

INSTITUT FÜR THEORIEKULTUR
STUDIEN ZUR UNTERHALTUNGSWISSENSCHAFT

Band 1

SAMUEL STREHLE/SACHA SZABO (Hg.)

Unterhaltungswissenschaft

Populärkultur im Diskurs der Cultural Studies

Über dieses Buch

Die Beiträge dieses Bandes widmen sich der soziologischen und kulturwissenschaftlichen Erforschung von Alltags- und Populärkultur. Auf spielerische Weise untersuchen sie die medientheoretische Bedeutung der *Graffitis* an den Wänden, die Identitätsprobleme Commander Datas auf dem *Raumschiff Enterprise*, die postmoderne Geschlechterkonstruktion in *Online-Rollenspielen* und die massenpsychologische Dimension im *Dschungelbuch*. Mit Hilfe kultursoziologischer Theorien beantworten sie, ob man *Herr der Ringe* als Kriegserklärung gegen die Moderne verstehen muss und was es mit dem Phänomen Zeit in *Terminator 2* auf sich hat.

Samuel Strehle und Sacha Szabo sind Soziologen
an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg.

Tectum Verlag

„For some people it's art.
To most people, however,
it is a plague that never ends,
a symbol that we lost control.“¹

SAMUEL STREHLE

Fortsetzung des Aufstands mit anderen Mitteln?

Eine kultursoziologische und medientheoretische
Analyse des Graffiti-Writings

Längst ist Graffiti in der Gesellschaft angekommen. Einstmals eine geheime Untergrundbewegung, besitzen die „Writer“, wie sie sich nennen, heute schon eigene Läden, in denen sie sich mit ihrem Material versorgen können. Über Szene-Magazine wie *Subway Art*, *Aerosoul* und *Backjumps* oder Bildbände wie *Graffiti Art* können sie sich fachlich auf dem Laufenden halten, und selbst das Produktdesign der Sprühdosen – früher *Auto Lack*, heute *Montana Hardcore* – ist mittlerweile auf den neuen Markt abgestimmt. Graffiti hat sich zu einer etablierten Subkultur entwickelt.

Das Verhältnis zwischen Gesellschaft und Graffiti-Szene ist dennoch alles andere als konfliktfrei. Zwar hat sich der Abnehmerkreis der bunten Bildbände und Zeitschriften zwischenzeitlich bis ins Polizeimilieu ausgebreitet; allerdings sind die Beamtinnen und Beamten der „Sonderkommission Graffiti“ eher am kriminologischen Abgleich der veröffentlichten Bilder mit den gemeldeten Sachbeschädigungen interessiert, von denen nur die allerwenigsten aufgeklärt und geahndet werden. Um diesem eklatanten Missstand zu begegnen, ist in Deutschland seit 2005 sogar ein eigenes „Graffiti-Bekämpfungsgesetz“² in Kraft getreten, das die strafrechtliche Ahndung der

¹ „Style Wars“ (Dokumentarfilm), Regie: Henry Chalfant/Tony Silver, USA, 1983.

² Das 39. Strafrechtsänderungsgesetz vom 01.09.2005 erweitert den Straftatbestand der Sachbeschädigung (§§ 303, 304 StGB) um folgenden Zusatz: „Ebenso wird bestraft, wer unbefugt das Erscheinungsbild einer fremden Sache nicht nur unerheblich und nicht nur vorübergehend verändert.“ (§ 303 StGB, Abs. 2) Die Bezeichnung „Graffiti-Bekämpfungsgesetz“ entstammt dem von der CDU/CSU-Fraktion bereits 1999 erstmals vorgelegten Gesetzesentwurf

jährlich rund 7000-8000 zur Anzeige gebrachten Farbsprühereien erleichtern soll.³ Zur Verfolgung der Kriminellen kommen mitunter sogar Hubschrauber und Wärmebildkameras zum Einsatz.⁴

Auch die Wirtschaft hat den Kampf gegen die subversive Praxis längst entdeckt. So existiert mittlerweile eine sich funktional ausdifferenzierende, organisierte Reinigungsindustrie, in deren Taschen ein guter Teil der jährlich rund 50 Millionen Euro fließt, mit denen der durch Graffiti verursachte Sachschaden in Deutschland beziffert wird.⁵ In enger Kooperation mit der Reinigungsindustrie haben sich seit 1994 außerdem einige besonders engagierte Bürgerinnen und Bürger in einer Initiative namens *Nofitti e. V.* zusammengeschlossen,⁶ die auch die alljährliche Anti-Graffiti-Konferenz ausrichtet, auf der die neuesten Errungenschaften im Schnittfeld zwischen Überwachungs- und Reinigungstechnik, Kommunalpolitik und Pädagogik präsentiert und diskutiert werden.⁷

Die Gesellschaft befindet sich im „war on graffiti“⁸, wie es in New York, der Hauptstadt des Writings, bereits in den 1970er Jahren hieß. Was es mit den „Farbschmierereien“ der „Vandalen“, wie sie im Polizeijargon gerne genannt werden, eigentlich genau auf sich hat, wird dabei selten gefragt – und wenn, dann meist in Form individueller Pathologisierung. Die Tatsache, dass es sich bei der Graffiti-Bewegung nicht um eine beliebige Form jugendlicher Devianz, sondern um ein weltweites und subkulturell hochgradig ausdifferenziertes Kulturphänomen handelt, ist aber durch alle noch so nahe liegenden Korrelationen zwischen individuellem Triebchicksal und Straffälligkeit nicht aus der Welt zu schaffen. Was also sagt es über eine Kultur als ganze eigentlich aus, dass es da regelmäßig gewisse Leute gibt, die überall ihren Namen an die Wand schreiben?

selbst (vgl. Bundestags-Drucksache 14/546, 16.03.1999), der am 17.06.2005 mit den Stimmen von CDU, SPD und Bündnis 90/Die Grünen verabschiedet wurde.

³ Für diese Zahl vgl. den Artikel „Schmierereien verschandeln Berlin“, in: Welt am Sonntag, 16.01.2005. Die Dunkelziffer ist natürlich weitaus höher.

⁴ Vgl. tagesschau.de, 08.04.2005: „Diskussion um illegales Graffiti: Mit Hubschraubern gegen Graffiti-Sprayer“, <http://www.tagesschau.de/inland/meldung188994.html> (Stand: 27.02.2008).

⁵ Vgl. Welt am Sonntag, 16.01.2005.

⁶ Vgl. Nofitti – Bürgerinitiative zur Rettung des Berliner Stadtbildes, <http://www.nofitti.de> (Stand: 27.02.2008). Die Initiative widmet sich unter anderem der „Aufklärung der Öffentlichkeit über die nachhaltigen Schäden von Graffiti-Schmierereien“ und setzt sich für eine „Vernetzung der internationalen Antigraffiti-Bewegung“ ein.

⁷ Vgl. tagesschau.de, 08.04.2005, a.a.O.

⁸ Joe Austin: „Taking the train. How graffiti became an urban crisis in New York City“, Columbia University Press, New York City, 2001, S. 4. Vgl. auch ebd., S. 75-106 und S. 147-166.

Um diese Frage zu beantworten, soll im Folgenden versucht werden, das soziale Phänomen Graffiti ernst zu nehmen und sich auf seine Eigenlogik einzulassen. Dies bedeutet unter anderem, die in der ‚ersten Wissenschaft‘ oft praktizierte Distanz zum Objekt vorübergehend zu minimieren, um sich stattdessen, einem Ethnologen gleich, auf den Untersuchungsgegenstand aus der Nahperspektive einzulassen. Erfahrungen nicht nur aus zweiter und dritter Hand können dem Sozialwissenschaftler dabei nur zugute kommen. Erst in einem zweiten Schritt soll das so vergegenwärtigte soziale Phänomen mit Hilfe des Einsatzes von Theorien verfremdet und soziologisch durchleuchtet werden. Dabei kommt neben der Subkulturtheorie vor allem die Medientheorie Jean Baudrillards zur Anwendung. Insgesamt bewegt sich der Beitrag im Rahmen einer soziologischen Kulturtheorie, die individuelles Handeln vor dem Hintergrund gesamtgesellschaftlicher Prozesse begreift und derart historisch-politisch zu verorten versucht.

