschlecht Eindruck zu machen.¹⁰⁹ Also im gewissen Sinne ihr symbolisches Kapital im freien Spiel der

¹⁰⁹ Vgl. LYKKENBERG Toke: Graffiti & Street Art – Zeitgenossen zeitgenössischer Kunst. In: REIKING Rik: STILL ON AND NON THE WISER an exhibition with selected urban artists.

sexuellen Anziehungskräfte zu erhöhen. Während sich diese Strategie für Darryl McCray alias CORNBREAD nur bedingt bezahlt machte, fuhr er doch fort in ganz Philadelphia seinen Namen anzubringen, und erlangte damit einen gewissen Grad an Bekanntheit. Nicht zuletzt durch zahlreiche Berichte in diversen Medien, die sich für die Identität des mysteriösen CORNBREAD zu interessieren begannen.¹¹⁰

Es entwickelte sich ein Wechselspiel zwischen den Medien und dem anonymen Sprayer, infolge dessen CORNBREAD teilweise auf publizistischen Zuruf hin an den ausgefallensten Orten seine Signatur hinterließ.

Es zeigt sich, dass der Faktor der sozialen Aufmerksamkeit und Anerkennung bereits von Anfang an zentral für das Graffiti Writing war, noch bevor es als Bewegung überhaupt entstanden war. Darryl CORNBREAD McCrai dazu: „graffiti art was a way to gain fame in a nonviolent way“.¹¹¹

Damit war die Geburtsstunde des Tags, der Urform allen Writings eingeläutet, sowie dessen soziale Grundlage, nämlich der damit zu erreichende bzw. antizipierte Ruhm/Fame, festgelegt, und es sollte nicht lange dauern ehe dieser erste kleine Funke hundert Meilen weiter nördlich in New York sich zu einem, das Gesicht der Stadt grundlegend verändernden, Flächenbrand ausweiten sollte.

Graffiti, welche bereits vor 1965 im Straßenbild der U.S. amerikanischen Metropolen eine gewisse Präsenz hatten und aus Filmen wie West Side Story bekannt sind, waren hauptsächlich auf die Aktivitäten von Straßengangs beschränkt. Ganggraffiti kommt zwar eine gewissen Vorreiterrolle bei der Entstehung des Writings zugute, ist aber in allem darüber hinaus als ein gesondertes Kulturphänomen mit eigener Geschichte, Tradition¹¹² und nicht zuletzt mit gesonderten Funktion zu betrachten. Sie markieren Territorien und warnen (feindliche Gangmitglieder) vor dem überschreiten der territorialen Grenzen, während ästhetische Überlegungen in den

Mainaschaff, 2008, S. 29.

¹¹⁰ Vgl. Interview von CANO David mit MC CRAY Darryl. In: CANO David: Cornbread- the first true Graffitiwriter. Bearbeitungsstand:19. Dezember 2007.

www.ukhh.com/elements/graffiti/cornbread/index.html (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

¹¹¹ CHALAT Alexandra: What´s in a name?. In: South Philly News. 4. Oktober 2007.

www.southphillyreview.com/view_article.php?id=6151 (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

¹¹² Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 31.

Hintergrund treten.¹¹³ Darüber hinaus beschränken sie sich lokal auf die Territorien der jeweiligen Gang.¹¹⁴

Viele spätere Writer der Siebziger standen im Sold von Gangs, die sie für das Verbreiten des Gangnamens mittels Graffiti mit Schutz (sozialem Kapital) oder Geld (ökonomischen Kapital) entlohnten¹¹⁵, spätestens seit Beginn der Siebziger wird das Tagging aber zu einem eindeutig eigenständig identifizierbaren und vor allem massenhaften Phänomen welches die Grenzen der sozialen „Problemzonen“ der Straßengangs überwindet und sich in gesamt New York zu verbreiten beginnt.¹¹⁶

Sobald sich die Tags aus der direkten Assoziation mit Straßen-Gangs lösten und die gesellschaftlichen Randbezirke verließen, um auch in den übrigen Stadtbezirken gehäuft aufzutauchen, begannen sich auch die Medien für das neue Phänomen zu interessieren. Der Eingangs erwähnte TAKI 183 mag nicht der erste Writer gewesen sein, aber er war der erste „Medienstar“ der noch im entstehen begriffenen New Yorker Writerszene. Ein Artikel in der New York Times vom 21. Juni 1971 über ihn,¹¹⁷ und die bisher unbekanntes Signaturen und Zeichen die er und seine Mitstreiter in der Stadt hinterließen, katapultierte ihn in ein unerwartetes Rampenlicht der Öffentlichkeit, und beschleunigten die Ausbreitung und Verbreitung des Writings noch zusätzlich.¹¹⁸

Es zeigte sich, wie bereits zuvor in Philadelphia, dass diese neue Tätigkeit den Akteuren eine breite Aufmerksamkeit, und damit Respekt und Anerkennung, also symbolisches Kapital einbringen konnte, dessen Wirkungsgrad über den eigenen sozialen Mikrokosmos hinauszustrahlen vermochte.

In dieser Zeit entwickelte die Writer-Kultur das für sie typische Fame-Konzept, welches sich eng gekoppelt an die Vorstellungen über die Funktionsweisen des Starkultes durch Repräsentanz eines Namens im öffentlichen und medialen Raum

¹¹³ Vgl. ALONSO Alex: Urban Graffiti on the City Landscape. Paper anl. Western Graduate Geography Conference, San Diego, 2004, S. 18.

¹¹⁴ Ebd. S. 14.

¹¹⁵ Vgl. RENECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007. S. 21.

¹¹⁶ Vgl. AUSTIN Joe: Knowing their place. Local Knowledge, Social Prestige and the Writing Formation in New York City. In: AUSTIN Joe/ WILLARD Michael: Generations of youth: youth cultures and history in twentieth-century America. New York, 1998, S. 242.

¹¹⁷ In: FORMAN Murray/NEAL Mark Anthony (Hrsg.) That's the Joint! The Hip-Hop Studies Reader. New York, 2004, S. 21.

¹¹⁸ Vgl. RENECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 20.

herausbildete, und damit ein Bekanntsein in der Öffentlichkeit anstrebt. Während sich die lokalen nachbarschaftlichen Mechanismen des Status über Formen des Kennen und Anerkennens primär über die Distribution von sozialen Kapital konstituierten, wurde durch die Ausweitung des Aktionsgebietes dieses zunehmend auf die symbolischere Ebene des Fames gebracht, für das keine direkten sozialen Bindungen zwischen Produzent und Publikum mehr vonnöten waren.¹¹⁹

In der Entstehungsphase des Writings war es noch ausreichend, ausschließlich mit Quantität zu arbeiten, um eine gewisse Aufmerksamkeit zu erreichen und seinen Namen bekannt zu machen. Ab dem Zeitpunkt, als die Tags befeuert von der medialen Aufmerksamkeit massenhaft in New York Verbreitung fanden, wurde es durch die Dynamiken des Fame-Konzepts, welches wie das Starprinzip auf einem Prinzip der Knappheit beruht, immer wichtiger einen eigenen Stil bei der Gestaltung der Namenszüge zu finden und diese immer großflächiger und ausdifferenzierter zu gestalten,¹²⁰ um sich von der Masse der Mitbewerber abzuheben.

Viele Writer wechselten vom Marker zur Spraydose, die ein schnelleres und flächigeres Arbeiten erlaubte, die einfachen Tags die nun nicht mehr zwangsläufig aus Spitznamen und Straßencode bestehen mussten, wurden zu mehrfarbigen Pieces weiterentwickelt.¹²¹

Diese Evolution vollzog sich innerhalb weniger Jahre in einem stark wettkampforientierten Klima und bereits 1976 fuhren die ersten Whole Trains, also komplett bemalte Züge von Viertel zu Viertel,¹²² und es hatten sich die grundlegenden Stilelemente (3D-Stil, Bubble- und Wildstyle¹²³) herausgebildet. Hinzu kamen noch Characters, bildliche Elemente entlehnt aus der Populärkultur der

¹¹⁹ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 47-48..

¹²⁰ Vgl. ECKER HARALD: Graffiti in Modernen Gesellschaften. In: HAINZL Manfred (Hrsg.): Zeichen an der Wand. Höhlenmalerei – Felsbilder – Graffiti. Katalog der Sonderausstellung 2004. Lebensspuren – Museum. Wels, 2004, S. 85.

¹²¹ Vgl. RENECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 21.

¹²² Vgl. LADY PINK im Interview mit LEWISON Cedar In: LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 30.

¹²³ *Bubblestyle*: abgerundete, Ausformung der Buchstaben. *3-D Style*: Dreidimensionale Abhebung der Buchstaben. *Wildstyle*: stark ausdifferenzierte/abstrahierte Gestaltung der Buchstaben und deren Verbindungen.

Comics, der Werbung sowie der, das Writer-Feld umfassende Hip-Hop-Subkultur, die das zentrale Thema, den Schriftzug, umrandeten.¹²⁴

Natürlich stellen die Jahre um 1975 keinen absoluten Endpunkt in der stilistischen Entwicklung des Writings dar, aber die wesentlichen Grundlagen bildeten sich in dieser Zeit heraus. Vor allem hatte sich die kulturelle Entwicklung, in einem für die Herausbildung von gesellschaftlichen Formationen äußerst kurzem Zeitrahmen von etwa fünf Jahren vollzogen.¹²⁵

Eine gänzlich neue Jugendkultur, mit einer eigenständigen Ökonomie des Prestiges, der Ökonomie des Fames, basierend auf die Wieder- und Anerkennung eines Namens mit eigenen Distributionsmechanismen, repräsentiert durch Qualität und Quantität, hatte sich herausgebildet.¹²⁶

Die Mediale Repräsentanz des Writings in New York nahm ab 1975 deutlich ab, was in Verbindung mit den Bemühungen der Stadtverwaltung zu sehen ist, die ab 1972 verstärkt versuchte, dem, in ihren Augen überbordenden Phänomen, Herr zu werden. Mit bescheidenem Erfolg wie sich zeigte, aber die Medien, allen voran die „New York Times“, der wegen ihres Berichts über TAKI 183 zumindest eine Mitverantwortung für die Verbreitung des Phänomens angerechnet wurde, wollten die zunehmend aufkommende Kritik am Writing nicht auf sich übertragen sehen.¹²⁷

¹²⁴ Vgl. RENECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 22.

¹²⁵ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 31.

¹²⁶ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 51.

¹²⁷ Vgl. CASTLEMAN Craig: The Politics of Graffiti. In: FORMAN Murray/NEAL Mark Anthony (Hrsg.) That's the Joint! The Hip-Hop Studies Reader. New York, 2004, S. 27.

9.2. Die mediale Wiederentdeckung des Writings und globale Diffusion 1982 – Focus Europa/Wien

Graffiti-Writing war in diesen Jahren der medialen Absenz nicht als soziales Phänomen verschwunden, sondern hatte sich verfeinert, und technisch weiterentwickelt. Die Schriftzüge wurden in den weiter voranschreitenden Prozess eines dynamischen Wettbewerbs immer ausdifferenzierter, und die Wägen des U-Bahn Systems wurden zum allgemein anerkannten ultimativen Ziel der Akteure. Dieser Prozess der grafischen Ausdifferenzierung fand in der Entwicklung des Wildstyles als eigenständige Stilform seine stilistisch kanonisierte Festschreibung in der Geschichte des Writings. Es zeigt aber, anhand dieser Weiterentwicklung in der Ökonomie des Prestiges durch eine Verfeinerung des künstlerischen Ausdrucks, auch eine zunehmende Hierarchisierung des Feldes in Experten und Novizen dadurch, dass die technischen Anforderungen, das kulturelle Kapital, stetig in die Höhe getrieben wurde.¹²⁸

Ab dem Beginn der Achtziger, begann Writing als Thema wieder Raum in den New Yorker Medien einzunehmen. Wiederum war es das New York Times Magazine, das mit einem Artikel über drei Writer die Berichterstattung zum Phänomen initiierte; weitere Zeitungen und Zeitschriften zogen nach.¹²⁹

Die Writer kamen wieder in das Blickfeld einer breiteren Öffentlichkeit und konnten Anfang der Achtziger dadurch, dass sich der Kunstmarkt für ihre Werke zu interessieren begann, erstmals ihr innerhalb des Feldes erworbenes Kapital in größerem Umfang in ökonomisches Kapital durch den Verkauf von auf Leinwand gesprühten Bildern transformieren.¹³⁰

Die weitere Verbreitung des Writings über die USA hinaus vollzog sich in den Jahren 1982–1983, und stand in enger Relation zu der weltweit ansteigenden Popularität von Hip-Hop als kulturellen Überbegriff im Allgemeinen, und Rap-Musik als eines

¹²⁸ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 171.

¹²⁹ Vgl. ebd

¹³⁰ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti Kunst und Kultur. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989. S. 52.

seiner Elemente im Speziellen. Die Welle dieses, für die restliche Welt gänzlich neuen Bündels an kulturellen Ausdrucksformen, erreichte zuerst Europa, später auch Asien und Südamerika.¹³¹

Es war zunächst primär eine Verbreitung über Massenmedien, einerseits in Form von Magazinen, Filmen und Musikvideos für welche die Graffiti der Writer inszeniert wurden oder beiläufig die Hintergrundkulisse lieferten, andererseits durch einschlägige Publikationen und Filme,¹³² welche sich mehr oder minder bemüht um eine authentische Vermittlung mit der Kultur der New Yorker Writer auseinandersetzten.

Filme die sich spezifisch mit der Writerszene auseinandersetzen, und bis heute auch innerhalb des Feldes einen hohen (historischen) Stellenwert genießen, sind der halbdokumentarische Spielfilm „Wild Style“ (1982) und der Dokumentarfilm „Style Wars“ (1983) sowie „Beat Street“. Besonders „Style Wars“ produziert von Tony Silver und Henry Chalfant, der das ebenso beachtete Buch „Subway Art“ veröffentlichte, lösten eine weltweite Graffiti-Welle aus, und beförderten ihre Protagonisten von den Straßen der Bronx in das Rampenlicht der Weltöffentlichkeit.¹³³

In Europa, vor allen in Paris, Berlin, Amsterdam und Madrid, gab es bereits vor dem Überschwappen der Hip-Hop-Bewegung und des damit verbundenen Graffiti-Writings eine Graffitiszene, die einerseits in der Tradition der politischen Parolen der Sechziger standen, und andererseits mit der Punk- und Hausbesetzerszene verbunden war, und sich nicht primär mit der Verbreitung des Pseudonyms beschäftigte.¹³⁴

Erwähnenswert und von weiterer historischer Relevanz für den gesamten Graffitikomplex ist in diesem Zusammenhang der französische Künstler BLECK LE RAT der Anfang der Achtziger in Paris mit Schablonengraffiti, den so genannten Pochoirs, eine eigene Graffiti-Stilrichtung begründete, die sich in Folge prägend auf

¹³¹ Vgl. GANZ Nicholas: Graffiti World. Street Art from five Continents. New York, 2004. S. 9 u. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 35.

¹³² Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 35.

¹³³ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 39. u. RENECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 21.

¹³⁴ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München 1990, S. 143-145.

das gesonderte Phänomen der Street Art, als eines ihrer Hauptausdrucksmittel, auswirken sollte.¹³⁵



Abb.12 Schablonen-Graffiti (Pochoir) von BANKSY. Wien, 2009.

Durch die Immanation des neuen Kulturelementes des Writings über die oben genannten medialen Verbreitungswege, nahmen die Graffiti im Stile der New Yorker Writer in ganz Europa sprunghaft zu,¹³⁶ nicht ohne Konflikte mit der bereits bestehenden Szenen, mit unterschiedlichen Auffassungen über die Funktion und Gestalt der Arbeiten.¹³⁷

Mit dem Fall des Eisernen Vorhangs verbreitete sich das Phänomen zunehmend auch in Osteuropa.

¹³⁵ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld. 2007. S. 47. u. STAHL Johannes: Graffiti Kunst und Kultur. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989. S. 71.

¹³⁶ Vgl. GANZ Nicholas: Graffiti World. Street Art from five Continents. New York, 2004, S. 126. u. STAHL Johannes: Graffiti Kunst und Kultur. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989. S. 67.

¹³⁷ Vgl.: STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S.143-145.