Der erste Abschnitt („Bewegung der umherstreifenden Farbrebelln“) wirft zunächst einen beschreibenden Blick auf die verschiedenen Erscheinungsformen, Kontextbedingungen und Motivationslagen des Graffiti-Writings. Wie sieht Graffiti aus, und welcher subjektive Sinn verbirgt sich hinter dem Vandalismus der Sprayer? Der zweite Abschnitt („Regeln und Normen einer Gegenkultur“) widmet sich daraufhin aus einer mehr soziologischen Perspektive den sozialen Strukturen und Normen der Graffiti-Subkultur. Drittens („Archäologie der Signatur“) soll anhand eines kurzen medienarchäologischen Streifzugs in die Geschichte des Writings der alles andere als eindimensionale Entstehungskontext der Graffiti-Kultur beleuchtet werden. Der vierte Abschnitt schließlich („Angriff auf den Zeichenraum“) gibt Baudrillards medien- und zeichentheoretische Interpretation von Graffiti wieder, mit deren Hilfe sich die kultursoziologische Analyse des Writings auch über die Dimension der handelnden Akteure hinaus ausdehnen und erweitern lässt. Vor diesem Hintergrund wird dann am Ende noch einmal nach der tieferen kulturellen Bedeutung des Graffiti-Writings gefragt.

Graffiti, so soll gezeigt werden, sind eine – wenn auch mitunter unbewusste – Fortsetzung des politischen Aufstandes auf der Ebene des Symbolischen. Sie streuen leere Signifikanten in das urbane Zeichennetz ein, die als sinnfreie Flächen eine radikale Alterität verkörpern, die insbesondere die Werbung frontal angreift. Als symbolische Rückeroberung von Handlungsmacht im öffentlichen Raum tragen die Graffiti den unter der Oberfläche der Gesellschaft schwelenden *Krieg der Zeichen* in die Straßen zurück und machen ihn dadurch überhaupt erst sichtbar.

1 Bewegung der umherstreifenden Farbrebellen

In die Welt des Graffiti einzutauchen bedeutet, sich in eine Subkultur zu begeben, die nach eigenen Regeln funktioniert und ihre eigene, meist aus dem Amerikanischen entlehnte Sprache spricht. Künstlerinnen und Künstler – in der Regel zwischen 16 und 20 Jahren alt⁹ – heißen „Writer“ oder „Maler“¹⁰, ihre Bilder „Pieces“ oder „Styles“, Dosen werden „Cans“ oder eingedeutscht „Kannen“ genannt und entweder gekauft oder „geracked“, d.h. geklaut.

Das Wort „Graffiti“ selbst ist eine Pluralbildung von „Graffito“, welches wiederum vom „graffito“ abstammt, einer Kratzputztechnik, die besonders in der Renaissance bei der Gestaltung von Gebäudefassaden zum Einsatz kam. In der Archäologie hat sich der Terminus „Graffito“ für alle Arten von (gekratzten, aber später auch für die gemalten) ‚inoffiziellen‘ Inschriften und Bilder etabliert, die man bei Ausgrabungen auf Wänden historischer Gebäude gefunden hat.¹¹ Mittlerweile aber wird der Begriff hauptsächlich auf die Bilder und Schriftzüge jener „Writer“ bezogen, die der Hip-Hop-Szene zugerechnet werden, nachdem seit den 80er Jahren das Writing neben dem *MCing* (bzw. *Rapping*), dem *DJing* und dem *B-Boying* (bzw. *Breakdance*) als eines der ‚vier Elemente‘ des Hip Hop gilt.¹² Die damit verbundene Verengung des Graffiti-Begriffs wird zwar nicht von allen Autorinnen und Autoren geteilt,¹³ sie erscheint aber, dem gängigen Sprachgebrauch wie auch dem Selbstverständnis der Writer folgend, durchaus angebracht. Ebenfalls dem Sprachgebrauch folgend wird „das Graffiti“ im Folgenden als Singular gebraucht; der Plural lautet, der Entlehnung aus dem Amerikanischen folgend, „Graffitis“.

⁹ Vgl. Ronald Hitzler/Thomas Bucher/Arne Niederbacher: „Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergesellschaftung heute“, Leske + Budrich, Opladen, 2001, S. 102.

¹⁰ Die männliche Form ist hier die einzig passende, da weibliche Sprüherinnen innerhalb der Graffiti-Szene nur eine verschwindend kleine Minderheit ausmachen. In Großbritannien etwa waren 1992 bis 1994 nur 0,67% (!) aller verhafteten SprüherInnen weiblich. Vgl. Nancy Macdonald: „The Graffiti subculture. Youth, Masculinity and Identity in London and New York“, Palgrave, New York, 2003, S. 94-150, hier S. 95 f. Die Autorin führt den geringen Anteil von Frauen vor allem darauf zurück, dass ein wesentlicher Zug des Writings darin besteht, ein Mittel zur Konstruktion von Männlichkeit für Jugendliche zu sein. Frauen haben durch Writing, so Macdonald, schlichtweg nichts zu gewinnen. Vgl. auch Anm. 104.

¹¹ Vgl. Norbert Siegl: „Graffiti-Enzyklopädie. Von Kyselak bis HipHop-Jam“, Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, Wien, 2001, S. 60.

¹² Vgl. Gabriele Klein/Malte Friedrich: „Is this real? Die Kultur des HipHop“, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 2003, S. 30.

¹³ Vgl. Siegl: „Graffiti-Enzyklopädie“, a.a.O., S. 27.

Nicht alles, was landläufig mit dem Begriff Graffiti assoziiert wird, ist „Writing“ im engeren Sinne. Keith Haring mag lustige Bilder malen, aber ein Writer ist er nicht.¹⁴ Graffiti im Sinne der Sache – oder um der Eindeutigkeit halber: „Graffiti-Writing“ –, das ist das (in der Regel illegale) Besprühen von öffentlichen Flächen, Häusern und Zügen mit mehr oder weniger künstlerisch gestalteten, namensartigen Schriftzügen und anderen graphischen Elementen. Politische Parolen gehören nicht zum Graffiti-Writing.¹⁵ Von diesen unterscheiden sich die Graffitis durch das Fehlen einer konkreten, expliziten Kommunikationsbotschaft. Ebenso grenzt sich Graffiti vom neueren Phänomen der „Street Art“ ab, mit dem es zwar verwandt, nicht aber identisch ist. Street Art – frei gesprüht oder mit Hilfe einer Schablone, als Aufkleber oder als Plakat – übt oftmals künstlerische Gesellschaftskritik in Bildform, vergleichbar einer Art ‚linkem‘ Werbeplakat: Straßenkunst mit Aufklärungsanspruch.¹⁶ Ein Graffiti dagegen ist ärmer und zugleich radikaler: Es will nichts mitteilen außer der Tatsache, dass es gesprüht wurde und von wem: „The medium is the message“, wie man mit Marshall McLuhan formulieren könnte.