In Wien vollzog sich die Formation von Graffiti-Writing als wahrnehmbare eigenständige Bewegung im Vergleich zu Hochburgen des Writings wie Amsterdam, Paris und Barcelona, etwas verzögert ab 1985. Bedeutend für die Orientierung der entstehenden Szene waren, ebenso wie für Resteuropa, die bereits genannten Filme wie *Wildstyle* und *Style Wars*. Bereits 1984 waren bekannte Akteure der New Yorker Writer Szene im Rahmen eines Kunstprojekt der Stadt nach Wien geladen worden, aber die Aktion führte nicht zum Entstehen einer eigenständigen Wiener Szene. Optisch bemerkenswert war die Aktion durch das Besprühen einer Straßenbahngarnitur der Linie J durch die geladen Künstler, welche im Anschluss Jahre durch Wien fuhr,¹³⁸ während in New York seitens der Stadtverwaltung keine legislativen und finanziellen Mühen gescheut wurden, um die U-Bahnen unbemalt aus den Depots fahren zu lassen.¹³⁹

Die ersten Graffitis der Wiener Szene ab 1985 waren, vor allem entlang der U-Bahnlinien und der Reichsbrücke zu finden, ab 1990 vollzog sich ein deutlicher Anstieg an Protagonisten und Werken, wobei sich das Phänomen in Wien und Österreich, im Vergleich mit anderen europäische Städten, relativ bescheiden entwickelte.¹⁴⁰

Die erste internationale Verbreitung vollzog sich also Mitte der Achtziger Jahre, ab 2000 erlebte Graffiti Writing durch den erneut populär werden Hip-Hop einen neuen Boom.¹⁴¹ In dieser Zeit wird Hip-Hop zur dominanten Musikjugendkultur in den Vereinigten Staaten und in weiterer Folge, mit der für die kulturellen Diffusionen der Populärkultur üblichen Verzögerungen, auch in den meisten westlich geprägten Staaten. In den U.S.A. übertrifft Hip-Hop in dieser Zeit erstmals, in Bezug auf die ökonomische Distribution, die kulturell weit verbreitete Country Musik und rangiert an zweiter Stelle hinter Rock Musik, welche mittlerweile die Musik der Elterngeneration repräsentiert, von der sich auch weiße Vorstadtjugendliche mittels ihrer Präferenz für

¹³⁸ Vgl. MATZINGER Gabriele: *Der Performer aus der Dose. Die Graffitikultur am Wendepunkt*, Wien, Univ., Diss., 2003. S. 30.

¹³⁹ Vgl. AUSTIN Joe: *Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City*. New York, 2001, S. 211-221.

¹⁴⁰ Vgl. SIEGL Norbert.: *Graffiti Enzyklopädie. Von Kyselak bis Hip-Hop-Jam*. Wien, 2001, S. 195.

¹⁴¹ Vgl. REINECKE Julia: *Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz*. Bielefeld, 2007, S. 21.

den kulturell entfernten Hip-Hop abgrenzen können.¹⁴² Writing wird als Teil dieser Hip-Hop-Bewegung mitvermarktet und erlebt erneut eine steigende Popularität.

Fest steht, dass in dem Zeitraum zwischen Ende der Sechziger und Anfang der Siebziger, Jugendliche begannen neues kulturelles Kapital zu schaffen, sowie die Regeln für den möglichen Erwerb von sozialem und symbolischem Kapital für ein spezifisches Feld, das noch im Entstehen begriffen war, völlig neu zu definieren.

In dieser neu geschaffenen Ökonomie des Prestiges, mit ihren spezifischen Regeln, herrschte, durch ständig neue Aspiranten die den erworbenen Fame der Etablierten in Frage zu stellen suchten, ein stark wettkampforientiertes Klima, welches vor allem in der Anfangszeit, Innovationen und technische Verfeinerungen zur Abhebung aus der Masse favorisierte.

Am Anfang des Graffiti Writings war das Wort und das Wort wurde zum Tag, dem kleinsten gemeinsamen Nenner des Writings im Dienste der Selbstvermarktung und Propagierung des Alias-Namens mit dem erklärten Ziel der Akquisition von Fame in erster Linie für den gesprühten Namen, in Form einer symbolische Übertragung auch für den dahinter stehenden Produzenten selbst. Die Schöpfungsgeschichte des modernen Graffiti Writings bezeichnet bereits die zentralen Elemente für alles was in weiterer Folge von Bedeutung sein sollte.

¹⁴² Vgl. BALDAUF Anette: Entertainment Cities. Stadtentwicklung und Unterhaltungskultur. Kapitel: Ghetto Realness. Wien, 2008, S. 96.

10. Könige und Spielzeuge der Macht. Die Ruhm-, Leistungs- und Wettkampftematik, die kommunikativen Strategien im Feld der Writers Culture und die erweiterten soziokulturellen Rahmenbedingungen

Graffiti als Kommunikation läuft aus der Perspektive der Sender auf zwei Ebenen ab, die sich bei der Rezeption dadurch unterscheiden, dass sie über unterschiedliches kulturelles Kapital zur Entschlüsselung des Signals verfügen. Erstens betrifft das die Kommunikation zu den der Szene fremden Personen, die stets immer mitzudenken ist, auch wenn sich das Writing über den Verlauf seiner Geschichte von der Restgesellschaft tendenziell immer mehr abkapselte, was sich nicht zuletzt an ästhetischen Entwicklungen wie der Herausbildung des Wildstyles zeigt, bei dem die Lesbarkeit zugunsten der visuellen Weiterentwicklung und Verästelung eingeschränkt wird,¹⁴³ und die Decodierung nur noch für Eingeweihte mit dem entsprechenden kulturellen Kapital als Schlüssel möglich ist. Nichtsdestotrotz, und neben aller bekundeten Gleichgültigkeit gegenüber einer als verständnislos eingestuft Gesellschaft¹⁴⁴, passiert Writing in der Öffentlichkeit, und die Writer platzieren ihre Werke gezielt an stark frequentierten Plätzen mit hoher Öffentlichkeitswirksamkeit.¹⁴⁵

Der zweite Kommunikationsstrang, mit dem ich mich in diesem Kapitel eingehender beschäftigen möchte, spannt sich zwischen den Akteuren des Feldes selbst und ist der für sie wesentlichere. Der Prozess von Encodierung und Decodierung vollzieht sich hier stringenter und unmittelbarer, mögliche Störquellen in der Bedeutungsvermittlung treten hierbei lediglich bei abweichenden Vorstellungen über die Gewichtung der Strategien im Feld auf, also vor allem wenn sich im Feld die Ökonomie des Prestiges mit den damit verbundenen Machtpositionen zu verschieben

¹⁴³ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 31.

¹⁴⁴ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 241.

¹⁴⁵ Vgl. HARDING Peter/KUNZE Conrad/OESTERREICH Reimar: Graffiti ist Massenkommunikation. In : SACKMANN Reinhold (Hrsg.): Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem städtischen Problem. Halle Wittenberg, 2006. S. 24.

beginnen oder in Frage gestellt werden. Über das Ziel, des Erwerbens von Fame, und die Sinnhaftigkeit des Einsatzes zu dessen Erreichung, also der *illutio* am Feld selbst, herrscht dabei aber stets Einigkeit.

Writing als Jugendkultur zielt nicht auf Veränderung beziehungsweise Verbesserung der Welt ab, sondern sieht sich wie McDonald gezeigt hat viel mehr als außerhalb der „normalen“ Welt stehend, die ihr aber indirekt als Kontrastfläche zu ihrer eigenen Position dient. Es richtet sich also nicht explizit gegen Gesellschaft, sondern möchte sich vielmehr von ihr distanzieren. Diese Distanz wird als Freiheit und Selbstbestimmung zelebriert.¹⁴⁶

Hitzler definiert diese Selbstbestimmung in Verbindung mit Selbstverwirklichung die eng an ein Erfolgsprinzip unter gegenseitigen Wettbewerb gekoppelt ist. Diese Kombination von Freiheitsideologie und Erfolgsorientierung, wie sie typisch für Aktivitäten ist, die eine langwierige und engagierte Ausbildung voraussetzen, steht dabei im Selbstverständnis nicht im Widerspruch zu der einer bürgerlichen Arbeitsmoral nachdem die Ziele abseits der allgemeinen gesellschaftlich Konventionen definiert werden.¹⁴⁷

Wie sich in der Darlegung der Geschichte des Graffiti-Writings zeigt, waren die Aktivitäten der Writer, mit wechselnder Intensität, immer auch stark aufeinander bezogen. Das einmal erworbene symbolische Kapital, der Fame, inner- und außerhalb der Gruppe, animierte nachfolgende Akteure die erfolgreichen Strategien zu übernehmen und weiter zu entwickeln und so den sozialen Aufstieg innerhalb der Gruppe vom Spielzeug (Toy) hin zum König (King) zu vollziehen.

10.1. Fame und Battle in der Forschung

Im Folgenden möchte ich versuchen, einen Abriss der vorhandenen wissenschaftlichen Literatur zum Writing unter besonderer Berücksichtigung der

¹⁴⁶ MCDONAL Nancy: *The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York*. New York, 2001.S. 176-177.

¹⁴⁷ Vgl. HITZLER Roman, BUCHER Thomas , NIEDERBACHER Arne: *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergesellschaftung heute*. Wiesbaden, 2005. S. 224.

Aspekte von Ruhm, Anerkennung (Fame) und des gegenseitigen Wettbewerbs (Battle), zu liefern.

Basis für meine ursprüngliche Hypothese, nach der das Graffiti Writing ein stark von Leistungs- beziehungsweise Wettkampfvorstellungen geprägtes Feld ist, war zunächst eine Studie zur Motivation (induktive Anreizeanalyse) der Writer, durchgeführt 2003, von der Universität Potsdam auf der Basis von Fragebogen Interviews mit 296 Informanten, die zu dem, für die Autoren überraschenden Ergebnis kam, dass leistungsbezogene Indikatoren nach dem undifferenzierten „Spaß an der Sache selbst“ die am häufigsten genannten Anreize zur Tätigkeit darstellen.¹⁴⁸

Das verweist einerseits darauf, das sich die Autoren der Studie im Vorfeld nicht oder lediglich sehr oberflächlich mit den sozialen Komponenten des Writings und der dazu existierenden Literatur auseinandergesetzt haben, darüber hinaus aber bestätigen die Ergebnisse der Studie, auf der Basis einer relativ großen Befragungsgruppe, deutlich die Erkenntnisse aus vorangegangener Forschung (meist auf der Basis von Experteninterviews) ohne diese zu kennen. Was auch durchaus im positiven Sinne die Wahrscheinlichkeit des Testens auf erwartete Ergebnisse, für die in dieser Arbeit relevanten Leistungs- und Ruhm- (Fame) Anreize, minimiert.

Bereits in der ersten wissenschaftlichen Literatur zum Thema des Writings, Craig Castlemanns „Getting up“ von 1982, wird auf das zentrale Thema des Fames, mittels dessen man dem Anfängerstatus des Toys entwachsen kann, verwiesen.¹⁴⁹ „(...) fame is considered the ultimate in graffiti-writing achievement“.¹⁵⁰ Castlemann setzt in seiner, auf Feldforschung beruhenden Studie, den Schwerpunkt des Erwerbs von Fame auf die Arbeit die ein Akteur in das möglichst vielfältige oder auffällige Anbringen seines Pseudonyms investieren muss, um von anderen Writern wahrgenommen zu werden und sich gegen die konkurrierenden Akteure durchzusetzen.¹⁵¹ Castlemann ist nicht der einzige frühe Autor der auf die Ruhmorientierung und die damit verbunden Leistungsfaktoren hinweist.

¹⁴⁸ Vgl. MANING Yvette, RHEINEBERG Falko: Was macht Spaß am Graffiti-Sprayen? Eine induktive Anreizeanalyse. In: Report Psychologie. Zeitschrift des Berufsverbands Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. Deutscher Psychologen Verlag, Berlin, 2003, S. 223.

¹⁴⁹ Vgl. CASTLEMAN Clark: Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge, 1982, S. 78.

¹⁵⁰ Ebd. S. 78.

¹⁵¹ Vgl. ebd. S. 78-83.

So strich beispielsweise auch Richard Lachmann in seiner, auf der Basis von 25 Experteninterviews durchgeführten Studie „Graffiti as Career and Ideology“ bereits 1988 den Fame-Aspekt deutlich als Kernmotiv bei der Produktion von Graffiti-Writing heraus, und lieferte darüber hinaus interessante Beobachtungen zu den Strategien bei der Produktion und Reproduktion von Fame, auf die ich im folgenden Kapitel noch näher eingehen werde. Zentral für seine Analyse des Writings und der darin enthaltenen devianten Karrierechancen, ist die Sichtweise dessen als „illegal social activity for the production of fame through art (...)“¹⁵².

Während Lachmann der künstlerischen Kompetenz als höher zu wertendes Vehikel zum Erwerb von Fame und der in und um das Feld möglichen Karrierechancen, Vorrang gibt,¹⁵³ streicht der deutsche Volkskundler Peter Kreuzer in seinem Graffiti-Lexikon von 1986 die „competition“ also den Wettbewerb unter den Akteuren, als Weg zum Ziel des Erwerbes von Fame heraus.¹⁵⁴

Soweit einige frühere Beispiele zur Ruhm, Leistungs- und Wettkampforientierung der Writer-Szene. Auch die jüngere Forschung kommt zu ähnlichen Ergebnissen, wie die bereits erwähnte Studie von Manninger/Rheineberg belegt.

Aber auch andere Autoren kommen in ihrer Forschung zu ähnlichen Ergebnissen, so streicht auch Nancy McDonald in „The Graffiti Subculture“ die Aspekte von Ruhm, (Fame), Anerkennung (durch Fremde) und den damit verbunden Status heraus. Darüber hinaus verweist sie auf den expliziten Umgang der Szene mit diesen Elementen, die im Gegensatz zu den meisten anderen Jugend- und Subkulturen nicht als Nebenprodukt der sozialen Tätigkeit gesehen werden, sondern als deren Zentrum.¹⁵⁵

Dies deckt sich mit Forschungsergebnissen für den deutschen Raum, neben Manninger/Rheineberger kommt auch Roman Hitzler zu dem Ergebnis, dass künstlerische Kompetenz zwar weitgehend an erster Stelle steht, aber diese

¹⁵² Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 229.

¹⁵³ Vgl. ebd. S. 242-243.

¹⁵⁴ Vgl. KREUZER Peter: Das Graffiti Lexikon. Wandkunst von A bis Z. München, 1986, S. 109.

¹⁵⁵ Vgl. MC DONAL Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001, S. 78.

Kompetenz keineswegs als selbstgenügsam betrachtet wird, sondern in die Ökonomie um die Verteilung der sozialen Anerkennung eingebracht wird.¹⁵⁶

Hitzler sieht in seiner Untersuchung des Writer-Feldes das Spraying als symbolischen Kampf um Territorium. Einerseits gegen die Öffentlichkeit, und andererseits gegen andere Writer. Und dieser Kampf ist vor allem in Bezug auf die Writer-Writer Beziehung ein unmittelbar kommunikativer in beide Richtungen; auf fremde Bilder wird reagiert.¹⁵⁷

Es zeigt sich, dass die Beschreibung von Graffiti Writing als kommunikative, von gegenseitigem Wettkampf um Kennen und Anerkennung geprägte Tätigkeit, mit dem deklarierten Ziel des Erwerbs von Ruhm (Fame) keineswegs neu ist, und sich darüber hinaus mit der Selbstwahrnehmung der Akteure deckt. In diesem symbolischen Kampf um Ruhm und Anerkennung unter spezifischen Regeln des Wettbewerbs werden territoriale Aspekte, die möglichst flächendeckende Verbreitung des Namens (Getting up) und künstlerische Kompetenzen eingeflochten.

Die Ausformung dieser Praxis geht bis auf die Entstehungszeit des Writings zurück, in welcher der Wettbewerb untereinander mit ein Motor für die rasche Entwicklung der verschiedenen Stile war,¹⁵⁸ und hat sich mit der kulturellen Diffusion der Kultur auf andere Länder mitübertragen und bis heute weitgehend gehalten.¹⁵⁹

Die anschließenden Kapitel sollen die verschiedenen Strategien zum Erwerb von sozialem Prestige, innerhalb des Feldes genauer beleuchten, sowie die erweiterten soziokulturellen Rahmenbedingungen umreisen, welche die spezifische Ausprägung des Feldes favorisierten.

¹⁵⁶ Vgl. HITZLER Roman, BUCHER Thomas, NIEDERBACHER Arne: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergesellschaftung heute. Wiesbaden, 2005, S. 105.

¹⁵⁷ Vgl. Ebd. S. 103-104.

¹⁵⁸ Vgl. Lady Pink Interview. In: LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 35.

¹⁵⁹ Vgl. HÜGEL Hans-Otto: Graffiti. In: HÜGEL Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussion. Stuttgart, 2003, S. 223.

10.2 Die Ökonomie des Namens. Strategien zur Akkumulation Fame

Wie bereits mehrfach erwähnt, bildet der Name eines jeden Writers das Herzstück von Graffiti-Writing. Der Name steht für die Person, muss aber nicht zwangsläufig einen direkten linguistisch-semantischen Bezug zu dem Writer haben, oft stehen rein ästhetische Überlegungen bei der Namenswahl im Vordergrund. Dennoch spiegelt der Name durch die Strichführung, auf einer stilistisch-semantischen Ebene, die Persönlichkeit des Writers wider. War der Name in den Anfängen des Writings noch enger an die reale Person gebunden, indem er eine Kombination von Neck/Spitznamen und Straßencode des Writers darstellte,¹⁶⁰ zog bald die freie Namenswahl ein und hält sich bis heute.¹⁶¹

Norman Mailer stellte bereits 1974 in seinem Essay „The Faith of Graffiti“ den Namen als grundlegendes Werkzeug in der Arbeit der Writer dar, mittels dessen sie Ruhm und Anerkennung erwerben können.¹⁶² Von zentraler Bedeutung ist der Name bis heute geblieben.¹⁶³

Folgend der von Bourdieu beschriebenen Ökonomie der Praxis, lässt sich nun der Name der Writer als zentrales Werkzeug im gegenseitigen Wettbewerb um symbolisches und soziales Kapital, also Fame innerhalb der Szene verorten. Augenscheinlich für das Selbstverständnis der Writer ist der relativ offene Umgang mit den Strategien, sowie das offene Bekenntnis zum Erlangen von Fame.¹⁶⁴

Grundlegend gibt es drei relevante Strategien für einen Writer, in Bezug auf die Art und Weise der Verbreitung im öffentlichen Raum, seinen Namen symbolisch

¹⁶⁰ Vgl. AUSTIN Joe: Knowing their place. Local Knowledge, Social Prestige and the Writing Formation in New York City. In: AUSTIN Joe/ WILLARD Michael: Generations of youth: youth cultures and history in twentieth-century America. New York, 1998, S. 242.

¹⁶¹ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld. 2007. S. 21.

¹⁶² Vgl. MAILER Normann: The Faith of Graffiti. New York, 1974, S. 24.

¹⁶³ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld. 2007. S. 21.

¹⁶⁴ Vgl. MANING Yvette, RHEINEBERG Falko: Was macht Spaß am Graffiti-Sprayen? Eine induktive Anreizanalyse. In: Report Psychologie. Zeitschrift des Berufsverbands Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. Deutscher Psychologen Verlag. Berlin, 2003, S. 233.

aufzuladen: Quantität, Qualität und Platzierung.¹⁶⁵ Wobei die Platzierung sich auf beide zuvor genannten Wege auswirkt, und nicht von allen Autoren gesondert behandelt wird.¹⁶⁶

Diese Strategien bezüglich des Verbreitens des Namens stellen für sich gesehen rein formale Aspekte der Anbringung dar, darüber hinaus strukturieren auch soziale Aspekte das Feld, und dienen ebenso in Bezug auf Fame gesehen der Aktualisierung, beziehungsweise der Verbesserung der sozialen Position des jeweiligen Akteurs. Diese sozialen Aspekte werden im Zusammenhang mit den Formalen im Folgenden näher erläutert.

10.2.1. Fame durch Reproduktion

Lachmann beginnt in seiner Analyse der Writerkultur, und der darin möglichen Karriere- und Aufstiegschancen, an der hierarchisch gesehen untersten Stufe oder genauer genommen noch vor dieser, nämlich bei den potenziellen Einsteigern, die von bereits etablierten Akteuren in die Szene eingeführt werden, und in weiterer Folge mit den grundlegenden Regeln und Techniken vertraut gemacht werden.¹⁶⁷

Das spezifische kulturelle Kapital wird im Laufe dieses Prozesses von den Aspiranten erworben und habitualisiert.

Dies könnte man, aus der Perspektive des Mentors, auch mit der Strategie des Lehrlings zur Mehrung des Fames bezeichnen, denn Neulinge müssen von ihren Mentoren erst davon überzeugt werden, dass es ein Publikum für Writing gibt¹⁶⁸, und das die Arbeiten auch individuell zugeordnet werden können, und so Fame individuell für einen Namen und die dahinter stehende Person überhaupt möglich ist.

¹⁶⁵ VAN TREECK Bernhard: Graffiti Lexikon. Legale und illegale Malerei im Stadtbild. Berlin, 1998, S.87.

¹⁶⁶ Vgl. etwa: AUSTIN Joe: Knowing their place. Local Knowledge, Social Prestige and the Writing Formation in New York City. In: AUSTIN Joe/ WILLARD Michael: Generations of youth: youth cultures and history in twentieth-century America. New York, 1998, S. 243.

¹⁶⁷ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 234.

¹⁶⁸ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 234.

Dadurch zieht der Mentor nicht nur zusätzliche Akteure, sondern zunächst vor allem zusätzliches Publikum für das Writing im Allgemeinen und für seine Produkte im Speziellen heran, denn diese neu gewonnenen Lehrlinge sind auch Fans des Mentors und verbreiten dessen Fame¹⁶⁹, umgekehrt bringt ein Mentor mit hohem Ansehen auch einen gewissen Respekt für seine(n) Schüler, dadurch dass er diese(n) für würdig empfunden hat, von ihm ausgebildet zu werden.¹⁷⁰

Die neuen Aktivisten arbeiten zunächst mit den Mitteln des Taggings¹⁷¹ und Bombings.¹⁷² (und werden auch als Tagger oder Bomber bezeichnet.)

Dieses Arbeiten über Quantität zur Aufladung des Namens mit Fame, durch möglichst vielfältiges oder auch großflächiges Anbringen des Namens, ist die im öffentlichen Raum quantitativ am häufigsten anzutreffende Art von Graffiti-Writing (80–90%),¹⁷³ gleichzeitig auch jene Form, die auf die geringste gesellschaftliche Akzeptanz trifft.¹⁷⁴ Stilistische Aspekte sind auch hier nicht irrelevant, doch die zu erwerbende Position des King of the Line, wenn man mit seinem Tag zum dominanten Akteur entlang einer Linie des öffentlichen Nahverkehrs, ihrer Stationen und Transportmittel geworden ist, erwirbt man nur, wenn man öfter als jeder der Mitbewerber in dem entsprechenden Gebiet vertreten ist. Der Titel All City King resultiert aus derselben Taktik, der Verbreitung des Namens bezogen auf das gesamte Stadtgebiet.¹⁷⁵ Diese Titel sind einmal erworben, keineswegs gesichert, und werden im Wettbewerb um Fame von ständig neuen Herausforderern in Frage gestellt.¹⁷⁶

Jedem auch nur oberflächlichen Beobachter der Produkte der Writing-Szene dürfte sich erschließen, dass der Erwerb dieser Titel mit einem großen Aufwand an Zeit und

¹⁶⁹ Vgl. ebd.

¹⁷⁰ Vgl. ebd. und: DEPPE Jürgen/Odem: Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin, 2008. S. 193.

¹⁷¹ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 236.

¹⁷² *Bombing* beschreibt des vielfältige Verbreiten des Namens mittels *Tags* und *Throw-ups*.

¹⁷³ SCHMITT Angelika/IRION Michael: Graffiti: Problem oder Kultur? München, 2001.

¹⁷⁴ Vgl. GOECKE Tobias/HEISE Marcus: Werden qualitativ minderwertige Graffitis eher als Ärgernis empfunden? In: SACKMANN Reinhold (Hrsg.): Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem Städtischen Problem. Halle Wittenberg, 2006.

¹⁷⁵ Vgl. MC DONAL Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001, S. 77. u. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 25.

¹⁷⁶ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 236.

Energie verbunden ist. Die Akteure müssen Tage- und vor allem Nächtelang dem Verbreiten des Namens widmen. Ein möglicher Weg diese Arbeit für den Einzelnen zu vermindern und dennoch Fame für einen Namen zu erwerben, besteht in dem Zusammenschließen in Writer-Crews, einer „unit of dudes who work together to achieve a goal: to get up and go all city“,¹⁷⁷ also in Arbeitsteilung für die Verbreitung eines Namens und die gebündelte symbolische Aufladung dessen. Die einzelnen Mitglieder einer solchen Arbeitsgemeinschaft können nun unter Einsatz ihres vereinten, innerhalb der Szene erworbenen, kulturellem Kapital, neben ihrem eigenen Namen, auch oder ausschließlich den Namen der Crew verbreiten.¹⁷⁸

10.2.2. Fame über künstlerische Kompetenz

Das Zusammenschließen in Crews ist auch für die zweite Hauptstrategie innerhalb der Szene von Bedeutung, dem Arbeiten mit Qualität oder Style. Style ist ein nur schwer objektiv zu fassender Begriff, prinzipiell steht er für die Weiterentwicklung der Tags hin zu komplexeren Formen,¹⁷⁹ wie sie sich in der Geschichte des Writings ab 1972 vollzog.¹⁸⁰ Style meint also primär eine Eigenschaft im Sinne von handwerklichem Können und erst sekundär einen bestimmten „Stil“.¹⁸¹ Üblicherweise verläuft die Entwicklung eines Writers vom Tagger hin zum Muralist¹⁸² wie sie Lachmann nennt (Joe Austin differenziert in Bomber und Piecer),¹⁸³ die meisten überschreiten die Grenze vom taggen oder bomben hin zu im einzelnen aufwendigeren Arbeiten jedoch nie.¹⁸⁴

¹⁷⁷ Vgl. CHALFANT Henry/ COOPER Martha: Subway Art. London, 1984, 50

¹⁷⁸ Vgl. RAHN Janice: Painting without permission: hip-hop graffiti subculture. Westport, 2002, S. 5.

¹⁷⁹ Vgl. CASTLEMAN Clark: Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge, 1982, S. 81.

¹⁸⁰ Vgl. Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 56.

¹⁸¹ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti Kunst und Kultur. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989.S. 49.

¹⁸² Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Career and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 236.

¹⁸³ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 244.

¹⁸⁴ Vgl. ebd. u. CASTLEMAN Clark: Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge, 1982, S. 82. ebenso

Auch wenn eine derart scharfe Trennung zwischen Tagger und Muralist, wie Lachmann sie vorschlägt nicht gegeben ist, alle Akteure die ihr symbolisches Kapital über aufwendigere Pieces vermehren, taggen auch in einem gewissen Maß, so beschreibt es doch die Grundstruktur im wesentlichen. „Meistens verlieren Writer wenn sie erst einmal richtige Pieces draufhaben, die Lust am Taggen. Andere sind so begeistert vom Taggen, das sie gar nicht erst den Ehrgeiz entwickeln, auch mal Pieces zu machen.“¹⁸⁵ Schlussendlich ist es eine Frage des Zeitmanagement und der individuellen Fähigkeiten sich für eine Strategie zu entscheiden und diese möglichst konsequent zu verfolgen, um Position zu erwerben oder gegen Herausforderer zu verteidigen. (zB. king of the line)¹⁸⁶

Die im Bereich der künstlerische Kompetenz höchste Auszeichnung, ist die des King of Style. Künstlerische Kompetenz (Style) steht aber nicht für sich, auch in diesem Bereich ist Präsenz im öffentlichen Raum wichtig. Es reicht nicht ein, nach den Regeln des Feldes, herausragendes Bild zu sprühen, um für eine symbolische Auszeichnung wie King of Style auch nur in Frage zu kommen¹⁸⁷. Die Gewichtung vom reinen Reproduzieren des Namens verschiebt sich jedoch hin zu seiner möglichst kunstvollen Ausformung.

Vorraussetzung für die Umsetzung von technisch anspruchsvolleren Arbeiten ist zunächst das Beherrschen der Sprühdose als Malwerkzeug. ¹⁸⁸ Besonders verpönt ist das (unbeabsichtigte) Verrinnen der Farben, angestrebt werden flüssige, saubere Linien sowie gleichmäßige Schattierungen und Verläufe.¹⁸⁹ Zunächst ist also der Erwerb von Fame durch aufwändigere Arbeiten an dem Erwerb von handwerklich konotierten kulturellem Kapital gebunden.

Style steht auch in Zusammenhang mit Kreativität und Originalität, von den einzelnen Akteuren wird ein individueller Stil bei der Ausformung und Umgestaltung der

¹⁸⁵ DEPPE Jürgen/Odem: Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin, 2008, S. 145-146.

¹⁸⁶ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 237.

¹⁸⁷ Vgl. CASTLEMAN Clark: Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge, 1982, S. 81.

¹⁸⁸ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld. 2007. S. 26.

¹⁸⁹ Vgl. SNYDER Gregory J.: Graffiti Lives. Beyond the Tag in New York Underground. London/New York, 2009, S. 35.

Buchstaben eingefordert.¹⁹⁰ Fame durch Kreativität bewegt sich innerhalb der Grenzen des stilistischen Systems. Außenstehenden Beobachtern mag sich diese Kreativität nicht immer auf den ersten Blick erschließen. Vor allem in den frühen Jahren der Bewegung wurden eine Vielzahl von neuen Buchstabenstilen entwickelt und Kreativität wurde damals noch ausdrücklich eingefordert, nach dreißig Jahren Entwicklung hat der Innovationsschub deutlich nachgelassen, es wurde zunehmend schwieriger auf dem immer dichter bespielten Feld noch stilistisches Neuland zu erobern. Originalität wird noch immer hoch geschätzt, stellt aber keine Verpflichtung mehr dar.¹⁹¹

Verlust von Fame kann das Nachahmen eines Stils, das Biting, mit sich bringen, vor allem wenn es sich um einen individuell sehr ausgeprägten Stil handelt.¹⁹²

10.2.3. Fame und Platzierung

Der dritte Weg, bezogen auf das Anbringen der Produkte, die Platzierung, wirkt sich als Verstärker sowohl beim Arbeiten mit Quantität und vermehrt noch bei Arbeiten mit Qualität aus, stellt also keine Kategorie für sich dar. Wie bereits erwähnt, wird die Strategie der Positionierung nicht durchgehend als eigene Kategorie gehandelt, dennoch möchte ich hier gesondert darauf eingehen, weil sie mit einer der grundlegendsten Regeln des Writings in Verbindung steht. Es stellt eine der grundlegendsten Regelverletzungen, beziehungsweise eine vorläufige symbolische Kampfaufforderung dar, die in Folge auch in physischen Konflikten resultieren kann, über das Tag oder Piece eines anderen Writer zu malen.¹⁹³

Es existiert neben der Hierarchie der Akteure im Feld, auch eine Hierarchie der Namen, beziehungsweise der Ausformungen der Namen, und so ist es an Stellen mit besonders hohem symbolischen Wert für die Writer, sei es aufgrund der besonders

¹⁹⁰ Vgl. etwa: REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 26.

¹⁹¹ Vgl. MC DONAL Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001, S. 82.

¹⁹² Vgl. RAHN Janice: Painting without permission: hip-hop graffiti subculture. Westport, 2002, S. 19.

¹⁹³ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 25. u. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 54.

guten Sichtbarkeit der Produkte, oder an so genannten Hall of Fames¹⁹⁴ erlaubt, Tags mit einem Throw up und diese wiederum mit einem Piece¹⁹⁵ zu übermalen. Entscheidend für diese Hierarchie der kulturellen Produktion scheint der Arbeitsaufwand zu sein, also wiederum Leistung. Sollte genügend Platz vorhanden sein, bedeutet das Übermalen der Arbeit von anderen Writern oder Crews einerseits eine Kampfansage, auf die ein Writer reagieren muss um die Entwertung seines Namens zu vermeiden,¹⁹⁶ andererseits führt das wiederholte Übermalen oder grundlose¹⁹⁷ crossen von Arbeiten anderer, auch zum Verlust von Fame in der Szene insgesamt.¹⁹⁸

Neben dieser Regelung der Platzierung von Graffiti-Writing an stark frequentierten Plätzen, werden, wie bereits erwähnt, gerne besonders gut einsichtige Plätze gewählt. Dies entspricht dem Prinzip des Fames durch Sichtbarkeit, welches in der Regel mit dem Fame durch Risiko gekoppelt ist, nachdem besonders gut sichtbare Orte oft auch eine hohe Entdeckungswahrscheinlichkeit bei der Produktion mit sich bringen.

Dieser Fame durch Risiko gilt allgemein für Orte, die besonders schwer, oder unter besonderen Risiko, zu erreichen sind. Fame resultiert hierbei aus dem demonstrierten Mut angesichts der eingegangenen Risiken die zur Anbringung vonnöten war¹⁹⁹. Und so sind Zugdepots, neben ihrem hohen Traditionswert, noch immer von hohem Interesse, gerade weil sie mittlerweile besonders gut überwacht werden, und zudem noch weitere Gefahrenquellen wie einfahrende Züge oder Stromquellen beherbergen, an denen die Akteure ihren Mut beweisen können,²⁰⁰ auch wenn die Züge in der Regel die Depots nicht mehr besprüht verlassen, wie in

¹⁹⁴ *Hall of Fames* sind meist von Stadtverwaltungen bereitgestellte legale Writing Bereiche.

¹⁹⁵ Vgl. REINECKE Julia: *Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz*. Bielefeld, 2007, S. 25.

¹⁹⁶ Vgl. DEPPE Jürgen/Odem: *Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene*. Berlin, 2008, S. 145-146.

¹⁹⁷ Grundlos im Rahmen der Regeln des Feldes. Als nicht den Anforderungen entsprechende Arbeiten dürfen oder sollen mittels der Auslöschung, die das crossen schlussendlich bedeutet kommentiert werden.

¹⁹⁸ Vgl. RAHN Janice: *Painting without permission: hip-hop graffiti subculture*. Westport, 2002, S. 20.

¹⁹⁹ Vgl. AUSTIN Joe: *Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City*. New York, 2001, S. 53-54. u. REINECKE Julia: *Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz*. Bielefeld, 2007, S. 26.

²⁰⁰ Vgl. MC DONAL Nancy: *The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York*. New York, 2001, S. 77.

den frühen Zeiten des New York Graffiti. Das Erreichen von Fame über Sichtbarkeit ist unmittelbar somit nicht mehr gegeben ist. Umgangen wird dies von den Writern durch das Fotografieren ihrer Arbeiten.²⁰¹

Darüber hinaus gibt es zusätzliche symbolische Aufladung von Orten, das Polizeihauptquartier könnte hier als Idealfall genannt werden, resultierend aus den ständigen Konflikten mit der Polizei.

Mit dem Aufkommen der neuen Medien, erschloss sich für die Writer eine neue Plattform zur Lukrierung von Fame²⁰², die zum Teil autonom von der ursprünglichen Wahrnehmung in der Stadt funktioniert, die diese aber nicht überflüssig macht.