Der Schriftzug eines Graffitis besteht aus dem fiktiven Eigennamen des jeweiligen Writers und ergibt als solcher nur selten einen Wortsinn.¹⁷ Allerdings muss er sich „flüssig aussprechen lassen“¹⁸. Beispiele für Buchstabenkombinationen hierzulande sind CHINTZ, ZODIAK, SHEN, REK 1, MEL oder KEVLA, seltener sind semantisch bedeutsame Wörter wie SMOKE, DARE, DREAM, VERS oder BEAST. In der Frühzeit des Graffitis in New York herrschten zwar mehrheitlich ‚echte‘ Wörter wie SUPERKOOL, FLAME ONE, ZEPHYR oder gar REVOLT vor (mitunter auch reguläre Namen wie JOE 182 oder TRACY 168, wobei die Zahlen für Straßen und damit stellvertretend für ganze Viertel stehen), aber der Wesensunterschied zu den kommunikativen Botschaften der politischen Parolen ist dennoch offenkundig. Nur wenn Writer sich zu Gruppen („Crews“) zusammenschließen, verwenden sie die Buchstaben ihres Gruppennamens als parolenähnliche Abkürzungen, ähnlich wie

¹⁴ Vgl. Mark Todt: „Die Botschaft heißt ‚Ich!‘“, in: Bernhard van Treeck/Mark Todt: „Hall of Fame. Graffiti in Deutschland“, Edition Aragon, Moers, 1995 (ohne Seitenzählung). Vgl. auch Siegl: „Graffiti-Enzyklopädie“, a.a.O., S. 195.

¹⁵ Vgl. Thomas Christ: „New York 82/83 – Subway Graffiti“, Edition Aragon, Moers, 1994 (ohne Seitenzählung).

¹⁶ Zum Phänomen Street Art vgl. ausführlich Julia Reinecke: „Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz“, Transcript, Bielefeld, 2007.

¹⁷ Vgl. Christ: „New York 82/83“, a.a.O., sowie Macdonald: „The Graffiti Subculture“, a.a.O., S. 157.

¹⁸ Bernhard van Treeck: „Styles – Typografie als Mittel zur Identitätsbildung“, in: Jannis Androutsopoulos (Hg.): „HipHop. Globale Kultur – Lokale Praktiken“, Transcript, Bielefeld, 2003, S. 102-110, hier S. 105.

Parteinamen: CMD (Abkürzung für „Criminal Minded“), TRD („The Real Deal“), oder auch CDU („Clowns der Unterwelt“). Selbst hier aber ist der semantische Inhalt nur von untergeordneter Bedeutung und eher als schmückendes Beiwerk zu verstehen. Allgemein folgt die Wahl des Namens nicht so sehr einem klanglichen oder kommunikativen, sondern primär einem graphisch-ästhetischen Anspruch.¹⁹ Aufgrund dieser ästhetischen Dimension lässt sich Writing auch als „eine Rückentwicklung der Buchstaben zum Bild“²⁰ bezeichnen, was durch den in der deutschsprachigen Szene verbreiteten Begriff des „Malens“ als Synonym für Writing treffend zum Ausdruck kommt.

Es gibt verschiedene Arten des Graffiti-Writings. Die Grundform, aus der sich die übrigen Formen historisch entwickelt haben,²¹ ist der einfache, mit Sprühdose oder dickem Filzmarker angebrachte Schriftzug, das „Tag“. Das *Tag* ist identisch mit dem Künstlernamen des Sprüherers und vor allem als Zierde großstädtischer Hauswände bekannt. Die nächsthöhere Form des Graffitis besteht darin, die Linien der Buchstaben als Hohlformen zu sprühen, so dass sie mit einer zweiten Farbe ausgefüllt werden können. Die Farbe im Inneren, meist Silber, heißt „Fill-In“, die Umrandung „Outline“. Ein solches noch recht simples Bild, meist zwischen einem und mehreren Metern hoch und manchmal über 10 Meter breit, wird „Throw-Up“ („flüchtig an die Wand geworfen“, meist kleiner und ohne Fill-In), „Bubble“ (in runden Buchstaben) oder „Block“ (in eckigen, monumentalen Lettern) genannt. Die höchste Stufe, die der Schriftzug im Laufe seiner Abstraktion erreicht, ist das, was die meisten Menschen unter einem „Graffiti“ verstehen: der „Style“ oder das „Piece“. Auch der Style besteht aus Füllfarbe(n) und Umrandung, besitzt aber zusätzlich in der Regel noch Schatten, Lichtreflexe und fein ausgearbeitete „3-D-Blocks“, die dem Bild Plastizität verleihen, sowie einen kunstvoll gestalteten Hintergrund und eventuell eine bildhafte Figur, einen „Character“. Die Buchstaben sind nicht mehr einfach nur vergrößert wie beim Block, sondern vielfach ineinander verschlungen und mit zahlreichen Schwüngen, Haken und sonstigen Elementen verfremdet.²²

¹⁹ Vgl. DAIM im Interview mit Bernhard van Treeck, in: Treeck/Todt: „Hall of Fame“, a.a.O.

²⁰ Vgl. ESHER: „Legal oder illegal?“, in: Sebastian Kreckow/Olaf Röske (Hg.): „Graffiti Art #6 – Berlin und neue Länder“, Schwarzkopf & Schwarzkopf, Berlin, 1997, S. 27.

²¹ Vgl. Christ: „New York 82/83“, a.a.O. Zur Geschichte des Writings siehe auch den dritten Abschnitt: „Archäologie der Signatur“.

²² Bernhard van Treeck zieht aus der erschwerten Lesbarkeit der Styles den voreiligen Schluss, diese seien von vornherein als *Geheimschrift* gedacht: „Sie sind [...] so verschlüsselt dargestellt, dass sie für den Außenstehenden [...] nicht lesbar sind.“ (Treeck: „Styles“, a.a.O., S. 103). Aber so richtig der Hinweis auf die soziale Abschottungstendenz der Graffiti-Szene allgemein ist (vgl. hierzu den Abschnitt „Regeln und Normen einer Gegenkultur“), so irrig ist diese Einschätzung

Gemalt werden können Graffitis überall, wo Wände existieren: Neben den klassischen Hauswänden bietet sich von Innenräumen und Toiletten über Zugwände bis hin zu Polizeistationen jede erdenkliche Fläche zum Beschriften an. Es gibt jedoch auch einige Tabuzonen, die so gut wie nie (z.B. Privatautos, Kirchen, Schaufenster kleiner Ladengeschäfte) oder nur selten (z.B. Einfamilien- und kleinere Mehrfamilienhäuser) bemalt werden. In der Regel geschehen die Straftaten im Schutze der Dunkelheit um die späten Nacht- und frühen Morgenstunden herum.

„Gib Acht, in den Straßen der Macht lauert das Rudel der Nacht“²³ – das ist in etwa die Parole des sogenannten „Streetbombings“. Mit jeweils ein bis zwei Sprühdosen und einem dicken Filzmarker in der Tasche ziehen die Streetbomber in kleinen Gruppen durch Straßen und beschmieren fremde Häuser, Garagentore, Verteilerkästen und Bushaltestellen. Da alles schnell gehen muss, bleibt keine Zeit für schöne Styles, höchstens ein paar Silberblocks, Bubbles oder Throw-Ups. „Bombing, das bedeutet, wie 'ne Bombe einfach zu platzen und überall seinen Namen hinzuschreiben.“²⁴ Obwohl auch *Tags* nach ästhetischen Kategorien beurteilt werden, kommt es beim Bombing primär auf die *Quantität* an.

Gemütlicher geht es auf den Zug- und S-Bahn-Gleisen der Deutschen Bahn zu (der sogenannten „Line“). In aller Ruhe werden die zu bemalenden Mauern mit Wandfarbe vorgrundiert, dann werden in stundenlanger Feinarbeit die Styles gemalt. Im Sommer hebt ein mitgebrachter Grill die Stimmung. Anders als beim Streetbombing geht es hier vor allem um schöne Bilder und ausgefeilte Ästhetik. Die Wahrscheinlichkeit, von Repressionsorganen behelligt zu werden, ist im Vergleich zum Streetbombing eher gering.

Das Bemalen von „Trains“ (S-Bahnen, Regional- oder D-Züge, sogenannte „Steelies“) ist die riskanteste und zugleich reizvollste Art, Graffiti zu malen. Besonders die Züge des städtischen Nahverkehrs werden sehr streng bewacht. Am besten also, man betritt das „Yard“, wo die Züge nahe der Endstation auf ihren Einsatz warten, im Schutz der Dunkelheit, zieht sich eine Sturmmaske über und bringt dann in möglichst kurzer Zeit möglichst großflächige Styles und Blocks an. „Trainbombing“ ist vor allem deshalb so reizvoll, weil der Zug die Kunst des Writers durch die ganze Stadt transportiert. Aber es hat auch schon manche in hohe Schulden gestürzt, ist also gleichzeitig die gefährlichste und auch am härtesten verfolgte Art, Graffiti zu malen.

doch auf der Ebene der Schrift. Das beweist allein schon die Existenz der Silberblocks, die in aller Regel völlig problemlos zu entziffern sind.