Durch die Nutzung des Internets eröffnen sich neue virtuelle Arenen für die Ökonomie des Prestiges, die einerseits (vermeintliche) Anonymität bieten, und gleichzeitig als weltweite Plattformen der Selbstvermarktung dienen.²⁰³ Darüber hinaus übernimmt das Internet mittlerweile, über die Demonstration eines vorhanden Publikum, teilweise die in Unterkapitel 10.1.1 beschriebene Funktion des Mentors, zur Einführung von Novizen in die Writing-Kultur durch die Vermittlung der Einsätze und Ziele, sowie der Ernst- und Sinnhaftigkeit diese zu verfolgen.²⁰⁴

Mittlerweile wird der Einsatz des Internets als adäquater (Präsentations-)Raum für Writing innerhalb der Szene diskutiert. Nichtsdestotrotz haben sich bestimmte Praxisformen, wie beispielsweise das Crossen, auch auf den virtuellen Raum übertragen; weiterführende Forschungen über den Einfluss der Neuen Medien auf das Writing stehen aber bis Dato noch aus.²⁰⁵

Generell steht das Platzieren im Internet in der Tradition des instant fame, wie ihn bereits Castemann 1982 beschrieben hat.²⁰⁶ Gemeint ist damit Fame durch die Wiedergabe einer Arbeit eines Writers in Massenmedien, die als Verstärker für die

²⁰¹ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 26.

²⁰² Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 31-35.

²⁰³ Vgl. SNYDER Gregory J.: Graffiti Lives. Beyond the Tag in New York Underground. London/New York, 2009, S. 35.

²⁰⁴ Vgl. RAHN Janice: Painting without permission: hip-hop graffiti subculture. Westport, 2002, S. 98.

²⁰⁵ Vgl. MC DONAL Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001, S. 231.

²⁰⁶ Vgl. CASTLEMAN Clark: Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge, 1982, S. 79.

Arbeit in den Straßen wirkt. Auch der ehemalige Berliner Writer Odem beschreibt in seiner Autobiographie das Aufwerten des Namens durch einen Zeitungsartikel.²⁰⁷

Writer suchen deshalb mitunter gezielt den Kontakt zu Medien, um instant fame zu erlangen,²⁰⁸ sie dürfen dieses Engagement aber nicht überspannen, um ihre Glaubwürdigkeit innerhalb der Szene nicht zu verlieren.²⁰⁹ Das Überstrapazieren dieser Strategie der Medienkontaktierung zum Erlangen von Fame über Strukturen außerhalb der Szene, kann sich also negativ auf den Fame innerhalb desselbigen auswirken. Der sonst sehr offene Umgang mit der Ökonomie der Strategien zum Erlangen von Fame muss hier bis zu einem gewissen Grad verschleiert werden.

Rahn verweist in diesem Zusammenhang auch darauf, dass der explizite Umgang mit den Strategien zur Erlangung von Fame zwar in der Praxis der Distribution des Namens gegeben ist und von den Writern auch so benannt wird, der Verweiß auf eigenen Fame im direkten Gespräch tendenziell vermieden wird.²¹⁰

Künstlerische Kompetenz, Platzierung und Quantität sind also die Hauptstrategien, welche in die Ökonomie um die Verteilung der sozialen Anerkennung eingebracht werden. Diese Strategien werden von den Akteuren unter den im Feld angelegten Regeln und entsprechend ihres potentiellen Einsatzes, ihrer Fähigkeiten oder worüber sie auch immer am meisten verfügen, möglichst gewinnbringend in den Wettkampf um Fame eingebracht. Tendenziell forcieren Jüngere die Strategie der Quantität, um nach dem Erwerb von mehr handwerklichem Geschick und einem Verständnis für die Designanforderungen, also kulturellem Kapital, dieses in die Gestaltung von aufwendigeren Arbeiten zu investieren.

²⁰⁷ Vgl. DEPPE Jürgen/Odem: Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin, 2008, S. 116-117.

²⁰⁸ Vgl. CASTLEMAN Clark: Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge, 1982, S. 79.

²⁰⁹ Vgl. RAHN Janice: Painting without permission: hip-hop graffiti subculture. Westport, 2002, S. 20.

²¹⁰ Vgl. RAHN Janice: Painting without permission: hip-hop graffiti subculture. Westport, 2002, S. 20.

10.2.4. Fame, Kommunikation und die Dynamik des Wettbewerbs

Hitzler sieht in seiner Untersuchung des Writer-Feldes das Spraying als symbolischen Kampf um Territorium. Einerseits gegen die Öffentlichkeit und andererseits gegen andere Writer. Und dieser Kampf ist vor allem in Bezug auf die Writer-Writer Beziehung ein unmittelbar kommunikativer in der Art, dass ein Akteur auf fremde Bilder mit eigenen reagiert.²¹¹ Graffiti Writing zieht mehr Writing an.

Je nach Art der hierarchischen Beziehung der Writer untereinander, und der Art der Platzierung zu einem bereits vorhanden Tag, Piece oder Throw-up kann dies ein Zeichen des Respekts, eine Herausforderung, oder eine Kampfansage darstellen. Die Etikette der Platzierung folgt relativ komplizierten Regeln, und erfordert ein hohes Maß an kulturellem Wissen. Generell könnte man festhalten, dass ein Platzieren neben einem gleichwertigen Bild (nach der oben angeführten hierarchischen Gliederung der Bilder) als Gruß und Respektsbekundung betrachtet wird, aber in der Regel von unerfahrenen Writern praktiziert wird, während ein hierarchisch gleichwertiger Akteur, wenn möglich, einen gleich hohen Platz in einiger Entfernung wählen sollte. Eine Herausforderung im Sinne von „ich bin besser als du“ stellt es dar, seinen Namen direkt über den Namen eines anderen zu platzieren, oder als Steigerung dieser Aussage, mehrfach um diesen herum. Eine Kampfansage ist das direkte Übermalen eines höherwertigen Bildes. Die ultimative Kampfansage bleibt das einfache Durchstreichen (crossen).²¹²

Dies führt noch zu einer weiteren wichtigen Ebene, zur Akkumulation und Erneuerung von sozialem Prestige, den in der Szene, in der Writer-Szene im Speziellen und im Hip-Hop-Feld im Allgemeinen, hoch gehandelten Battle-Gedanken, bei dem gegenseitige Rivalität und Wettbewerb als Mittel zum sozialen Aufstieg die Praxis explizit mitbestimmt.

Die Battles stellen die direkte Konfrontation zwischen einzelnen Writern bzw. Writer Gruppen dar. Als Arenen dieser indirekten Kämpfe dienen beispielsweise sämtliche Bereiche in und um einer U-Bahn- oder Schnellbahn-Linie, entlang derer zwei oder

²¹¹ Vgl. HITZLER Roman, BUCHER Thomas, NIEDERBACHER Arne: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergesellschaftung heute. Wiesbaden, 2005. S. 105.

²¹² Vgl. MC DONAL Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001, S. 204-215.

mehrere Writer(-Crews) um die Vorherrschaft auf den Ebenen Qualität oder Quantität rivalisieren.²¹³ Diese Art von Battles sind längerfristig ausgelegte Kraftproben die sich über Wochen oder Monate im wahrsten Sinne des Wortes fortschreiben können.²¹⁴ Battles können aber auch als direkte Vergleichskämpfe von rivalisierenden Writern, meist nach vorangegangenen Konflikten stattfinden. Etwa an einer bestimmten Wand, an der die Kombattanten synchron an zwei Bildern arbeiten. Ein zuvor von den Protagonisten bestimmter Schiedsrichter, in der Regel ein in der Hierarchie höher stehender Writer, entscheidet über Sieg oder Niederlage.²¹⁵ Diese Battles sind weitaus heikler für die Beteiligten, denn der Verlust von sehr viel sozialem Prestige, welches zuvor vielleicht über viele Jahre mühsam erarbeitet wurde, steht auf dem Spiel. Deshalb werden diese direkten Vergleichskämpfe auch tendenziell vermieden.²¹⁶

Der Aspekt des Wettbewerbs zieht sich durch alle Bereiche des Writings und wird über die diversen Arten von Fame ausgetragen. Alle Arten von Fame besitzen grundlegend Relevanz und ihre eigene Dynamik.

Die zwei Hauptstrategien der Verbreitung, Quantität und Qualität, auf die sich die Platzierung als Zusatzfunktion wirkt, bilden schlussendlich auch die Hauptgruppen im Feld, die Bomber und Piecer heraus.

Über diesen zwei Hauptgruppen vollzieht sich die Dynamik um die Verteilung von Prestige im Feld. Neueinsteiger fordern etablierte Bomber heraus, Bomber werden mit fortschreitendem handwerklichen Können zu potenziellen Herausforderern der etablierten Piecer.

Bombing stellt die Grundlage des Writings dar, die zwar rein technisch von nahezu jedem erlernt und ausgeführt werden kann, bei der praktischen Anwendung jedoch ein hohes Maß an Risikobereitschaft und Arbeit erfordert. Die Bomber haben die höchste Sichtbarkeit im öffentlichen Raum und erobern symbolisch auch am meisten davon. Während Piecer sich zwar als die wahren Meister der Profession sehen aber

²¹³ Vgl. DEPPE Jürgen/Odem: Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin, 2008. S. 39, 41, 42.

²¹⁴ Vgl. ebd. S. 249-250.

²¹⁵ Vgl. ebd. S. 61.

²¹⁶ Vgl. DEPPE Jürgen/Odem: Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin, 2008. S. 61 u. 249-250.

mit fortschreitender Verweildauer im Feld den Arbeitsaufwand zur Entwicklung ihrer Karriere als Writer drosseln, vor allem wenn sie bereits etabliert sind.²¹⁷

Diese Dynamik innerhalb der Generationsfolgen wird auch durch externe Faktoren mit bestimmt. Vor allem juristische Faktoren haben Einfluss. Generell begünstigt eine strengere Strafverfolgung schneller aufgetragene Arbeiten. Die Bomber gewinnen dadurch gegenüber den Picern an Raum. Zu einer gänzlich neuen Art von Graffiti Writing hat das konsequente Reinigen von U-Bahn-Wägen geführt. Beim Scratchiti wird mittels eines Ritzsteins, oder mit Säure gefüllten Stiften, hauptsächlich an Glasoberflächen gearbeitet.²¹⁸

10.3. Die Einbettung ins Hip-Hop-Feld

Bei der Betrachtung von als relativ autonom angenommen gesellschaftlichen Feldern und deren Praxis, ist bei der Frage nach der Generierung und Genese derselben, immer von zentraler Bedeutung, in welche weiteren gesellschaftlichen Felder sie eingebettet sind, und inwiefern sie mit diesen ihre spezifischen Feldeffekte teilen.

Im Falle des Writings ist das Erste es umgebende Feld, das Hip-Hop-Feld als Ganzes, als eines dessen Elemente Writing neben Breakdance, MC-ing und DJ-ing vor allem ab den Achtzigern aufgefasst und Vermarktet wurde.²¹⁹ Auch wenn es keine unmittelbare gemeinsame Entstehungsgeschichte gab, und Writing in seiner Urform des Taggings bereits Mitte der Sechziger, also vor Rap und Breakdance entstand²²⁰, so war es doch Teil des Bündels an neuen kulturellen Ausdrucksformen, die um die siebziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts in den multiethnischen Jugendkulturen der New Yorker Stadteile Harlem, Brooklyn, El Barrio und der South Bronx entstanden.²²¹ Writing wurde darüber hinaus in Laufe der Zeit zu einem

²¹⁷ gl. MC DONAL Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001, S. 87-90.

²¹⁸ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 49.

²¹⁹ Vgl. AUSTIN Joe: Knowing their place. Local Knowledge, Social Prestige and the Writing Formation in New York City. In: AUSTIN Joe/ WILLARD Michael: Generations of youth: youth cultures and history in twentieth-century America. New York, 1998, S. 204.

²²⁰ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 65.

²²¹ Vgl. AUSTIN Joe: Knowing their place. Local Knowledge, Social Prestige and the Writing Formation in New York City. In: AUSTIN Joe/ WILLARD Michael: Generations of youth: youth

stilbildenden Element in der Ikonografie des Hip-Hop, dessen Popularität im Allgemeinen und der Popularität des Rap im Speziellen es auch seine eigene internationale Verbreitung im Zuge der ersten Hip-Hop-Welle Ende der Siebziger Anfang der Achtziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts mitverdankte.²²² Gleiches gilt für das zweite Aufblühen der Popularität des Writings um die Jahrtausendwende.²²³

Die Aspekte des Wettbewerbs, wie sie in der Writer Kultur zu finden sind, spiegeln sich auch als zentrale Elemente der Hip-Hop-Kultur wider. „Competition of course is the very essence of every aspect of hip-hop culture, be it graffiti, MC-ing, DJ-ing- „what makes it real is the battle“ (...).“²²⁴

Der Wettbewerb wird hier als ein Merkmal von Authentizität gehandelt. Gleiches gilt für das Streben nach Fame,²²⁵ der ebenso in allen Hip-Hop-Feldern explizit als Motor für die Tätigkeit angeführt wird. Dies bezieht sich auf die Frühzeit des Hip-Hop, und setzt sich bis heute fort. Tricia Rose dazu: „Hip-Hop remains an never-ending battle for status, prestige and group adoration, always in formation, always contested and never fully achieved.“²²⁶

Die Ausrichtung auf Wettbewerb und Konfrontation wird sowohl als Widerstand als auch Bereitstellung für ein, als feindlich empfundenenes, Umfeld gedeutet.²²⁷

Die Praxisformen des Hip-Hop im Gesamten können nicht aus dem sozialen Kontext ihrer Entstehung gelöst werden, der in der Zeit seiner kulturellen Formation ein Kontext von sozialer und ethnischer Marginalisierung war, mit sich stetig wiederholenden Kämpfen um sich Ressourcen und Anerkennung.²²⁸ Diese

cultures and history in twentieth-century America. New York, 1998, S. 242.

²²² Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 31-35.

²²³ Vgl. BALDAUF Anette: Entertainment Cities. Stadtentwicklung und Unterhaltungskultur. Kapitel: Ghetto Realness. Wien, 2008, S. 96.

²²⁴ Vgl. KID FREEZE im Interview mit VERAN Cristina. In: VERAN Cristina: Breaking it all down: The rise and fall and rise of the B-Boy kingdom. In: LIGHT Allan (Ed.): The Vibe history of hip hop. New York, 1999, S. 55.

²²⁵ ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994, S. 35.

²²⁶ Vgl. ebd.

²²⁷ Vgl. ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994, S. 35-36.

²²⁸ Vgl. ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994, S. 2.

Strukturen werden bis in die Gegenwart, durch den Hystresiseffekt des Habitus, auf Seiten der Produzenten wie Konsumenten weitergeführt.

Das weist auf ein weiteres paradoxes Element des Hip-Hop im Allgemeinen hin: In der kulturellen Praxis werden Erfahrungen von gesellschaftlicher Marginalisierung weiter geschrieben, auch wenn sich die Akteure und vor allem das Publikum die Erfahrungen längst nicht mehr teilen.

So wie sich die Writer heute nicht mehr in der Mehrheit aus sozial benachteiligten Gruppen rekrutieren, so sind mittlerweile der Großteil des Publikums für etwa Rap-Musik, und damit auch jener, der für dessen kommerziellen Erfolg ausschlaggebend ist, weiße Vorstadtjüngliche²²⁹, welche die Erfahrungen der Ausgrenzung und des Ghettolebens nicht mehr teilen, und lediglich als romantisierte Vorstellung in einem gesicherten Umfeld nachspielen.

Sebastian SCHRÖER verweist in diesem Zusammenhang auf ein weiteres, den Elementen des Hip-Hop verbindliches, Element. Die Thematisierung der Straße als einen idealisierten Ort der Authentizität.²³⁰ Die einstigen Funktionen des Ghettos, als nach außen hin trennendes und nach innen hin konsolidierendes soziales Konstrukt zur Ausgrenzung, wurde mit dem lang anhaltenden Hype um das Ghetto, um eine neue Funktion erweitert. Ghetto-Realness ist mittlerweile auch zu einer profitablen Währung in der sozialen Praxis geworden, welche sich in weiterer Folge über Plattenverkäufe, T-Shirts, Malaufträge in ökonomisches Kapital transformieren lässt.²³¹

So wie sich das Publikum für Hip-Hop differenziert hat, so haben sich seine Elemente getrennt. Waren in der Frühzeit noch viele Akteure in mehreren Feldern des Hip-Hop tätig, so konzentrieren sich Akteure heute auf einzelne Felder. Die große kulturelle Geschlossenheit des Hip-Hop, unter anderem vermittelt durch Filme wie *Wild-Style*, ließ Writing bis Ende der Achtziger Jahre, neben Tanz und Musik als malerisches Ausdrucksmittel einer Jugendkultur erscheinen. Diese kulturelle Einheit

²²⁹ Vgl. ROSE Tricia: *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Middletown Connecticut, 1994, S. 5.

²³⁰ Vgl. SCHRÖER Sebastian: *Die Hip-Hop Kultur als Kultur der Straße*. In: GESCHKE Sandra Maria (Hrsg.): *Straße als kultureller Aktionsraum. Interdisziplinäre Betrachtungen des Straßenraumes an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis*. Wiesbaden, 2009, S. 61.