²³ Inschrift auf einer Mauer im Westen Stuttgarts.

²⁴ Zitiert nach: Too Strong: „Graffiti Pro“, auf: „Intercity Funk“ (LP), Community/IRS, 1996.

Eine letzte Form des Writings – und bereits zu dessen Grenzbereich zählend – ist das legale Graffiti, etwa wenn Künstler bezahlte Auftragsarbeiten annehmen, um Hausfassaden oder Garagentore für deren Besitzer mit Styles zu verschönern. Für die Auftraggeber haben legale Graffiti den Vorteil, dass sie in der Regel von illegalen Writern nicht wieder übermalt werden (dies würde gegen das in der Szene sehr wichtige Gebot des „Respekts“ gegenüber anderen Writern verstoßen), wodurch letztendlich Reinigungskosten eingespart werden. Gerade altgediente Writer versuchen auf diese Weise, den Sprung ins ‚reguläre Erwerbsleben‘ als selbständige Kunstschaffende zu vollziehen, scheitern aber, von wenigen Ausnahmen abgesehen, an der mangelnden Nachfrage für ihre Dienstleistungen.²⁵ Eine andere Form des legalen Writings ist das Malen an der sogenannten „Hall of Fame“. Viele Städte sind dazu übergegangen, bestimmte öffentliche Wände, meist Unterführungen, zum Besprühen freizugeben, wovon man sich ein legales ‚Ventil‘ für das Ausdrucksbedürfnis der Jugendlichen erhofft. Diese Möglichkeiten werden zwar durchaus genutzt, ein Rückgang des illegalen Writings geht damit aber in der Regel nicht einher. Denn: „the only true graffiti is illegal graffiti.“²⁶

Warum nun sind Menschen bereit, sich für das Bemalen von Flächen, die oftmals ohnehin bald wieder gereinigt werden, bewusst dem Risiko strafrechtlicher Verfolgung auszusetzen? Wenigstens für das illegale Writing gilt: „Eine der grundlegenden Eigenschaften des Writings ist und bleibt der Vandalismus.“²⁷ Writer malen nicht obwohl, sondern weil es verboten ist. „Das Risiko ist ihnen wichtig, gibt erst den richtigen Kick.“²⁸ Die Gefahr des Gefasstwerdens garantiert Nervenkitzel und entsprechenden Adrenalinausstoß, und viele Writer berichten davon, einer Art Sucht zu erliegen, von der sie nicht mehr loskommen.²⁹ Das illegale Writing erzeugt eine eigene Erlebniswelt, die mit der des legalen Graffiti nicht zu vergleichen ist.³⁰ Während beim legalen Graffiti der künstlerische Aspekt im Vordergrund steht, ist beim illegalen nicht das Bild als solches von Bedeutung, sondern der gesetzeswidrige Akt seiner Entstehung. Obwohl viele Writer beide Formen parallel praktizieren, ist aus der Sicht der Streetbomber ein Hall-of-Fame-Bild Verrat an der wahren Lehre der Subversion, während

²⁵ Vgl. Siegl: „Graffiti-Enzyklopädie“, a.a.O., S. 195 f.

²⁶ ZAKI, zitiert nach: Macdonald: „The Graffiti Subculture“, a.a.O., S. 169.

²⁷ Todt: „Die Botschaft heißt ‚Ich!‘“, a.a.O.

²⁸ Bernhard van Treeck: „Einleitung“, in: Treeck/Todt: „Hall of Fame“, a.a.O.

²⁹ Vgl. REV im Interview mit Michele Linton, in: Christ: „New York 82/83“, a.a.O. – Vgl. auch Treeck: „Einleitung“, a.a.O.

³⁰ Vgl. ESHER: „Legal oder illegal?“, a.a.O., S. 27.

im Gegenzug manche legalen Künstler die Tags der Streetbomber als kunstlose Zerstörung empfinden, von der sie sich künstlerisch abgrenzen wollen.³¹

Trotzdem sind beide Gruppen durch ein wesentliches Merkmal verbunden. Was jeden Writer antreibt, ist die Suche nach „Fame“ und „Respekt“, nach Ruhm und Anerkennung in der Szene.

„Wer gut ist, wird mit jedem Jahr unter seinesgleichen bekannter. Diesen bescheidenen Ruhm zu erlangen, stellt für viele der Writer das Tatmotiv Nummer Eins dar.“³²

Die Street- und Trainbomber erlangen ihren Fame, indem sie möglichst viel malen. Legale Sprüher oder solche, die nur an der Line malen, erlangen ihren Fame mehr durch die Qualität ihrer Pieces, die Ästhetik ihres Stils und die künstlerischen „Skills“ (Fertigkeiten), die sie im Bild umsetzen.³³ Der legale Sprüher ist Künstler im klassischen Sinne, der illegale Streetbomber dagegen gleicht einem geltungssüchtigen Popstar, der überall gesehen werden will. Darum macht ein einzelnes Tag für ihn keinen Sinn, sondern gewinnt seine Bedeutung erst durch die Häufung – am besten „all city“. Nur ein Tag, das sich durch seine Allgegenwart im Stadtbild geradezu aufdrängt, wird überhaupt wahrgenommen. Seine Botschaft lautet schlicht: ‚Ich war hier, hier und hier, und hier war ich auch.‘ Ein Writer erläutert dazu:

„Überhaupt geht es nur um Namen und Fame. Weder um schöne Bilder noch um Geld! [...] Nun werden Sie fragen, wenn's nicht um Geld und um schöne Bilder geht, wieso dann dieser ganze Aufwand, all die durchgemachten Nächte, all die verlorenen Dosen, die eingefrorenen Finger, hunderte von gelaufenen Kilometern? Klingt doch alles ziemlich sinnlos, oder? Aber bedenken Sie – mich kennen eine ganze Menge Leute. Wer kennt Sie denn schon? Wenn man begriffen hat, worum es geht, kann man nicht aufhören.“³⁴

2 Regeln und Normen einer Gegenkultur

Das hinter der Sucht nach Fame liegende Anerkennungsstreben spiegelt sich auch in der Sozialstruktur der Graffiti-Szene wider, die für eine ‚Jugendkultur von unten‘ erstaunlich ausgeprägte Hierarchisierungen aufweist. Wer schon lange, auf hohem

³¹ Vgl. Macdonald: „The Graffiti Subculture“, a.a.O., S. 163-170.

³² Treeck: „Einleitung“, a.a.O.

³³ Vgl. ESHER: „Legal oder illegal?“, a.a.O., S. 27.

³⁴ MINE: „Wenn nur noch Whole-Cars fahren, haben wir sowieso gewonnen“, in: Treeck/Todt: „Hall of Fame“, a.a.O.

Qualitätsniveau und/oder in hoher Quantität malt, genießt mehr Anerkennung als ein Neuling, der sich seinen Respekt erst durch harte Arbeit verdienen muss.³⁵ Wer genug symbolisches Kapital akkumuliert hat, darf sich sogar „King“ nennen (und sich eine Krone über das *Tag* sprühen), wohingegen Anfänger entweder als „Toys“ diskriminiert oder als „Schüler“ von erfahreneren Writern in die Szene eingeführt und im Sprühen unterrichtet werden. Obwohl sich die meisten Writer untereinander gut leiden können und regelmäßig auf Konzerten, Partys und „Jams“ oder in sonstigen Lokalitäten (z.B. Jugendhäusern) zusammenkommen, herrscht unter ihnen ein ständiger Konkurrenzkampf, der sie dazu treibt, immer weiter zu machen, um die eigene Position in der Szene zu halten oder zu verbessern.³⁶ Wer lange nichts von sich sehen lässt, gerät in Vergessenheit.