²³¹ Vgl. BALDAUF Anette: *Entertainment Cities. Stadtentwicklung und Unterhaltungskultur*. Kapitel: *Ghetto Realness*. Wien, 2008, S. 85-86.

war aber auch eine Voraussetzung für die umfassende Vermarktung des Hip-Hop und des Writings, die eine kulturelle Bedeutungsentladung mit sich zog, ähnlich der Vermarktung des Punk-Stils. Ende der Achtziger verkleinerte sich die Hip-Hop-Szene und im Rahmen dieser Verkleinerung bezieht sich Writing auch immer weniger auf die große Einheit der Hip-Hop-Elemente.²³² Das die Protagonisten des Writings zwangsläufig auch Fans der Musik des Hip-Hop sind und sich als Teil eines kulturellen Komplexes sehen, ist nicht mehr gegeben.

Als Hauptunterscheidungs- und Abgrenzungsmerkmale zu den weiteren Formen des Hip-Hop ist das Moment der Illegalität beim Writing zu sehen. Die Verfügbarkeit und Transformierbarkeit der Kapitalformen, vor allem in Hinblick auf ökonomisches Kapital, stellt sich beim Writing vor allem im Vergleich zur Rap Musik als weitaus eingeschränkter dar. Von Teilen der Writerkultur wird die Eingliederung in das Hip-Hop-Feld wegen dessen Authentizitätsverlust durch die Kommerzialisierung in der Popkultur (vor allem der Musikindustrie) als eine medial konstruierte Vereinnahmung abgelehnt.²³³

In der massenmedialen Vermittlung und Rezeption ist die Verbindung von Writing mit Hip-Hop jedenfalls noch gegeben, und so führte der neue Hip-Hip-Boom um die Jahrtausendwende, der zuerst ein Boom der Rap Musik war, auch zu einem neuen Writing-Boom.²³⁴

Die Ausformung der Praxis beim Writing in Bezug auf Fame und Battle lässt sich aber nicht alleine durch das Naheverhältnis zur Hip-Hop-Kultur erklären. Vielmehr stellt sie ein Element eines mehr oder minder geeinten Bündels von Praxisformen dar, das sich seinerseits, eingebettet in einem weiteren sozialen kulturellen Umfeld, herausbildete. Was zu den erweiterten soziokulturellen Rahmenbedingungen führt, welche Writing und Hip-Hop zu den kombattant kreativen kulturellen Äußerungen werden ließen, die sie bis heute sind.

²³² Vgl. HÜGEL Hans-Otto: Graffiti. In: HÜGEL Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussion. Stuttgart, 2003. S. 223.

²³³ Vgl. Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 205-206.

²³⁴ Vgl. BALDAUF Anette: Entertainment Cities. Stadtentwicklung und Unterhaltungskultur. Wien, 2008, S. 88-89 u. 96.

10.4. Die Erweiterten Soziokulturelle Rahmenbedingungen

Wie also kam es zu einer derart starken Betonung des symbolischen, kulturellen und sozialen Kapitals bei der Entstehung des Writings?

Hierfür ist zunächst notwendig, sich die soziokulturellen Rahmenbedingungen vor Augen zu führen, welche die Stadtgebiete New Yorks in denen das Writing zuerst entstand (Northern Manhattan, South Bronx und Central Brooklyn)²³⁵ während einer Phase der wirtschaftlichen Depression in den späten Sechzigern und Siebzigern speziell prägten.²³⁶ Nachdem, wie Bourdieu zeigte, gesellschaftliche Felder ihre spezifische Struktur der Verfügbarkeit beziehungsweise Nichtverfügbarkeit der verschiedenen Kapitalformen verdanken,²³⁷ überrascht es nicht, dass Protagonisten die aufgrund ihres Alters und ihrer ethnischen Zugehörigkeit, tendenziell von der Akkumulation ökonomischen Kapitals abgeschnitten sind, eine Praxis generieren, die weitestgehend von der Ökonomie des Kapitals abgekoppelt funktioniert, und einen Schwerpunkt auf die symbolische Ebene zur Erlangung von gesellschaftlicher Anerkennung legt.

Dies bezieht sich zunächst auf alle künstlerische Formen des Hip-Hop. Die neu geschaffenen, kulturellen Ausdrucksformen sind hier auch Ausdruck des aus der Not geborenen Erfindergeistes, die in ihrer Gesamtheit nicht zuletzt aus der Nichtzugänglichkeit zu den etablierten Kunst und Kulturformen entsprangen.

Tricia Rose legte bei ihrer Analyse der postindustriellen gesellschaftlichen Transformationen und ihrer Auswirkungen auf den Urbanen Kontext im Laufe der Sechziger und Siebziger Jahre, den Schwerpunkt ihrer Betrachtung auf die South Bronx,²³⁸ einem der vier New Yorker Stadtteile in denen Writing und Hip-Hop ihren Ursprung hatten, gleichzeitig bettet sie diese aber auch in die nationalen und internationalen Zusammenhänge ein, welche auf sämtliche „Geburts“-Viertel des Writings einwirkten.

²³⁵ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 58.

²³⁶ Vgl. ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994, S. 35-36.

²³⁷ Vgl. BPOURDIEU Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Hamburg, 1992, S. 50.

²³⁸ Vgl. ebd S. 27-34.

Der globale Kontext für die lokalen sozialen Problemfelder, vor allem in Bezug auf Arbeitslosigkeit, war die Abwertung des arbeitsintensiven industriellen Sektors im Zuge der Aufwertung des Dienstleistungs- und Kommunikationssektors, sowie der Finanzwirtschaft. Hinzu kamen neue globale Migrationsbewegungen in die industrialisierten Staaten.²³⁹

Das Arbeitsangebot im industriellen Sektor verknappte sich dadurch, während sich das Angebot der dafür in Frage kommenden Arbeiter durch Migration ständig vergrößerte. Gleichzeitig wurden auf einem nationalen Level in den U.S.A. die Bundesbudgets für die staatlichen Sozialprogramme in den Städten zurückgefahren.²⁴⁰

In New York trafen diese Kürzungen mit einer dramatischen Finanzkrise zusammen, welche die Stadt und den Staat New York an den Rand des finanziellen Ruins brachte. Der Zahlungsunfähigkeit konnte New York 1975 nur durch einen an rigorose budgetäre Einsparungsmaßnahmen im Bereich der öffentlichen Dienstleistungen gebunden Kredit der Bundesregierung entgehen.²⁴¹

Bevor die Krise überwunden war, wurden 60.000 Arbeitsplätze vernichtet, ebenso wie eine Vielzahl von Haushalten, von denen viele unter die Armutsgrenze fielen, was vor allem die afro-amerikanischen (40%) und hispanischen (30%) Familien betraf.²⁴²

Für den speziellen Fall der South Bronx wurden diese Faktoren noch verschärft, durch ein gezieltes Umsiedlungsprogramm von ökonomisch schwachen Haushalten in diesen Stadtteil, vor allem aber aus dem innerstädtischen Bereich, der durch dieses Programm, für den neu entstehenden Finanz- und Dienstleistungssektor ökonomisch aufgewertet werden sollte. Dies führte einerseits zu einer künstlichen Slumbildung, andererseits heizte es durch Verknappung des Wohnraums den Markt

²³⁹ Vgl. ebd. S. 27. u. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 16.

²⁴⁰ Vgl. ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994, S. 27.

²⁴¹ Vgl. ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994, S. 28.

²⁴² Vgl. ebd. S. u. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 35.

für billige Wohnungen an und verschärfte so die finanzielle Lage der unteren Einkommenschichten noch zusätzlich.²⁴³

Auf der kulturellen Seite wurde durch die Umsiedlungsprojekte historisch gewachsenen Kommunen auseinander gerissen und die ethnische Zusammensetzung der Stadtgebiete änderte sich. Straßengangs, die eine lange Geschichte in New York haben, kämpften nun um die Neuaufteilung der Gebiete und konnten zudem aus einem Pool von Aspiranten ständig neue Mitglieder werben²⁴⁴ nachdem sich die Jugendarbeitslosigkeit zwischen 74% und 86% bewegte.²⁴⁵

Mit dem Ansteigen der sozialen Spannungen erhöhte sich auch die Zahl der Gangs und deren Mitglieder. Am Höhepunkt der Gangaktivitäten dieser Zeit waren etwa 20.000 New Yorker Jugendliche aktive Mitglieder in Gangs, mit einer noch größeren Anzahl von Assoziierten und Zuträgern. Die Gangs wurden in einigen Vierteln derart dominant in ihrer Praxis der territorialen Vereinnahmung, dass es sogar für Polizei und Feuerwehr schwierig wurde, diese territorialen Grenzen zu überschreiten.²⁴⁶

Das neu aufkommende Writing stellte in diesem sozial aufgeheizten Klima für sozial an den Rand gedrängte Jugendliche eine Alternative dar, um jenseits der Gangmitgliedschaft Aufmerksamkeit und Anerkennung zu erlangen. Dabei wurden soziale Praktiken der Gangs, wie eben das Verbreiten des Gangnamens durch Graffiti und deren Ziele wie das Streben nach Respekt und Reputation übernommen. Auch in der Organisationsform der ersten Writergruppen diente die Gang als Modell. Gegenseitiger Schutz und die kollektive Identität waren auch für die Writer-Gangs von Bedeutung.²⁴⁷ Darüber hinaus entwickelten die Writer aber eigene Strategien, wie das Erweitern des Aktionsgebietes auf die gesamte Stadt und die stilistische Verfeinerung des Namens.

Ein weiterer New York spezifischer Aspekt, der zu der grundlegenden Fixierung des Writings auf die Inszenierung des Namens und des damit verbunden Prestige

²⁴³ Vgl. ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994, S. 30.

²⁴⁴ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 31.

²⁴⁵ Vgl. ebd. 143.

²⁴⁶ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 36.

²⁴⁷ Vgl. Ebd. S. 63-64.

beigetragen hat, ist die lange und besondere Tradition die hinter dieser Praxis des Namens steht. Repräsentiert und weltweit bekannt durch die endlosen, sich gegenseitig zu überstrahlen suchenden (Neon-)Reklamen des Times Square und des Broadways. Verbunden mit der Mythologisierung New Yorks als die Stadt die Unbekannte zu Stars machen kann, beziehungsweise in der sich jeder mit dem nötigen Ehrgeiz einen Namen machen kann, wurden den Writern eine Praxis der sozialen Abhebung vorgeführt, zu der sie selbst keinen Zugang hatten.²⁴⁸ Dass die Werbeindustrie einen großen Einfluss auf die Writer hatte, zeigt sich auch darin, dass sie formale Aspekte in der grafischen Gestaltung wie beispielsweise bestimmte Typographien und deren Umrandung übernommen und weiterentwickelt haben.

10.5. Zusammenfassung. Was bleibt vom Namen?

Das New York der Sechziger und Siebziger Jahre stellte auf ökonomischer Ebene durch Massenarbeitslosigkeit, sowie auf sozialer Ebene durch Entwurzelung und notwendiger Neupositionierung, einen besonderen Nährboden für die Entwicklung neuer jugendkultureller Bewegungen dar, bei denen ökonomisches Kapital, im Gegensatz zu symbolischem, keine Rolle spielen konnte, schlichtweg weil die Akteure keinen Zugang zu ihm hatten. Durch die Erfahrung von sozialem Abstieg, verstärkte sich die Vorstellung, dass Aufstieg auf einer ökonomischen Ebene auch nicht möglich war. Alternative Formen von Respekt und Anerkennung vor allem durch Gleichaltrige, war zuerst durch Gangs möglich die speziell in den Entstehungsgebieten des Writing tätig waren

Die Wahl einer Praxis die auf der Inszenierung des Namens beruht, wurde den Leitbildern der dominanten Kultur- und Werbeindustrie entnommen, und mit eigenen Mitteln umgesetzt. So konnten sie sich zu Königen (Kings) innerhalb einer selbst erschaffenen Ökonomie von Prestige krönen oder krönen lassen.

²⁴⁸ Vgl. AUSTIN Joe: Knowing their place. Local Knowledge, Social Prestige and the Writing Formation in New York City. In: AUSTIN Joe/ WILLARD Michael: Generations of youth: youth cultures and history in twentieth-century America. New York, 1998, S. 243.

Im größeren Rahmen, also dem Rahmen der dominanten Schicht, blieben sie Spielzeuge (Toys) der Macht.

Die medialen Reaktionen zeigten, wie – bezogen auf die prekären Lebensbedingungen im New York der Siebziger – zuerst die Jugendlichen in Gangs und später die Writer zur Ursache eines sozialen Problems gemacht wurden, dessen Symptom sie eigentlich waren. Joe Austin beschreibt dies in „Taking the Train“, eingehend:

„But according to the Times, the real cause of cynicism, sadness, and hopelessness in New York city in 1979 was the actions of young vandals, including those writing their names on the subway“²⁴⁹

Die Codierung des Zeichen Writing wurde in dieser Zeit, unabhängig von den Akteuren, um die Bedeutung des sozialen Abstiegs und drohender Kriminalität erweitert. Vorstellungen die sich bis heute hartnäckig in der „broken window theory“ halten, der zufolge offensichtliche Zeichen der Verwahrlosung eines Stadtteils, wie ein nicht repariertes eingeschlagenes Fenster, oder eben ein nicht entferntes Graffiti, als deren Ursache für weitere soziale Probleme herangezogen werden können, und darüber hinaus den Grund für folgende Kriminalität darstellen.²⁵⁰

Die verschiedenen Praxisformen des Writing, in Bezug auf Fame und Wettbewerb, haben sich mit der kulturellen Diffusion der Kultur auf andere Länder mit übertragen und bis heute weitgehend gehalten. Interessant an dieser Fortschreibung einer kulturellen Praxis mit dem entsprechenden Zielen ist, dass es sich über die räumliche und zeitliche Distanz beobachtet, um Protagonisten tendenziell unterschiedlicher sozialer Provenienz handelt. Während es sich bei den frühen Akteuren in New York überwiegend noch tendenziell von sozialen Aufstieg ausgeschlossene hispanische oder afro-amerikanische Jugendliche handelte,²⁵¹ sind die Mitglieder der Szene in Deutschland, bei Roman Hitzler, mittlerweile überwiegend der Mittel- und

²⁴⁹ Vgl. AUSTIN Joe: Knowing their place. Local Knowledge, Social Prestige and the Writing Formation in New York City. In: AUSTIN Joe/ WILLARD Michael: Generations of youth: youth cultures and history in twentieth-century America. New York, 1998, S. 144.

²⁵⁰ Vgl. WILSON Q. James/KELLING George L.: Broken Windows. Atlantic Monthly (1982). In: LEGATES Richard T./STOUT Frederik (Hrsg.): The City Reader. New York, 2003, S. 268-276.

Oberschicht entstammend und überdurchschnittlich gebildet.²⁵² Ebenso kommt Nancy McDonald bei ihrer Untersuchung rezenter Writerkulturen in London und New York zu dem Schluss, dass es heute eine starke Durchmischung in sozialer und ethnischer Hinsicht gibt, und die Reduktion des sozialen Phänomens Writing nicht mehr durch Klassenzugehörigkeit erklärt werden kann.²⁵³ Soziodemografische Daten, welche die Sichtweise von Graffiti-Writing als eine Ausdrucksform von gesellschaftlich marginalisierten Jugendlichen, zumindest für die heutige Zeit und den genannten Regionen, nicht mehr zulässt. Nicht verändert hat sich die Dominanz von männlichen Akteuren und deren Alter zwischen 16–20 Jahren.²⁵⁴

Die genannten Daten beziehen sich vor allem auf illegales Sprayen und zeigen, dass die geteilte Illusio – der gemeinsame Glaube, bezüglich der Ziele (Fame) und deren Erreichen – mittels Wettkampf über zeitliche, räumliche und auch soziale Grenzen hinweg fortgeschrieben wird. Dieses Fortschreiben einer sozialen Praxis, durch den Hysteresis Effekt des Habitus, der eben nicht nur das Festhalten einzelner Akteure an einem bestimmten Habitus meint, sondern auch das Überdauern eines Habitus in einer Praxis selbst, wenn sich die Zugangsbedingungen und somit das soziale Umfeld der Akteure geändert haben, ist ein weiteres wesentliches Merkmal der Writing-Kultur global gesehen, und hat zur Ausformung ähnlicher Strukturen in allen Teilen der vor allem industrialisierten Welt geführt. Dies betrifft soziale Praxisformen, wie das Hervorheben des Fame-Aspekts genauso, wie die Anforderungen an die formale Gestaltung der Produkte.

Diese global sehr ähnlichen Ausformungen werden im optischen Bereich erklärt, mit technischen Aspekten (begrenzte Auswahl an Arbeitsgeräten) und der Konzentration auf stilistische Aspekte,²⁵⁵ wobei offen bleibt, wieso sich die Szene von Beginn an

²⁵¹ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Career and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S.235. u. ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994, S. 41-42.

²⁵² Vgl.: MANING Yvette, RHEINEBERG Falko: Was macht Spaß am Graffiti-Sprayen? Eine induktive Anreizanalyse. In: Report Psychologie. Zeitschrift des Berufsverbands Deutscher Psychologinnen und Psychologen. Berlin, 2003, S. 223. u. HITZLER Roman, BUCHER Thomas, NIEDERBACHER Arne: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergesellschaftung heute. Wiesbaden, 2005, S.102.