Auch Konflikte werden im Wettstreit ausgetragen.³⁷ Writer oder ganze Crews können sich gegenseitig zum „Battle“ herausfordern und malen dann für einen Zeitraum von mehreren Wochen gegeneinander an. In der Regel ist nach Ablauf der Zeit für die gesamte Szene ersichtlich, wer das Battle gewonnen hat – nämlich der, der „am fettesten abging“. Zu realen Gewalttätigkeiten kommt es eher selten.³⁸ Gerade aufgrund ihrer engen Verbindung zur Hip-Hop-Bewegung, die nicht zuletzt als Selbstüberwindung des amerikanischen Bandenwesens durch künstlerischen, d.h. vor allem: gewaltlosen Wettbewerb auftrat,³⁹ ist die Graffiti-Szene eine im Großen und Ganzen tendenziell friedfertige Gemeinschaft.

Meist sind Writer in „Crews“ von zwei bis zehn Leuten zusammengeschlossen, die untereinander einen außerordentlich festen Freundeskreis bilden.⁴⁰ Mit dem Rest der Subkultur sind diese Gruppen solidarisch, aber nicht unbedingt personell verbunden. In gewissem Sinne gleicht die Szene einer weltweit operierenden „Verschwörung“⁴¹, deren Mitglieder unabhängig voneinander, aber trotzdem kollektiv agieren. Lernt man fremde Writer kennen, kommt man, nötigenfalls im Schutze eines ausgeprägten Fachjargons, der vor ungebetenem Zuhörern schützt, rasch ins Gespräch.

³⁵ Für eine ausführliche Beschreibung des klassischen ‚Karriereverlaufs‘ in der Graffiti-Szene vgl. Macdonald: „The Graffiti Subculture“, a.a.O., S. 63-93.

³⁶ Vgl. Christ: „New York 82/83“, a.a.O.

³⁷ Vgl. ebd.

³⁸ Vgl. ebd.

³⁹ Vgl. Klein/Friedrich: „Is this real?“, a.a.O., S. 27. Als wichtiger Protagonist dieser Befriedigungsbewegung gilt der New Yorker DJ Kevin Donovan alias Afrikaa Bambaataa mit seiner bereits 1973 gegründeten Organisation „Zulu Nation“, der prominente RapperInnen wie Ice-T, Afrika Islam, De La Soul oder Queen Latifah, aber auch der deutsche Techno-DJ WestBam angehör(t)en. Mehr dazu: <http://www.zulunation.com> (Stand: 27.02.2008).

⁴⁰ Vgl. Hitzler/Bucher/Niederbacher: „Leben in Szenen“, a.a.O., S. 105.

⁴¹ MINE: „Wenn nur noch Whole-Cars fahren, haben wir sowieso gewonnen“, a.a.O.

„Das Beste an Graffiti sind die ganzen verrückten Leute, die man so über die Jahre kennenlernt. Und dann die Geschichten, die man so erlebt, die man aber keinem außer anderen Writern erzählen kann, weil normale Menschen sowas überhaupt nicht begreifen. Wem kann man schon erzählen, wie das ist, durch irgendwelche U-Bahntunnel zu laufen oder irgendwo in den Büschen zu sitzen und Züge anzustarren?! Das Ganze ist sowieso alles nur für einen selbst und andere Graffiti-Writer.“⁴²

Nicht zuletzt aufgrund ihrer gemeinsamen Delinquenz leben die Angehörigen der Subkultur bis zu einem gewissen Grad in einem eigenen und von der Restgesellschaft losgelösten Gruppenkosmos. Writing lässt seinen Mitgliedern gleichwohl auch Raum zur Entfaltung von Individualität. Jeder Writer entwickelt seinen eigenen künstlerischen Stil, und in ihm kann er sich, wie jeder andere Künstler auch, individuell ausdrücken: „Make your mark on society.“⁴³ Daher wird auf Originalität auch allergrößter Wert gelegt. Es ist für einen Writer tabu, den Stil eines anderen nachzuahmen oder gar seinen Schriftzug zu übernehmen.⁴⁴ Der Stil eines Writers ist sein persönliches Eigentum, mittels dessen er sich ästhetisch ausdrückt und als Writer überhaupt erst konstituiert.⁴⁵ Graffiti ist für junge Menschen schließlich auch ein Weg, eine neue Identität zu finden und die Krisen der Adoleszenz durch Übernahme neuer Rollenmuster zu meistern.⁴⁶

Die Dynamik des Writings wird aber erst verständlich, wenn man die Graffiti-Kultur als *kollektive* Bewegung und in ihrem Kontrast zur Mainstream-Kultur begreift, gegen deren Normen und Gesetze sie bewusst verstößt.⁴⁷ So verstehen die Writer ihre Tätigkeit als aktive Ablehnung der herrschenden Ordnung, ja gar als bewusste *Selbstexklusion* – „writers promote their ‚controversial‘ illegal activities to invite public stigma and rejection“⁴⁸. Ihre Delinquenz dient zum kollektiven Distinktionsgewinn gegenüber einer Restgesellschaft, deren Konformismus sie explizit ablehnen und der sie sich subjektiv überlegen fühlen.⁴⁹ Da sie ihre Tätigkeit in diesem Sinne als Revolte verstehen, malen die Sprüher durchaus nicht nur für sich und ihresgleichen. Sie wol-

⁴² Ebd.

⁴³ Diese Wendung wurde zum geflügelten Wort, nachdem 1982 die Stadt New York auf Plakaten die Writer aufforderte: „Make your mark in society. Not on society.“ – Vgl. Austin: „Taking the train“, a.a.O., S. 160.

⁴⁴ Vgl. Christ: „New York 82/83“, a.a.O.

⁴⁵ Hitzler/Bucher/Niederbacher: „Leben in Szenen“, a.a.O., S. 103.

⁴⁶ Zum Zusammenhang von Identität und Krise vgl. Erik H. Erikson: „Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze“ [1959], Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1966.

⁴⁷ Vgl. Macdonald: „The Graffiti Subculture“, a.a.O., S. 154 f.

⁴⁸ Ebd., S. 153.

⁴⁹ Vgl. ebd., S. 154-156.

len sehr wohl, dass auch ‚normale Menschen‘ ihre Werke sehen, weshalb sie sich auch nicht mit legalen Mal-Ghettos in Form von Hall of Fames abspesen lassen. Die Szene als Ganzes hat es sich zum Ziel gesetzt, der Stadt ihren Stempel, ihre Regeln aufzudrücken.⁵⁰ „Wenn nur noch Whole-Cars [d.h. vollständig bemalte Zugwaggons] fahren, haben wir sowieso gewonnen.“⁵¹

Die Graffiti-Kultur ist insofern eine Art „Gegenkultur“⁵² zur herrschenden Kultur und deren hegemonialer Wertestruktur. Als Szene bilden die Writer eine bewusst von der Restgesellschaft abweichende Gemeinschaft mit eigenen Sprachcodes, Interaktionsritualen, Verhaltensnormen und Werten, in der sie die kollektiven und individuellen Bezugspunkte ihres Handelns suchen und finden. Das zentrale Element zur Reproduktion der Gemeinschaft ist dabei das Anbringen der Schriftzüge. Sie dienen dazu, den anderen Writern zu zeigen, dass man weiterhin zum aktiven Kern der Bewegung gehört. Sie spornen die anderen Writer an und dienen der Gruppenkonstitution, indem sie anschlussfähige Kommunikation produzieren. Wenn nicht mehr gemalt wird, zerfällt die Szene.