²⁵³ Vgl. MC DONALD Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001, S. 95.

²⁵⁴ Vgl. ebd. u. LACHMANN Richard: Graffiti as Career and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S.235. u. MC DONALD Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001, S. 229.

²⁵⁵ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 35.

derart stark auf stilistischen Aspekte unter sehr engen und strikten Regeln festlegte. Es liegt nahe, dass in einer Praxis die derart konzentriert auf das Erlangen von Ruhm unter gegenseitigem Wettbewerb ausgerichtet ist, individuelles Schöpferum nur innerhalb strenger Regeln akzeptiert werden kann, da sonst die Regeln des Wettbewerbs, vor allem die des direkten Vergleichs, nicht mehr anwendbar wären. Mittels der spezifischen Regeln des Wettbewerbs, auf die ich im Folgenden noch näher eingehen werde, werden die Hierarchien innerhalb des Feldes festgelegt, entsprechend des Einsatzes, des innerhalb der Szene erworbenen spezifischen kulturellen Kapitals, welches durch praxiskonforme Anwendung in symbolisches beziehungsweise soziales Kapital transformiert wird.

11. Der Marsch durch die Galerien. Writing und Kunst in den Achtzigern

Writing als kodiertes Zeichen bedarf eines spezifischen, innerhalb der Gruppe gehandelten, kulturellen Kapitals, um es entsprechend der Intention des Senders zu decodieren. Fehlt dieser Code, kommt es entsprechend des Habitus des Empfängers zu unterschiedlichen Interpretationen des Zeichens.

Im Laufe des ersten großen Hip-Hop-Booms Anfang der Achtziger Jahre, wurde Writing global als Ausdruck einer neuen urbanen Jugendkultur gedeutet,²⁵⁶ für den sich auch die etablierte Kunstwelt auf einem internationalen Niveau zu interessieren begann.

Die Graffiti-Writing-Kultur hatte sich zu diesem Zeitpunkt bereits über fünfzehn Jahre abseits des Kunstfeldes eigenständig entwickelt, stand also nicht dessen Tradition im weg.

In diesem Kapitel möchte ich, anhand der Writer-Kultur und der etablierten Kunstwelt, exemplarisch das Aufeinanderprallen von zwei relativ autonomen Feldern, mit unterschiedlichen inkorporierten kulturellen Kapital und Habitusformen, nachzeichnen.

11.1. Die Vereinnahmung der „edlen Wilden“ aus der Bronx. Die internationale Kunstwelt entdeckt die New Yorker Writer

Bereits zwischen 1972 und 1975 gab es einen ersten, auf New York beschränkten Versuch, Writing als Kunst über Leinwände zu vermitteln.²⁵⁷ Einige Bilder verkauften sich um bis zu 3.000 \$, doch der Markt und auch die Writer verloren schnell das Interesse. Lachmann führt das schnell abhanden kommende Interesse der Writer

²⁵⁶ Vgl. HÜGEL Hans-Otto: Graffiti. In: HÜGEL Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussion. Stuttgart, 2003. S. 221.

²⁵⁷ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007. S. 26.

unter anderem auf die noch intakten Writer Corners zurück.²⁵⁸ Treffpunkte, die für die Selbstorganisation der Writer wichtig waren. An den Corners wurde über Qualität und Stil entschieden, und das relevantere soziale Kapital verteilt, als in den Galerien. Die Anerkennung über den Verkauf in einer Galerie, stelle lediglich eine zusätzliche Quelle für Fame dar.²⁵⁹

Die Writers Corner wurden Anfang der Achtziger von der Polizei aufgelöst,²⁶⁰ und es schien durch die restriktive Anti-Graffiti-Politik der Stadt tatsächlich einen Rückgang von illegalen Graffiti zu geben,²⁶¹ zumindest zog es sich zurück, wurde weniger sichtbar und damit auch weniger prestigeträchtig.²⁶²

Gleichzeitig öffneten sich Galerien und Museen als neue Aktions-Felder für die Writer. Ein Run auf Graffiti Writing als Kunstgegenstand setzte ein, der mit einem allgemeinen Boom am Kunstmarkt einherging. Es wurde chic, Kunst zu kaufen, nicht nur für eine überschaubare Anzahl von Kunstinteressierten, vielmehr etabliert sich der Umgang mit Kunst als Anlageobjekt für Jedermann (mit dem entsprechenden Kapital), in das man investierten konnte, wie in Aktien. Dadurch entstand eine enorme Nachfrage, welche die Preise in die Höhe trieb, gleichzeitig waren Galeristen und Händler ständig auf der Suche nach neuen Trends und Spekulationsobjekten.²⁶³ Zusätzlich gab es Anfang der Achtziger eine jener periodischen Ausrufungen der Wiedergeburt der totgesagten Malerei,²⁶⁴ welche die Eingliederung des Writing in den Kunstmarkt zumindest potenziell erleichtert.

Somit gab es Anfang der Achtziger sowohl im Writer-Feld, als auch im etablierten Kunstfeld, günstige Bedingungen für eine gegenseitige Annäherung, die sich

²⁵⁸ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 246.

²⁵⁹ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 243

²⁶⁰ Vgl. ebd.

²⁶¹ Vgl. CASTLEMAN Craig: The Politics of Graffiti. In: FORMAN Murray/NEAL Mark Anthony (Hrsg..) That´s the Joint! The Hip-Hop Studies Reader. New York, 2004, S . 27.

²⁶² Vgl.AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 238-239.

²⁶³ Vgl. EMMERLING Leonhard. Jean Michel Basquiat. Köln, 2003, S. 8-9.

²⁶⁴ Vgl. LYKKEBERG Toke: Graffiti und Steet Art. Zeitgenossen zeitgenössischer Kunst. In: REINKING Rik (Hrsg.): STILL ON AND NON THE WISER an exhibition with selcted urban artists. Mainaschaff, 2008. S. 33.

nichtsdestotrotz als schwieriger erwies, als dies erste euphorische Kommentatoren vermuten lassen.

11.2. Vermittlungs- und Vermarktungswege des Writings der Achtziger

Während es den Writern gelang, durch gezieltes Platzieren ihrer Produkte auf den öffentlich Raum, relativ rasch Aufmerksamkeit zu erregen, stellte sich bei der Rezeption durch die etablierte Kunstszene die Frage, ob es sich dabei tatsächlich um Kunst handelt.²⁶⁵ Die Akteure standen vor dem Problem ihre Tätigkeit unter neuen Bedingungen rechtfertigen zu müssen, und

„...den getreuen Anhängern der legitimierten Bildung einen genauen Ersatz dessen, was als Sanktioniert gilt, zu verschaffen (der freilich nicht umhin kann als Ersatz zu erscheinen), das Gefühl nämlich der kulturellen Legitimität ihres Tätigkeitsbereichs mitsamt den obligaten Rückversicherungen, von den technischen Modellen bis zu den ästhetischen Theorien.“²⁶⁶

Bourdieu bezieht sich hier exemplarisch auf die aufkommende Fotografie, seine Einschätzung lässt sich aber ebenso auf die Probleme der Writer übertragen, und führt zu einem grundlegendem Problem, das sich in weiterer Folge als eines der entscheidenden Hemmnisse zur Etablierung des Writing in der legitimierten Kunstszene erweisen sollte: Den Akteuren fehlte, von wenigen Ausnahmen abgesehen, die entscheidende (akademische) Ausbildung,²⁶⁷ die sie einerseits erst dazu befähigt hätte, die im Kampf um Legitimität notwendigen theoretischen Einordnungen in den Kanon der Kunst und ihrer Geschichte zu liefern, sowie andererseits die notwendigen konzeptionellen Modulationen am Werk selbst vorzunehmen.

²⁶⁵ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 149.

²⁶⁶ BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970, S. 107.

²⁶⁷ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Career and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 247.

Für die erste Vermittlung musste die Botschaft des Writings zunächst umcodiert und in die Tradition der etablierten Kunst eingegliedert werden. In der Regel geschah dies aus oben genannten Gründen nicht durch die Writer selbst, sondern durch autorisierte Vermittlungsinstanzen des Kunstbetriebs in Gestalt von Kritikern und Galeristen.²⁶⁸ Kunsthistorisch wurde Graffiti Art als Nachfolger der abstrakten Expressionisten eingestuft,²⁶⁹ oder es wurden direkte Verbindungen zur damals noch aktuellen Pop-Art hergestellt,²⁷⁰ als deren Nebenprodukt es gehandelt wurde. Weniger freundliche Kommentatoren legten es in Bereich der Volkskunst oder Trivialkunst.²⁷¹ Mit den bemühten Traditionsverweisen wurde versucht eine Kunstform in die Kunstgeschichte einzugliedern, deren Ursprung außerhalb der Tradition der künstlerischen Stilepochen liegt.²⁷²

Neben der, sich als sperrig erweisenden, kunstgeschichtlichen Einordnung, wurden vor allem die ursprünglichen sozialen Aspekte des Writings und seiner Produzenten bei der Vermarktung in Spiel gebracht.

Wie Austin festgestellt hat, wurde das Element des Verbotenen, der Kriminalität, in beinahe allen Artikeln zum Writing in Galerien herausgestrichen. Das gefährliche Image machte das Phänomen für die Kunstwelt interessant, und sollte zumindest ein wenig seiner rauen Aura in Form von Authentizität auf sie übertragen. Ebenso wurde die reale oder konstruierte „Ghetto“-Vergangenheit²⁷³ und die ethnische Zugehörigkeit der Akteure in den Verkauf von Writing als soziales Phänomen mit einbezogen.²⁷⁴

²⁶⁸ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S.193-194.

²⁶⁹ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 135.

²⁷⁰ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti Kunst und Kultur. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989, S. 56. u. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 137.

²⁷¹ Vgl. SAYRE Henry M.: The objekt of Performance. The American Avant-Garde since 1970, Chicago, 1992, S. 12.

²⁷² Vgl. LYKKEBERG Toke: Graffiti und Street Art. Zeitgenossen zeitgenössischer Kunst. In: REINKING Rik (Hrsg.): STILL ON AND NON THE WISER an exhibition with selected urban artists. Mainaschaff, 2008. S. 30.

²⁷³ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 246.

²⁷⁴ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S.198.

Die Künstler wurden als Naturtalente präsentiert, als wahre Boheme, die trotz ihrer Herkunft über dieselben malerischen Fähigkeiten verfügten, wie „echte“ ausgebildete Künstler.²⁷⁵

Der große Run auf Writing durch die Kunstwelt begann 1980 mit der Eröffnung der Fun Art-Galerie, die mit dem neuen und erfolgreichen Konzept der Gemeinschaftsausstellung von Writern und akademisch ausgebildeten Künstlern punktete, das in Folge auch von anderen Galerien übernommen wurde.²⁷⁶ In den folgenden Jahren fanden eine Reihe von größeren Einzel- und Gruppenausstellungen in New York, auch in renommierten Galerien, statt.

Nach Europa kam Writing unter anderem im Rahmen der Dokumenta 7 1982 in Kassel, der Art Basel 1984,²⁷⁷ oder der Biennale in Venedig ebenso 1984.²⁷⁸ Vor allem in Deutschland, Holland und Italien gab es ab 1982 eine Reihe von Ausstellungen und Ankäufe durch Sammler und Museen.²⁷⁹ Über Nacht wurde dem neuen Phänomen in Europa die Museumsreife zugesprochen.²⁸⁰

In New York war die „Post-Graffiti“ Ausstellung 1983 in der Sidney Janis Galerie mit achtzehn teilnehmenden Writern eine der Größten.²⁸¹ Am Höhepunkt des Graffiti Art Booms kamen Sammler aus der ganzen Welt, hauptsächlich aus Europa und Japan, nach New York, um am neuesten Hype teilhaben zu können. Einzelne Künstler konnten bis zu fünf Galerien gleichzeitig bedienen,²⁸² oder waren auf den Titelseiten der großen Kunstzeitschriften vertreten.²⁸³ Es wurden ständig neue echte oder

²⁷⁵ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Carrer and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 246.

²⁷⁶ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 26.

²⁷⁷ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 136 u. 139.

²⁷⁸ Vgl. HUGHES Robert: Gliding over a Dying Reef. In: Time Magazine. 2. Juli, 1984.

www.time.com/time/magazine/article/0,9171,926686,00.html (Abgerufen am 9. Juli 2009).

²⁷⁹ Vgl. GLUECK Grace: Gallery View: On Cancas, Yes, But Still Eyesores. In: New York Times. 25. Dezember, 1983.

²⁸⁰ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 29.

²⁸¹ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S.191-192.

²⁸² Vgl. WITTEN Andrew/WHITE Michael: Dondi White-Style Master General- the Life of Graffiti Artist Dondi White. New York, 2001, S. 113.

²⁸³ Vgl. Art in America. Oktober 1982. Titelseite.

vermeintliche Stars aus dem großen Pool der Writer-Szene präsentiert, was schnell zu einer Übersättigung des Marktes führen sollte.

11.3. Transformationen. Werk und Wertung

Die Vermittlung von Writing als Kunst gestaltete sich im Laufe der Achtziger zunehmend schwierig, für die Händler war auf Dauer nicht das nach den Regeln der Szene intern erworbene symbolische Kapital wichtig, und auch nicht die Romantisierungen der Künstler, sondern deren Fähigkeit sich dem Kunstmarkt und dessen Regeln zu öffnen.²⁸⁴

Und so waren die Akteure welche länger anhaltende Anerkennung, und die größten kommerziellen Erfolge auf dem Kunstmarkt einfahren konnten auch keine Writer im engeren Sinn, sondern Akteure des Kunstfeldes die lediglich vom Writing inspiriert waren.²⁸⁵ Keith Haring und Jean Michel Basquiat die als Graffiti Künstler vermarktet wurden, beschäftigten sich nie mit der Verbreitung des Namens. Haring malte Figuren mit Kreide an leere Plakatwände in U-Bahnstationen. Basquiat verbreitete Spruchgraffitis im Künstlerviertel Soho unter seinem Pseudonym SAMO.²⁸⁶ Beide, Haring und Basquiat, wurden und werden von der Kunstgeschichte dennoch unter dem Begriff Graffiti-Art gehandelt und vermarktet obwohl weder sie sich selbst zur Szene zählten, noch diese sie als Graffiti-Writer wahrnahm.²⁸⁷

Aber auch einige Writer konnten ihr symbolisch auf den U-Bahnen erworbenes Kapital in Galerien in ökonomisches Kapital umwandeln, wenn auch Ihre Werke nie die Preise von Haring oder Basquiat erreichten.²⁸⁸ Im Gegensatz zu diesen mussten sie an ihren Produkten sobald sie auf Leinwänden in Galerien verkauft werden sollten Modulationen vornehmen. Die Kunstwelt nahm Writing als exotisch Phänomen aus dem Ghetto war, befand es über einen kurzen Zeitraum sehr schick,

²⁸⁴ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 141.

²⁸⁵ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 195.

²⁸⁶ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008. S. 96.

²⁸⁷ Vgl. ebd. S. 18.

²⁸⁸ Vgl. ebd. S. 94.

interessierte sich aber für die Distributionen von Ruhm und Prestige im illegalen Kontext der Produktion nicht weiter.²⁸⁹ Die Strategie der Reproduktion des Namens genügte auf dem Feld der Etablierten Kunst nicht mehr, vielmehr ging es darum eine Position als Künstler zu beziehen.²⁹⁰

Die künstlerischen Strategien mussten dem Feld angepasst werden, die meisten Akteure lösten dies durch Modulationen an den formalen Aspekten ihrer Arbeit – dadurch dass sie den Namen in der Komposition nicht mehr die zentrale Position zukommen liesen, oder ganz auf ihn verzichteten (Lee Quiones) und figurative Elemente in den Vordergrund rückten. Die Motive verhandelten teilweise den kulturellen Kontext der Akteure im Allgemeinen oder den kulturellen Kontext des Writings im Speziellen (DAZE). Ebenso wurden sozialkritische Themen angesprochen oder die konfliktbeladene Beziehung der Writer zum Kunstfeld (QUICK). Manche versuchten sich auch mit einer unmittelbaren Synthese aus Writing und Pop-Art (CRASH), oder schöpfen ihre Motive aus Comic oder Actionfilmen (SEEN).²⁹¹

Die zweite Strategie wäre eine theoretische Einbettung von einer weiterhin auf Buchstaben und Namen konzentrierten Arbeit (RAMZELLE). RAMZELLE nutzte sein kunsthistorisches Wissen, also sein kulturelles Kapital im klassischen Sinne, um seine Kunst unter anderem als Befreiung des Buchstaben aus seiner gesellschaftlich genormten Funktion zu deklarieren. Unter anderem, weil er in Folge eine Fülle von -ismen und Theorien entwickelte, in denen er sich auch mit seiner Position zum Kunstmarkt auseinandersetzte.²⁹² RAMZELLE blieb weitgehend der einzige Writer dieser Zeit, der eine theoretische Zuordnung versuchte. Seine Theorie stellt eine Annäherung an die Theorie von Jean Baudrillard dar, der ersten wissenschaftlichen Theoretisierung des Writings, in der er den New Yorkern eine revolutionäre Funktion zusprach. In seinem vielzitierten Aufsatz „KOOL KILLER oder der Aufstand durch Zeichen“²⁹³ fasst er sie als leere Signifikanten auf, die auf nichts weiter verweisen, als

²⁸⁹ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 194.

²⁹⁰ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti- Kultur und Kunst. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989. S. 56.

²⁹¹ Vgl. ebd. S. 56-59.

²⁹² Vgl. ebd. 60-61.

²⁹³ Vgl. BAUDRILLARD Jean: Der Symbolische Tausch und der Tod. Berlin, 2005, S. 120-130.

auf sich selbst und so die Zeichenwelt der Moderne vor allem der Konsumwelt durchbrechen, in der die Ästhetisierung des Realen derart fortgeschritten ist, dass ein Unterschied zwischen Kunst und Realität nicht länger auszumachen ist.

11.4. Abgrenzungen. Die Welle Bricht

Die wohl größte Ausstellung in New York fand in der Sidney Janis Galerie statt. Geführt und geleitet von dem Sammler Sidney Janis, der bereits den abstrakten Expressionisten und der Pop-Art zum Durchbruch verholfen hatte, und sich nun ähnliches von der Förderung der Writer erhoffte,²⁹⁴ ohne jedoch mit der Szene vertraut zu sein.²⁹⁵

Mit dem Titel „Post Graffiti“ sollte eine Trennlinie zwischen der illegalen Kunst auf den Straßen und der Hochkultur in den Galerien gezogen werden. Obwohl die Show noch durchgehend gute Kritiken bekam, markierte sie auch Wendepunkt im Verkauf des Writings auf hohem Niveau, und durch die „Top“ Galerien. Einige Writer konnten noch im Laufe der Achtziger ihre Arbeiten weiterverkaufen. Vor allem in Europa hielt das Interesse noch länger an, weshalb auch viele der New Yorker Writer in den Achtzigern nach Europa gingen, wo sie bis zum Ende der Dekade einen schmalen Nischenmarkt bedienen konnten.²⁹⁶ In New York kauften bereits 1983 die Galerien keine weiteren Graffiti Bilder, während die Händler noch Optimismus zu versprühen suchten.²⁹⁷ In Europa hielt sich das Interesse an Graffiti Art zwar etwas länger, der Höhepunkt der Popularität war aber bereits 1985 überschritten.²⁹⁸

Der schnelle Aufstieg und Fall des Writings blieb nicht ohne Auswirkungen auf die Akteure. Viele Writer waren tatsächlich aus dem materiellen Nichts innerhalb

²⁹⁴ SIDNEY Janis dazu im Interview STAHL Johannes: „So it was a chance for a reliable gallery like ours to really sponsor that kind of art because the whole thing might develop into something or the whole thing might collapse.“ In: STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 138.

²⁹⁵ Vgl. STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 141.

²⁹⁶ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 192.

²⁹⁷ Vgl. LACHMANN Richard: Graffiti as Career and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988, S. 246-247.

²⁹⁸ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 29.

kürzester Zeit zu vielbeachteten Stars aufgestiegen. Der plötzliche Entzug der finanziellen Basis ihrer Existenz und, nicht weniger bedeutend, der gesellschaftlichen Anerkennung, verlief nicht unproblematisch.²⁹⁹ Viele zogen sich enttäuscht vom Writing oder der Kunst im Allgemeinen zurück, oder wechselten in den kommerziellen Kreativbereich, der bereits vor dem Ansturm der Galerien eine alternative Plattform zur Transformation des innerhalb des Feldes erworbenen Kapital darstellte.³⁰⁰

11.5. Die gescheiterte Implementierung des Writing und die Diskordanz des Habitus

Für das Scheitern des Writings auf dem Kunstmarkt werden eine Vielzahl von Gründen angeführt, die sich auf soziale Aspekte, verteilt auf drei Ebenen subsumieren lassen. Erstens der Habitus der Akteure bedingt durch die Primärsozialisation, zweitens die Entstehung der Writing-Kultur als soziale Formation außerhalb des Kunstbetriebs und drittens die soziale Dekontextualisierung der Werke durch den Übergang in den geschützten Galeriebetrieb.

Der Habitus, bedingt durch Herkunft der meisten Writer aus den ökonomischen Randzonen von New York, die in der Vermittlung von Writing als Kunst gerne ins Spiel gebracht wurde, erwies sich in weiterer Folge als ein Problem auf der Ebene des gesellschaftlichen Umgangs im Ausstellungsbetrieb, als die „Wilden Männer von der Straße“ sich tatsächlich so verhielten, wie das Image mit dem sie vermarktet wurden. Sidney Janis dazu: „Between their painting they were bad boys and I had a lot of trouble with them.“³⁰¹ Der Habitus diskordiert hier aber nicht nur die beklagte Abweichung in den sozialen Umgangsformen, den Manieren, sondern vielmehr auch in Bezug auf das kulturelle Wissen (Kapital) bedingt durch eine entsprechende Ausbildung und die längerfristige Verbundenheit mit den Feldern. Schulisch und

²⁹⁹ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008, S. 94.

³⁰⁰ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 201.

³⁰¹ JANIS Sidney im Interview STAHL Johannes. In: STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 138.

akademisch kanonisierten Traditionen der Wissensvermittlung in Bezug auf Kunst standen hier einer autodidakten und selbstregulierten Wissenstradition der Writer gegenüber. Es fehlte den Akteuren folge dessen die gemeinsame Sprache, um in die üblichen Debatten über Legitimität einzutreten und „die Durchsetzung neuer Denk- und Ausdrucksweisen, die mit den geltenden Gewohnheiten brechen, (...).“³⁰² auf der Basis eines gemeinsamen Zeichensatzes zu verhandeln.

Auf der Ebene der Felder wird die kulturelle Formation und Tradition des Writings außerhalb des Kunstfeldes etwa von Austin stark hervorgehoben. Die bereits ausdefinierte eigene symbolische Ökonomie des Prestiges erschwerte es der Writer-Kultur, sich für die Ökonomie des Kunstmarktes (die sich durch die Leugnung der Ökonomie kennzeichnet) zu öffnen. Während der Kunstmarkt die Codierung des Writings nicht längerfristig nachvollziehen konnte und nach einer Codierung außerhalb der Prestigeökonomie des Writer-Feldes verlangte.³⁰³ So sehr sich die Writer auch für die gesellschaftliche Anerkennung ihres Schaffen vermittelt durch die etablierte Kunstwelt interessierten,³⁰⁴ hatten sie dennoch ein eigenes System der symbolischen Gratifizierungen, welches ihnen einerseits zumindest potentiell als Rückversicherung diene, falls der Übertritt nicht gelingen sollte und andererseits ihnen eine kollektiver Identität vermittelt, die in Diskordanz zu den neuen Praxisformen des Kunstfeldes standen. Die Writer spielten das Spiel des Kunstmarktes bis zu einem gewissen Grad mit um gesellschaftliche und vor allem ökonomischer Anerkennung zu erlangen, blieben aber innerlich auf Distanz.³⁰⁵

Auf der Bildebene werden durchgehend ähnliche Vorgänge beschrieben.³⁰⁶ Den Arbeiten wird vorgeworfen, dass sie einmal ihrem urbanen Umfeld entrissen, in den Galerien und Museum, nicht dieselbe Wirkung entfalten können. Selbst konservative Kommentatoren und Kritiker der Bewegung in ihrer illegalen Erscheinungsform

³⁰² BOURDIEU Pierre: Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt am Main, 2001.S. 379.

³⁰³ Vgl. ebd. S. 187.

³⁰⁴ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 193.

³⁰⁵ Vgl. LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008. S. 42.

³⁰⁶ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 199-200.

beklagten in diesem Zusammenhang plötzlich den Verlust von Spontaneität und Impulsivität.³⁰⁷

Ein Aspekt, der meiner Meinung nach unterschätzt wird, ist die Rolle des Kunstfeldes als dominantes Feld bei der Überschwemmung des Marktes. Zu einem hohen Grad ist das Kunstfeld, das genauso wenig wie die Writer geschlossen agierte, mit verantwortlich für das schnelle Ende des Booms. Wenn neue Trends als neue Schule oder Stilrichtung erfolgreich vermarktet werden, werden wenige unterscheidbare Künstler-Individuen ausgewählt, die anschließend abgeschirmt produzieren. Vor allem sollten ihre Werke kontrolliert an den Markt abgegeben werden, um einerseits für den Galeristen oder Händler die Preise hoch zu halten, aber auch um das Interesse des Publikums an der neuen Bewegung am Leben zu halten.³⁰⁸ Gegenteiliges passierte beim Writing. Jeder wollte auf den fahrenden Zug aufspringen. So wurde der Markt unkontrolliert mit Produkten von immer mehr Writern überschwemmt, die äußerst willkürlich ausgewählt wurden,³⁰⁹ was zur Folge hatte, dass die Qualität der Leinwandbilder teilweise hinter dem, was auf den Zügen zu sehen war, hinterherhinkte.³¹⁰

Der Habitus, beziehungsweise die Diskordanz der Habitusformen der zwei Felder, scheint schlussendlich der dominierende Faktor bei der Unvereinbarkeit der Felder gewesen zu sein, da die Akteure über verschiedene Sprach- und Bewertungssysteme verfügten. Sowenig die Writer über kunsthistorisches Wissen verfügten, so wenig waren ihre Beurteilungskriterien und ihr ästhetisches Vokabular auf dem Kunstfeld bekannt oder von Relevanz.³¹¹ Aufgrund dessen konnten sich nicht jene Debatten mit den entsprechenden Dynamiken über die Legitimität ihrer

³⁰⁷ Vgl. GLUECK Grace: Gallery View; On Canvas, Yes, But Still Eyesores. In: New York Times. 25. Dezember 1983. www.nytimes.com/1983/12/25/arts/gallery-view-on-canvas-yes-but-still-eyesores.html (Abgerufen am 9. Juli 2009).

³⁰⁸ Vgl. NEUMANN Dolores im Interview mit STAHL Johannes. In: STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990, S. 138.

³⁰⁹ Wie etwa die Teilnahme eines 11 Jährigen an einer Gruppenausstellung in New York zeigt. Vgl. GLUECK Grace: Art: One Man's Biennial Assembles 102 Artists. In: New York Times. 15. April 2008. www.nytimes.com/1983/04/15/arts/art-one-man-s-biennial-assembles-102-artists.html (Abgerufen am 9. Juli 2009).

³¹⁰ Vgl. REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007, S. 31.

³¹¹ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001, S. 194.

Kunstform entwickeln, wie sie sonst für das künstlerische Feld typisch sind.³¹² Wenn das mangelnde Kunstwissen der Akteure angeprangert wird,³¹³ korreliert das mit Teilaspekten des Habitus, welcher in direkter Verbindung zu kulturellem Kapital steht, das bei entsprechender (schulischer) Bildung durch Einübung und Wiederholung verleiht, (inkorporiert) wird.³¹⁴ Es verweist aber auch auf ein Ausschlussverfahren des künstlerischen Feldes das all jenen keinen Platz einräumt, „die die Geschichte des Feldes und alles, was es hervorgebracht hat (...) nicht kennen.“³¹⁵ Ohne die Kenntnis der sich stetig abwechselnden Traditionen, Theorien und -ismen fehlt den Writern als Anwärtern von Positionen im Feld die „Zulassungsvoraussetzung“.³¹⁶

Für die Writer markiert der Übergang in die Kunstszene eine jener krisenhaften Rahmenbedingungen, in denen die Erwerbsbedingungen eines Habitus mit den Anwendungsbedingungen zu diskordieren beginnen. Und war, bei der Annäherung der Felder, vor allem das Problem der Writer, nachdem sie versuchten sich auf einem neuen dominanten Feld mit neuen Regeln zu etablieren.

Bezeichnend für das Kräfteverhältnis der zwei Felder ist die Tatsache dass stets nur von einer notwendigen und letztendlich gescheiterten Annäherung der Writer an das Kunstfeld ausgegangen wird, kaum aber die mangelnde Öffnung des Kunstfeldes für die Kultur der Writer in Spiel gebracht wird.³¹⁷ Es stellt sich aber auch die Frage, ob die genannten Probleme der Galeristen mit den Writern, auf der Ebene des persönlichen Umgangs, auch dann derart tragend geworden wären, wenn sie sich in das intellektuelle Spiel des künstlerischen Feldes eingegliedert hätten, oder auch nur wenn sich die Werke unverändert hätten weiterverkaufen lassen. Bei Jean Michel Basquiat, der sich erfolgreich eingliederte und verkaufte, wurde die Rolle des „Wild Man“ nicht nur lange toleriert sondern vielmehr gefördert.³¹⁸

³¹² Vgl. BOURDIEU Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 1987, S. 379.

³¹³ Vgl. RICHARD Rene: The Radiant Child. Artforum Magazine. Vol. 4, Dezember 1982, S. 40.

³¹⁴ Vgl. BOURDIEU Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Hamburg, 1992, S. 55-56.

³¹⁵ BOURDIEU Pierre: Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt am Main, 2001, S. 386.

³¹⁶ Vgl. ebd. S. 385.

³¹⁷ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 194.

³¹⁸ Vgl. EMMERLING Leonhard. Jean Michel Basquiat. Köln, 2003, S. 14.

Die offenen Strategien der Writer in Bezug auf den Erwerb von zuerst lediglich symbolischen Kapital und durch die Vermarktung auf dem etablierten Kunstfeld auch von ökonomischen Kapital³¹⁹, berühren darüber hinaus auf unangenehme Art wunde Punkte in der Selbstwahrnehmung des künstlerischen Feldes und der ihm eigenen *illusio*, die in ihrer Gesamtheit als unangebracht eingestuft werden müssen, um den Glauben an die gemeinsamen Ziele und den Strategien zu deren Erlangung aufrechterhalten zu können. Die Distribution der kulturellen Güter, sowie die Dynamik im künstlerischen Feld basieren auf einer Verneinung der Ökonomie, die mit der Idee des

„reinen Künstlers, der keinen anderen Zweck als die Kunst kennt und den Sanktionen des Marktes, der öffentlichen Anerkennung, dem Erfolg, indifferent gegenüber steht, (...)“³²⁰

einhergeht.

Im Speziellen war das künstlerische Feld in Amerika vor den Siebzigern analog zu diesem Konzept geprägt von dem Glauben an die „Great Tradition“, die eine strenge Trennung von kommerzieller Kunst und „wahrer“ Kunst aus reinem Selbstzweck, vorsah. Der Mythos der reinen Kunst wurde durch die Handhabung von Kunst als Ware stets infrage gestellt und durch die postmoderne Kunstauffassungen thematisiert. Die Pop-Art verwischte ab den Siebzigern diese Grenzen bewusst, und man kaufte mit einem Andy Warhol auch einen Insider Witz über diese vermeintliche Trennung von Kunst und Kommerz mit. Die Writer konnten oder wollten sich aus den oben genannten Gründen nicht in diese Tradition einordnen, oder zu ihr Stellung beziehen,³²¹ also wurden sie von den Beurteilungsexperten des Kunstmarktes zunächst eingeordnet, und letztendlich wieder ausgegliedert.

³¹⁹ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 198.

³²⁰ Vgl. BOURDIEU Pierre: Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt am Main, 1998. S. 182-183.

³²¹ Vgl. AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001. S. 197.

12. Resümee

Meine ursprüngliche Annahme, nach der das Writing eine Tätigkeit darstellt, die unter Bedingungen des gegenseitigen Wettbewerbs explizit auf den Erwerb von Prestige innerhalb der Gruppe abzielt, kann anhand der Fülle von Beispielen in der Literatur und der entsprechenden Aussagen der Akteure, als bestätigt angenommen werden. Mit der Einschränkung, dass die Abschottung von der Restgesellschaft nicht von Anfang an in der heutigen Ausprägung gegeben war, sondern sich vor allem im Laufe der Achtziger im Zuge von zunehmender strafrechtlicher Verfolgung herausbildete.

Graffiti Writing als Jugendkultur zielt nicht auf Veränderung beziehungsweise Verbesserung der Welt ab, sondern sieht sich viel mehr außerhalb der „normalen“ Welt stehend, die ihr aber indirekt als Kontrastfläche zu ihrer eigenen Position dient. Es richtet sich also nicht explizit gegen die Gesellschaft, sondern möchte sich vielmehr von ihr distanzieren. Diese Distanz wird als Freiheit und Selbstbestimmung interpretiert. Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung wird hierbei mit einem Erfolgsprinzip unter den Bedingungen des gegenseitigen Wettbewerbs verknüpft, und wird einer in für Aktivitäten die eine langwierige und engagierte Ausbildung voraussetzen typischen Kombination von Freiheitsideologie und Erfolgsorientierung, über Leistung in Sinne einer strengen und ernsthaften Arbeitsmoral angestrebt. Selbstverwirklichung wird hierbei über einen Art von Erfolg erreicht, der bewusst Abseits der bürgerlichen Konventionen und Wertvorstellungen definiert wird.

Die öffentlich angebrachten codierten Zeichen der Writer sind Ausdruck einer Kommunikation innerhalb der Szene, mittels derer die Akteure entsprechend der Codierung des von ihnen ausgesendeten Signals künstlerische Kompetenz, Produktivität oder Risikobereitschaft demonstrieren.