Gestützt und legitimiert wird die soziale Reproduktion der Gemeinschaft durch das in der Szene so virulente Streben nach Anerkennung und den künstlerischen Wettbewerb zwischen den Writern, aber auch durch die habitualisierte Weitergabe von Erfahrung im Lehrer-Schüler-Verhältnis. Dabei zeigt sich die Szene in ihrem Inneren durchaus „wertkonservativ“⁵³. Szeneinterne Traditionen und Überlieferungen werden hochgeschätzt, soziale Abweichungen mit Tabus belegt und nötigenfalls durch Ausschluss sanktioniert. So sehr sich die Writer vom Konformismus der übrigen Gesellschaft abgrenzen und sich selbst als „superior society“⁵⁴ inszenieren, so unkritisch übernehmen sie dennoch die sozialen Mechanismen und Hierarchiestrukturen, die auch den Rest der Gesellschaft durchziehen. Ist Writing unter diesen Umständen also überhaupt als politische Bewegung zu begreifen, oder handelt es sich letztlich doch nur um eine beliebige und letztlich harmlose Jugendkultur wie jede andere?

⁵⁰ Vgl. Hitzler/Bucher/Niederbacher: „Leben in Szenen“, a.a.O., S. 103.

⁵¹ MINE: „Wenn nur noch Whole-Cars fahren, haben wir sowieso gewonnen“, a.a.O.

⁵² Zum Begriff der Gegenkultur vgl. John Milton Yinger: „Countercultures. The promise and the peril of a world turned upside down“, Free Press, New York City u.a., 1982.

⁵³ Vgl. Klein/Friedrichs: „Is this real?“, a.a.O., S. 10, dort bezogen auf die Hip-Hop-Szene allgemein. Vgl. auch ebd., S. 14.

⁵⁴ Vgl. Macdonald: „The Graffiti Subculture“, a.a.O., S. 154.

3 Archäologie der Signatur

Eines der wichtigsten Plädoyers für eine politische Interpretation der Graffiti-Bewegung geht auf den französischen Soziologen Jean Baudrillard zurück, der in seinem berühmt gewordenen Aufsatz „Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen“ sogar einen Zusammenhang zwischen dem Entstehen des Writings und „der Niedererschlagung der großen urbanen Aufstände von ’66/’70“⁵⁵ herstellt. Gemeint sind damit die Ghetto-Aufstände der Schwarzen ab Mitte der 1960er Jahre, bei denen es im Zuge der Bürgerrechtsbewegung und aus Protest gegen die fortgesetzte soziale Diskriminierung der Schwarzen immer wieder zu Straßenschlachten mit der Polizei kam.⁵⁶

In der Tat wurden die ersten Graffitis, damals noch einfache und heute unbeholfen erscheinende Schriftzüge, Ende der 60er Jahre gemalt. Zentrum der Graffiti-Bewegung war New York, besonders arme Viertel wie Lower Manhattan, Queens oder die Bronx.⁵⁷ Vereinzelt Vorläufer finden sich allerdings bereits „in Philadelphia, perhaps as early as 1959, but the history of Philadelphia’s writing culture remains to be explored in depth.“⁵⁸ Schon Jahrzehnte vorher zwar, etwa im Kontext von Jugendbanden in den 1940ern, tauchten einzelne Inschriften, zum Teil noch mit Kreide angebracht und in der Regel sehr viel kleiner als die gesprühten Graffitis im heutigen Sinne, auf Wänden auf.⁵⁹ Erst ab 1967 aber, vor allem um 1970 bis 1972 herum, begannen die Graffitis in New York geradewegs zu *explodieren*.⁶⁰ Innerhalb kürzester Zeit wurden sie zum Massenphänomen und drängten sich in den Fokus der Öffentlichkeit, die sich bis in die *New York Times* hinein zunächst zu wundern und schließlich immer lautstarker zu empören begann.⁶¹ Der Höhepunkt der Bewegung erstreckte sich von der frühen Mitte der 70er bis in die Mitte der 80er Jahre.

⁵⁵ Jean Baudrillard: „Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen“, in: ders.: „Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen“ [1975], Merve, Berlin, 1978, S. 19-38, hier S. 25.

⁵⁶ Mehr dazu: Gerald Horne: „Fire This Time: The Watts Uprising and the 1960s“, University of Virginia Press, Charlottesville, 1995.

⁵⁷ Vgl. Austin: „Taking the train“, a.a.O., S. 58. Vgl. auch Trecek: „Einleitung“, a.a.O.

⁵⁸ Austin: „Taking the train“, a.a.O., S. 41 f.

⁵⁹ Vgl. ebd., S. 283 f. (Anm. 11).

⁶⁰ Siehe zu diesem zentralen Einschnitt in der Geschichte des Graffitis auch die Arbeit des Kunsthistorikers Jack Stewart: „Subway Graffiti. An Aesthetic Study of Graffiti on the Subway System of New York City, 1970-1978“, Univers.-Diss., New York University, 1989.

⁶¹ Die *New York Times* war eine der ersten Zeitungen, die über das Phänomen berichtete (insbesondere mit einem berühmt gewordenen Artikel über den Writer TAKI 183 in der Ausgabe vom 21.07.1971), jedoch zugleich auch eine der vehementesten Gegnerinnen des Writings,

Ein wichtiger Katalysator der Graffiti-Kultur war die Hip-Hop-Bewegung, die besonders Mitte der 80er Jahre zu einer dominierenden Jugendbewegung wurde. Vornehmlich über sie breitete sich Graffiti, transportiert durch Filme wie *Wild Style* (1982), *Style Wars* (1983) und *Beat Street* (1984), auch nach Europa aus. Die enge personelle und ideologische Verbindung zwischen Graffiti und Hip Hop reicht so weit, dass beide nahezu dieselben Werte und Prinzipien vertreten: so etwa das Prinzip der sportlichen Herausforderung und des Battles; die Werte des „Respekts“ und der „Community“; vor allem aber eine subversive Praxis, die vorhandene Materialien und Werkzeuge (Dosen und Stifte einerseits, Musikinstrumente und Schallplatten andererseits) aus ihren alten Kontexten herauslöst und sie kreativ und experimentell umfunktioniert.

Seine kunst- und kulturhistorischen Vorläufer freilich hat das moderne Graffiti – wie sich bereits am etymologisch zugrunde liegenden Singular „Graffito“ ablesen lässt – wesentlich früher. Wandmalereien jeder Art finden sich bekanntlich schon in urgeschichtlichen Höhlen oder im antiken Pompeji. Man sollte diesen Bezug jedoch gerade mit Blick auf den Hintergrund der Entstehung des Writings in New York trotz der äußeren Ähnlichkeit nicht überbewerten.⁶² Sehr viel näher steht dem Graffiti das Phänomen von Menschen, die ihren eigenen Namen möglichst oft auf Wände schreiben. Die in Europa bekannteste Figur dieser Art der Selbstdarstellung, Joseph Kyselak, lebte im 19. Jahrhundert in Österreich. Im Zuge einer privaten Wette, im ganzen Land berühmt zu werden, schrieb und ritzte dieser Wiener Staatsbeamte seit 1820, vor allem aber während einer ausgedehnten Fußreise durch die österreichische Monarchie im Jahre 1825, überall seinen Namen auf Felswände und Gebäudefassaden. Sogar in Kaiser Franzens Schreibtisch höchstpersönlich *taggte* er – diese Anekdote ist jedoch nicht völlig sicher belegt – seinen Namen ein, nachdem er eben aufgrund seines auffälligen Sozialverhaltens zu einer Audienz bei seiner Majestät geladen wurde.⁶³

Nach dem Zweiten Weltkrieg kam dann das Kollektivpseudonym „Kilroy“ in Mode: ein kleines Männchen, das mit hängender Nase über eine Mauer schielt, oft versehen mit dem Schriftzug „Kilroy was here“, gezeichnet von amerikanischen Soldaten. Im Zuge der 68er-Revolution schließlich blühte die Wandmalerei unter neuen Vorzeichen erneut auf. Insbesondere Frankreich war bekannt für seine zahlreichen, oft situati-

gegen das sie in zahlreichen Artikeln anschrrieb. Vgl. Austin: „Taking the train“, a.a.O., S. 80-106.