In der gruppeninternen Dynamik zirkulieren diese Signale als unterschiedliche Ausformungen eines spezifischen kulturellen Kapitals in einer Ökonomie des Prestiges. Innerhalb dieser Ökonomie konkurrieren die Akteure unter Verwendung der verschiedenen Strategien, allen voran Quantität, Qualität, entsprechend ihren

Befähigungen um privilegierte Positionen, die vom Anfänger bis hin zum Meister mit eigenen symbolischen Titeln bedacht werden. (Toy – King).

Die Encodierung der Zeichen innerhalb dieser symbolischen Ökonomie um Prestiges vollzog sich unter der Dynamik des gegenseitigen Wettbewerbs hin zu immer komplexeren Codes, die auch Ausdruck des Rückzugs aus der Restgesellschaft sind.

Die Betonung der symbolischen und spezifisch kulturellen Dimension von sozialem Austausch war in der Anfangszeit prädispositioniert durch den ökonomischen Ausschluss der Akteure, welcher mittlerweile auf der Ebene der sozialen Herkunft, beziehungsweise der ethnischen Zugehörigkeit nicht mehr gegeben ist. Die Praxis wurde vielmehr weltweit von Teenagern unterschiedlicher Schichten übernommen, die aufgrund ihres Alters von der ökonomischen Ebene und Repräsentation im öffentlichen Raum ausgeschlossen sind.

Die Betonung des Wettbewerbs wie sie sich durch alle Bereiche des Hip-Hop zieht, kann durch die soziale Herkunft der ersten Akteure allein nicht restlos erklärt werden. Vielmehr basiert er auf der Hervorkehrung einer strengen Arbeits- und Leistungsmoral, wie sie typisch für Akteure ist, die sozialen Aufstieg und Anerkennung anstreben. Der gegenseitige Wettbewerb scheint hierbei weniger durch die Verortung auf im sozialen Raum gegeben zu sein, als durch den antizipierten Aufstieg in diesem und durch die Knappheit des zu erreichenden Ziels des Fames.

Während die Inszenierung des Namens als zentrales Element des Writings sich mit der in New York speziell ausgeprägten Praxis der hegemonialen Gesellschaft, primär der Werbe-, Theater- und Filmindustrie deckt, die mit den Mitteln der Massenmedien den Ruhm von Stars kreieren

Graffiti Writing entwickelte sich in Analogie zu dieser Praxis als Selbstvermarktungssystem, mit den Mitteln der Massenkommunikation, vor allem der Werbeindustrie. Die Writer suchen gezielt Plätze mit hoher Öffentlichwirksamkeit, Arbeiten über Jahre an der Vervielfältigung ihres Pseudonyms und wenden sich

dabei paradoxerweise an eine kleine Minderheit, während sich auch Prestige in den Peergroups erwerben lässt.

Durch den medialen Diskurs wurde dem Graffiti Writing als einem Zeichen im öffentlichen Raum einerseits die Bedeutung der juvenilen Urbanität, andererseits der Verwahrlosung, des sozialen Abstiegs und der Bedrohung hinzugefügt.

Für die etablierte Kunstwelt war das Writing innerhalb zweier abgeschlossener Perioden von kurzem Interesse. (1973–1975 und 1980–1985) Heute gibt es zwar wieder ein gesteigertes Interesse, aber die Beurteilung der heutigen Periode kann noch nicht abschließend getätigt werden. Writing als Kultur hatte sich vor den Eintritt in die Kunstwelt bereits mit einer eigenständigen Ökonomie und Praxis herausgebildet, und vollzog diese Entwicklung nicht, wie sonst für neue Kunstrichtungen üblich, innerhalb der Kunstwelt selbst.

Den Writern fehlte aufgrund ihrer Herkunft, von wenigen Ausnahmen abgesehen, das entsprechende kulturelle Kapital, um ihre Produkte für das neue Feld zu legitimieren und einzuordnen. Durch die unterschiedlichen Zeichensätze konnten sich nicht die sonst üblichen Diskurse (oder Scheingefechte) über die Legitimität der neu ins Feld drängenden Kunstform entwickeln. Die Bewertung fand in Folge dessen beinahe ausschließlich durch die Experten des Kunstmarktes statt. Für die Achtziger war dies vor allem die Einordnung in die Tradition des abstrakten Expressionismus und der Pop-Art.

Die Modulation, welche sie als Eintrittspreis für ihren kurzen Aufenthalt in der Kunstwelt am Werk vornehmen mussten, bezogen sich vor allem auf die Zurücksetzung des Namens gegenüber bildlichen Motiven.

Als Kunstware wurde Writing immer auch als soziales Produkt, mit Hinweis auf die ursprüngliche Illegalität der Akteure und deren Herkunft aus ökonomisch schwachen Stadtgebieten, verkauft. Die Kunstwelt kokettierte mit der sozialen „Exotic“ der Writer auf diesem Feld, schlussendlich war sie aber auch der Hauptgrund für die Nicht-Etablierung auf dem Kunstfeld.

Im Gegensatz zur Betonung der ökonomischen Praxis beruht das künstlerische Feld auf einer weitgehenden Leugnung der Ökonomie und sieht den Idealtypus von Künstler als nur sich und der Kunst verantwortlich.

Der momentan wohl erfolgreichste Graffiti Künstler, Banksy, der wie bereits Basquiat und Haring in den Achtzigern kein Graffiti Writer ist, hat diese für das Selbstverständnis des Feldes zentrale Trennung verstanden und hat gerade deswegen Erfolg.

„The time of getting fame for your name on its own is over. Artwork that is only about wanting fame will never make you famous. Fame is a by-product of doing something else. You don't go to a restaurant and order a meal because you want to have a shit.“³²²

Während diese drastische Formulierung auf den etablierten Kunstmarkt zutreffen mag, ist innerhalb ihrer eigenen Gruppe das Erlangen von Fame für die Writer aber noch weiterhin möglich. Und deshalb werden wir wohl noch lange mit Ihren Werken konfrontiert sein, ob sie uns gefallen oder nicht.

³²² Vgl. BANKSY: Wall and Piece. London, 2006, S. 237.

13. Quellenverzeichnis

13.1. Buchquellen

ALONSO Alex: Urban Graffiti on the City Landscape. Paper anl. Western Graduate Geography Conference, San Diego, 2004.

AUSTIN Joe: Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York, 2001.

AUSTIN Joe/ WILLARD Michael: Generations of youth: youth cultures and history in twentieth-century America. New York, 1998.

BALDAUF Anette: Entertainment Cities. Stadtentwicklung und Unterhaltungskultur. Wien, 2008.

BANKSY: Wall and Piece. London, 2006.

BAUDRILLARD Jean: Der symbolische Tausch und der Tod. Berlin, 2005.

BAYER Michael/PETERMANN Soeren/SACKMANN Reinhold: Graffiti in der Sozialwissenschaftlichen Literatur. In: SACKMANN Reinhold (Hrsg.): Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem Städtischen Problem. Halle Wittenberg, 2006.

BLK MRKT Gallery: BLK /MRKT ONE. Berlin, 2006.

BOURDIEU Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 1987.

BOURDIEU Pierre: Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt am Main, 2001.

BOURDIEU Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Hamburg, 1992.

BOURDIEU Pierre: Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt am Main, 1998.

BOURDIEU Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main, 1970.

BURKHART Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, 2002.

CASTLEMAN Craig: The Politics of Graffiti. FORMAN Murray/NEAL Mark Anthony (Hrsg.): That´s the Joint! The Hip-Hop Studies Reader. New York, 2004.

CASTLEMAN Clark: Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge, 1982.

DEPPE Jürgen/Odem: Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin, 2008.

Duden, Das Fremdwörterbuch. (6. Auflage). Mannheim, 1997.

EMMERLING Leonhard: Jean Michel Basquiat. Köln, 2003.

ECKER HARALD: Graffiti in Modernen Gesellschaften. In: HAINZL Manfred (Hrsg.): Zeichen an der Wand. Höhlenmalerei – Felsbilder – Graffiti. Katalog der Sonderausstellung 2004. Lebensspuren – Museum. Wels, 2004.

GANZ Nicholas: Graffiti World. Street Art from five Continents. New York, 2004.

GOECKE Tobias/HEISE Marcus: Werden qualitativ minderwertige Graffiti eher als Ärgernis empfunden? In: SACKMANN Reinhold (Hrsg.): Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem Städtischen Problem. Halle Wittenberg, 2006.

HITZLER Roman, BUCHER Thomas , NIEDERBACHER Arne: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergesellschaftung heute. Wiesbaden, 2005.

HÜGEL Hans-Otto: Graffiti. In: HÜGEL Hans-Otto (Hrsg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussion. Stuttgart, 2003.

KREUZER Peter: Das Graffiti Lexikon. Wandkunst von A bis Z. München, 1986.

HARDING Peter/KUNZE Conrad/OESTERREICH Reimar: Graffiti ist Massenkommunikation. In : SACKMANN Reinhold (Hrsg.): Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem städtischen Problem. Halle Wittenberg, 2006.

HILLEBRANDT Mark/ LILGE Andrea: Über willkürliche Grenzen. In: KRÜGER Paula, LILGE Andrea, STRUVE Karen (Hrsg.): Willkürliche Grenzen- Das Werk Pierre Bourdieus in interdisziplinärer Anwendung. Bielefeld, 2006.

LEWISON Cedar: Street Art. The Graffiti Revolution. London, 2008.

LYKKEBERG Toke: Graffiti und Street Art. Zeitgenossen zeitgenössischer Kunst. In: REINKING Rik (Hrsg.): STILL ON AND NON THE WISER an exhibition with selected urban artists. Mainaschaff, 2008.

MAILER Normann: The Faith of Graffiti. New York, 1974.

MATZINGER Gabriele: Der Performer aus der Dose. Die Graffitikultur am Wendepunkt , Wien, Univ., Diss., 2003.

MCDONAL Nancy: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity, and Identity in London and New York. New York, 2001.

RAHN Janice: Painting without permission: hip-hop graffiti subculture. Westport, 2002.

REINECKE Julia: Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld, 2007.

REHBEIN Boike: Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz, 2006.

ROSE Tricia: Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown Connecticut, 1994.

SAYRE Henry M.: The objekt of Performance. The American Avant-Garde since 1970, Chicago, 1992.

SCHMITT Angelika/IRION Michael: Graffiti: Problem oder Kultur? München, 2001.

SCHRÖER Sebastian: Die Hip-Hop Kultur als Kultur der Straße. In: GESCHKE Sandra Maria (Hrsg.): Straße als kultureller Aktionsraum. Interdisziplinäre Betrachtungen des Straßenraumes an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis. Wiesbaden, 2009.

SCHWEIKHART Gunther: Sgraffito-Graffiti: Über Putz und Schmutz auf den Wänden. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989.

SCHWINGEL Markus: Pierre Bourdieu zur Einführung. Hamburg, 1995.

SIEGL Norbert.: Graffiti Enzyklopädie. Von Kyselak bis HipHop-Jam. Wien, 2001.

SIEGL Norbert: Kulturphänomen Graffiti. In: SCHAEFER-WIERY Susanne/SIEGL Norbert (Hrsg.): Der Graffiti-Reader. Essays internationaler Experten zum Kulturphänomen Graffiti. Wien, 2002.

SNYDER Gregory J.: Graffiti Lives. Beyond the Tag in New York Underground. London/New York, 2009.

STAHL Johannes: Graffiti Kunst und Kultur. In: STAHL Johannes (Hrsg.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln, 1989.

STAHL Johannes: Graffiti: zwischen Alltag und Ästhetik. München, 1990.

SUTER Beat: Graffiti: Rebellion der Zeichen. Frankfurt am Main, 1994.

VAN TREECK Bernhard: Writer Lexikon. American Graffiti. Moers, 1995.

VAN TREECK Bernhard: Graffiti Lexikon. Legale und illegale Malerei im Stadtbild. Berlin, 1998.

VERAN Cristina: Breaking it all down: The rise and fall and rise of the B-Boy kingdom. In: LIGHT Allan (Hrsg.): The Vibe history of hip hop. New York, 1999.

WEEBER Karl Wilhelm: Decius war hier... Das Beste aus der römischen Graffiti-Szene. Düsseldorf, 2003.

WILSON Q. James/KELLING Geroge L.: Beoken Windows. Atlantic Monthly (1982). In: LEGATES Richard T./STOUT Frederik (Hrsg.): The City Reader. New York, 2003.

WITTEN Andrew/WHITE Michael: Dondi White-Style Master General- the Life of Graffiti Artist Dondi White. New York, 2001,

ZIPS Werner: „The Good, the Bad and the Ugly“ Habitus, Feld, Kapital im (Feld des) Jamaikanischen Reggae. In: WERNHART Karl R./ZIPS Werner (Hrsg.): Ethnohistorie. Rekonstruktion einer Kulturkritik. Eine Einführung. Wien, 1998.

ZIPS Werner: Theorie einer gerechten Praxis oder: Die Macht ist wie ein Ei. Wien, 2002.

13.2. Periodika

Art in America. Titelseite.

RICHARD Rene: The Radiant Child. Artforum Magazine. Vol. 4, Dezember 1982.

MANING Yvette, RHEINEBERG Falko: Was macht Spaß am Graffiti-Sprayen? Eine induktive Anreizeanalyse.

Report Psychologie. Zeitschrift des Berufsverbands Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. Deutscher Psychologen Verlag. Berlin, 2003, S. 222-234.

LACHMANN Richard: Graffiti as Career and Ideology. In: The American Journal of Sociology. Vol 94, No.2, Chicago, 1988.

13.3. Internetquellen

CANO David: Cornbread – the first true Graffitiwriter. In: UKHH.com. Original UK Hip-Hop. Bearbeitungsstand:19. Dezember 2007.

www.ukhh.com/elements/graffiti/cornbread/index.html (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

CHALAT Alexandra: What's in a name? In: South Philly News. 4. Oktober 2007. www.southphillyreview.com/view_article.php?id=6151 (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

GLUECK Grace: Gallery View; On Cancas, Yes, But Still Eyesores. In: New York Times. 25. Dezember 1983. www.nytimes.com/1983/12/25/arts/gallery-view-on-canvas-yes-but-still-eyesores.html (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

GLUECK Grace: Art: One Man's Biennial Assembles 102 Artists. In: New York Times. 15. April 1983. www.nytimes.com/1983/04/15/arts/art-one-man-s-biennial-assembles-102-artists.html (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

HUGHES Robert: Gliding over a Dying Reef. In: Time Magazine. 2. Juli, 1984. www.time.com/time/magazine/article/0,9171,926686,00.html (Abgerufen am 9. Juli 2009).

SIEGL Norber: Definition des Begriffs Graffiti. In: ifg-Institut für Graffiti-forschung. Bearbeitungsstand: 5. Jänner 2009. www.graffitieuropa.org/definition.htm (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

WURMDOBLER Christopher: Die Kleisterstadt. In: Falter. Die Stadtzeitung. Wien, 12. Dezember 2007. www.falter.at/web/print/detail.php?id=608 (Abgerufen am: 9. Juli 2009).

Anhang 1. Zusammenfassung

Die grundlegende Methode dieser Arbeit stellt eine systematische Ausarbeitung von bereits vorhandener Forschung und Literatur zu Graffiti Writing unter den speziellen Aspekten von Prestige und Wettbewerb dar, bei der, soweit verfügbar und relevant, sämtliche deutsch- und englischsprachige Literatur mit wissenschaftlichen Anspruch ab 1972 berücksichtigt wurde.

In einer ersten Orientierungsphase wurde mittels einer allgemeinen Literaturrecherche zu Graffiti Writing das Themengebiet eingegrenzt und die zur Hypothesenbildung notwendigen Grundvoraussetzungen geschaffen. Zusätzlich wurde der theoretische Rahmen erarbeitet und die Anwendbarkeit auf die gewählte Thematik überprüft. Das ursprüngliche Vorhaben einer Datenerhebung mittels qualitativer Experteninterviews erwies sich in dieser Phase aufgrund der bereits vorhanden Forschung zu der Thematik als nicht mehr zielführend.

In der zweiten Phase der Datenerhebung fand dann eine eingehende systematische nationale und internationale Literaturrecherche statt, unter Berücksichtigung von Datenbanken zu wissenschaftlichen Arbeiten sowie Onlinemedien.

Unter Berücksichtigung des Theoretischen Unterbaus wurde das Datenmaterial in Hinblick auf die Hypothesen sowie den dazugehörigen Fragestellungen ausgewertet. Speziell von Interesse waren die Bedingungen nach denen sich die Writer- Kultur sozial formiert, sowie die historischen Bedingungen die diese Formation begünstigten.

Darüberhinaus wurde das spezielle Verhältniss von Graffiti Writing und dem Kunstfeld untersucht.

Anhang 2. Lebenslauf

Angaben zur Person:

Name: Roland Zolle

Geburtsdatum: 06.08.1975

Geburtsort: Villach

Adresse: Herbststrasse 65/22

E-Mail: r.zolle@sporteo.cc

Staatsbürgerschaft: Österreich

Ausbildung:

Volkschule 2 Velden am Wörthersee

Unterstufe Bundesgymnasium Funderstrasse Klagenfurt

Oberstufe BORG Klagenfurt

Studium Kunstgeschichte/Völkerkunde 1996-1998

Studium Publizistik und Kommunikationswiss. /Völkerkunde seit 1998

Studium Akademie der bildenden Künste seit 2001