⁶² Dieselbe Einschätzung vertritt auch Austin: ebd., S. 284 (Anm. 13).

⁶³ Kyselak lebte von 1799 bis 1831. Seine Geschichte ist mittlerweile recht gut erforscht und belegt; einige seiner Inschriften sind bis heute erhalten. Vgl. für eine kurze Darstellung Gerhard Staguhn: „Vom Pinsel getrieben“, in: Die Zeit, Nr. 15, 04.04.2007.

onistisch inspirierten politischen Wandparolen und -bilder, aber das Phänomen an sich findet sich in allen von der Studentenbewegung ‚angesteckten‘ Ländern. So verlockend der Zusammenhang mit den politischen Parolen jedoch auch sein mag: Die Graffitis gingen ihren eigenen Weg, und ihre Besonderheit besteht gerade darin, dass sie *keine* Parolen sind. Die Herkunft des Graffiti-*Tags* ist, und die mitunter phantasievollen Pseudonyme der Künstler können darüber nicht hinwegtäuschen, eher in der Traditionslinie Joseph Kyselaks zu suchen. Es ist und bleibt ein ‚nackter‘, semantisch bedeutungsloser Name, der da geschrieben wird und sich erst später zum stilisierten *tag* und schließlich zum kunstvollen Piece ausdifferenziert: „the everyday handwritten signature was its starting form“⁶⁴.

Obwohl sich eine direkte Verbindungslinie über politische Parolen also nicht ziehen lässt, lohnt es sich dennoch, nicht nur aufgrund der zeitlichen Nähe zwischen der Entstehung des Writings und den politischen Bewegungen der 60er Jahre, Baudrillards Hinweis auf die Ghetto-Aufstände genauer nachzugehen. Auch andere Autoren wie Joe Austin stellen diesen Zusammenhang her: „Writing was inspired by the political mass movements of the 1960s“⁶⁵. Wie sich diese „Inspiration“ in die Köpfe der konkreten Akteure genau übersetzte und wie sie sich schließlich in Graffiti als konkrete Aktionsform verwandelte, lässt sich im Nachhinein freilich nur schwer rekonstruieren. Wenn auch einzelne Interviews mit bekannten Protagonisten der Bewegung diese Lesart durchaus stützen,⁶⁶ muss die Frage, wieweit politische Motivationen für eine *Mehrheit* der Beteiligten ausschlaggebend waren, an dieser Stelle doch offen bleiben. Die soziale Klassenbasis der amerikanischen Graffiti-Bewegung widerspricht dem Befund einer politischen Bewegung immerhin nicht: Sie bestand „mostly of African Americans and Latinos from poor or working-class families.“⁶⁷

Jedoch ist all das gar nicht der entscheidende Punkt. In Europa etwa ist die soziale Herkunft der Writer wesentlich breiter gefächert und reicht bis weit ins bürgerliche Milieu hinein,⁶⁸ auch sind explizite politische Motivationen hierzulande sehr viel seltener anzutreffen.⁶⁹ Nicht weniger wichtig als das, was die Individuen über ihr eigenes Handeln *denken*, ist aber, was sie effektiv *tun*. „Sie wissen das nicht, aber sie tun es“⁷⁰, wie Marx im „Kapital“ einmal über den Warenfetischismus schreibt. Eine

⁶⁴ Austin: „Taking the train“, a.a.O., S. 4.

⁶⁵ Ebd., S. 4.

⁶⁶ Vgl. ebd., S. 43-45.

⁶⁷ Ebd., S. 58.

⁶⁸ Vgl. Hitzler/Bucher/Niederbacher: „Leben in Szenen“, a.a.O., S. 102.

⁶⁹ Vgl. ebd., S. 105.

⁷⁰ Karl Marx: „Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie“, Bd. 1: „Der Produktionsprozeß des Kapitals“ [1867], in: MEW 23, Dietz, Berlin (DDR), 1977, S. 88.

Handlung kann politisch sein, ohne dass es den Handelnden selbst bewusst sein muss. Eine kleine Anekdote aus der Frühgeschichte des Graffiti vermag das anschaulich zu belegen.

In der Nacht des 3. Juli 1976, also einen Tag vor dem 200. Jahrestag der amerikanischen *Declaration of Independence*, bemalten drei Writer – CAINE, MAD 103 und FLAME ONE – einen Subway-Zug in Manhattan.⁷¹ Als zentrales Motiv wählten sie anlassgerecht die amerikanische Flagge, deren Bild sich über mehrere Waggons erstreckte. Der nächtliche Einbruch ins Yard war also offensichtlich als patriotischer Akt intendiert, die Überdimensioniertheit des Graffiti entsprach einer gigantischen Ehrerweisung an die eigene Nation. Die freilich konnte mit dem in der Szene so genannten und heute legendären „Freedom Train“ wenig anfangen: Der Zug wurde rechtzeitig aus dem Verkehr gezogen, gereinigt und erblickte nie das Licht der Öffentlichkeit. Ganz offensichtlich also war dieser Zug nicht das, als was er von seinen Schöpfern intendiert war; er war objektiv ein Angriff auf die Nation, selbst wenn er subjektiv noch so affirmativ gemeint war.

Um die politisch-kulturelle Dimension des Writings zu verstehen, reicht es folglich nicht aus, nur nach den subjektiven Motivationen der einzelnen Akteure zu fragen. So wichtig diese für ein Verständnis des Phänomens auch sein mögen, ist doch immer auch die *objektive kulturelle Funktion* zu analysieren, die Graffiti innerhalb der Gesellschaft einnehmen. Für eine entsprechende Analyse einen wichtigen Grundstein gelegt zu haben, ist das große Verdienst Baudrillards für die Graffiti-Forschung.

4 Angriff auf den urbanen Zeichenraum

Graffiti sind ein genuin urbanes Phänomen. Warum eigentlich? Für Baudrillard deshalb, weil sie eine Revolte gegen eine Grundstruktur urbanen Lebens sind. Diese Grundstruktur der modernen Großstadt besteht für Baudrillard in ihrer Durchsetztheit mit Zeichen und Codes, die über Reklametafeln, Schaufenster, Fernsehbildschirme, Radionachrichten, Zeitschriften und Verkehrsschilder übermittelt werden. Die Stadt ist ein *Zeichenraum*, angefüllt mit Symbolen, die diesen Raum – und damit die Lebens- und Erlebniswelt der Menschen – strukturieren und operationalisieren. Im Befehlston vertritt jedes von ihnen einen spezifischen Geltungsanspruch: Lies das, merk dir das, kauf das; erobere die Frauenwelt mit *AXE* und *8x4*. „Alle sind“, so

⁷¹ Die Anekdote ist ausführlich überliefert bei Austin: „Taking the train“, a.a.O., S. 1 f.

Baudrillard, „ausgerichtet auf ihren jeweiligen Wahn einer Identifikation mit Leitmodellen und bereitgestellten Simulationsmodellen.“⁷²

Als Referenten sind diese Zeichen im Grunde austauschbar, sie besitzen letztlich nur einen funktionalen, „strukturelle[n] Wert“⁷³: Jedes Produkt ist ohne Verlust gegen ein anderes austauschbar, jede Werbebotschaft wird sofort von einer anderen verdrängt, nirgendwo aber werden den Empfängerinnen und Empfängern Botschaften übermittelt, die sie *wirklich* angehen.⁷⁴ Die Zeichen der Reklame sind zwar keine völligen Nullbotschaften, verweisen sie doch allesamt auf reale Signifikate, die sich in den Produktregalen der Kaufhäuser, aber auch im kollektiven Imaginären der jeweiligen Kultur massenhaft finden lassen. Dennoch scheint es, als bestünde ihr tieferer Sinn lediglich darin, den Wahrnehmungsapparat der Subjekte auf geradewegs terroristische Weise in Beschlag zu nehmen. Durch die permanente Vorspiegelung einer Bedeutsamkeit, die sie bei aller Marktschreierei am Ende doch nicht einzulösen vermögen, versuchen sie die existentielle Indifferenz zu verschleiern, zu welcher ihr warenförmiges Dasein als Geldwert sie verurteilt. Die Werbezeichen sind Zeichen, die gegen ihre eigene Leere ankämpfen; eben darum wirken sie so ermüdend. Die Werbung ist „eine Mauer aus funktionalen Zeichen, gemacht, um decodiert zu werden, Zeichen, deren Wirkung in der Decodierung sich erschöpft.“⁷⁵

In dieser Art von „Semiokratie“⁷⁶ oder „Zeichen-Herrschaft“ ist für Baudrillard das zentrale gesellschaftliche Machtverhältnis der Gegenwart verborgen. Denn die Kommunikation der Zeichen verläuft wesentlich asymmetrisch. Die Produktion der Zeichen ist monopolisiert, zwischen Inhabern der Zeichenproduktionsmittel einerseits und Empfängern der produzierten Zeichen bildet sich ein neuer Klassengegensatz. Das Sperrfeuer der Zeichen ist effektiv ein Monolog der Macht, eine fortwährende „Rede ohne Antwort“⁷⁷, die den Subjekten durch ihre alles erstickende Präsenz die Möglichkeit der Erwiderng nimmt.⁷⁸

⁷² Baudrillard: „Kool Killer“, a.a.O., S. 22.

⁷³ Ebd., S. 20.

⁷⁴ Dass der Begriff „wirklich“ in diesem Zusammenhang Einsprüche zu provozieren pflegt, tut seiner Berechtigung meines Erachtens keinen Abbruch. Vgl. zu einer Theorie der „falschen Bedürfnisse“: Guy Debord: „Die Gesellschaft des Spektakels“ [1967], Bittermann, Berlin, 1996.

⁷⁵ Baudrillard: „Kool Killer“, a.a.O., S. 28.

⁷⁶ Ebd., S. 23.

⁷⁷ Jean Baudrillard: „Requiem für die Medien“ [1972], in: ders.: „Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen“, a.a.O., S. 83-118, hier S. 91.

⁷⁸ Vgl. zu dieser Diagnose auch §18 („Vom kulturrationierenden zum kulturkonsumierenden Publikum“) bei Jürgen Habermas: „Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft“ [1962], Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1990, S. 248-266. Habermas spricht dort vom „Zwang des ‚Don't talk back‘“, der mit den neuen Medien

„Der Unterschied zwischen Sendern und Empfängern, zwischen Produzenten und Konsumenten von Zeichen muß total bleiben, denn in ihm liegt heute die wirkliche Form der gesellschaftlichen Herrschaft.“⁷⁹

Die Allgegenwart dieser semiokratischen Übermacht ist für Baudrillard die zentrale Erscheinung, die das urbane Leben in den westlichen Metropolen ausmacht. Erst recht in Anbetracht der im Vergleich zu anderen Städten noch einmal gesteigerten, geradezu sinnbildlich gewordenen Präsenz der Werbeplakate und Leuchtreklamen in *New York* bildet diese Dimension einen wesentlichen Ausgangspunkt für jede medientheoretische Analyse des Writings. Joe Austin bringt die Besonderheit dieser für die Geschichte des Graffitis so zentralen Stadt treffend auf den Punkt:

„[T]he commercial signage in New York is unique. These signs are cultural landmarks of the highest order; the neon and lights in Times Square and on Broadway are on a par with Old Faithful or Mount Rushmore in the national imagination. [...] New York City was [...] the undisputed capital of the spectacularized name written in shared (commercial) public space.“⁸⁰

Welche Bedeutung haben in dieser Situation die an die Wand gesprühten Namen der Writer? Auffällig ist zunächst ihre offensichtliche *Strukturgleichheit*. So schreibt Austin über die Werbung: „Whatever its particulars, every advertising sign broadcasts at least one common message: ‚Don't forget this name.‘“⁸¹ Streicht man aus diesem Satz das kleine Wort „advertising“, ergibt sich daraus unmittelbar eine überaus treffende semiologische Beschreibung der Graffitizeichen. Zunächst handelt es sich beim Graffiti also um eine *subversive Mimesis der Macht* – die Writer wiederholen exakt die Geste der Werbung, indem sie sich deren Funktionsprinzip aneignen und es für ihre eigenen Zwecke umfunktionieren.⁸²

Selbst mit Blick auf die Ghettos, wo der Glamour der Zeichenwelt eher einer schäbigen Ruine gleicht, ist diese Deutung noch plausibel: Da die Werbung für Reichtum und Eingeschlossen-Sein in die Gesellschaft steht, schaffen die Writer einfach ihre eigene Werbung. Kleptomane gleich nehmen sie sich, was sie auf gewöhnlichem Wege

Funk, Film und Fernsehen einhergehe und dem Publikum die Möglichkeit nehme, „sprechen und widersprechen zu können“ (S. 261).

⁷⁹ Baudrillard: „Kool Killer“, a.a.O., S. 23.

⁸⁰ Austin: „Taking the train“, a.a.O., S. 39. Was für die Stadt New York hier in besonderem, prototypischen Ausmaß gesagt wird, gilt natürlich gleichermaßen für die gesamte moderne Gesellschaft: „The twentieth-century is written over with the names of store owners, corporations, brands, performers and stars.“ (Ebd.)

⁸¹ Ebd.

⁸² Vgl. hierzu auch Treeck: „Styles“, a.a.O., S. 103 f.

nicht bekommen, nur dass sie den materiellen Wohlstand durch den *Fame* innerhalb der Szene ersetzen, welche in diesem Sinne als Ersatzgesellschaft zu verstehen ist. Durch dieses Aktiv-Werden, das für die gesamte Hip-Hop-Bewegung symptomatisch ist,⁸³ verarbeiten sie ihre Versagungen durch eine Wendung nach außen, anstatt die Aggression depressiv gegen sich selbst zu richten.⁸⁴ Diese Form des kleptomatischen Ausagierens ist freilich noch keine radikale Revolte, sondern vielmehr durchaus eine Affirmation des Bestehenden, das ja durch die unerlaubte Aneignung indirekt noch bestätigt wird. Auf einer elementaren Ebene bedeutet Writing gleichwohl eine Erwidern auf den Monolog der Macht, eine Durchkreuzung der „Rede ohne Antwort“, ein Erheben der eigenen Stimme im urbanen Gewimmel der Zeichen.

Dieses Erheben der Stimme haben die Graffitis, so Baudrillard, mit den Inschriften und Plakaten des Pariser Mai '68 gemeinsam, die gleich ihnen „in offensiver Weise von den Wänden Besitz“⁸⁵ ergriffen. Anders als die politischen Slogans aber, die nur *neue* Botschaften an die Stelle der alten setzten, attackieren die Graffiti-Schriftzüge „zum erstenmal die Medien in ihrer Form selbst, also in ihrer Produktions- und Verteilungsweise.“⁸⁶ Die Graffitis sind eben *nicht* nur Mimesis, bloß affirmative ‚Wiederholung‘ der Macht. Sie unterlaufen das Gefüge der Macht als solches, indem sie sich deren Funktionsweise radikal verweigern. Die *Tags* der Writer durchbrechen die Semiokratie, weil sie gegen das *Prinzip der Semiotik* selbst verstoßen. Denn die Graffitis haben außer ihrem ‚Ich war hier!‘ keinen Inhalt, keine dekodierbare Botschaft, kein Signifikat. Als sinnlose, rein graphische Eigennamen

„widerstehen sie jeder Interpretation, jeder Konnotation. [...] Derart entgehen sie dem Prinzip der Bezeichnung und brechen als leere Signifikanten ein in die Sphäre der erfüllten Zeichen der Stadt.“⁸⁷

⁸³ Vgl. Klein/Friedrichs: „Is this real?“, a.a.O., S. 10: „Die HipHop-Kultur ist eine Kultur der Produzenten.“ (Im Original kursiv).

⁸⁴ In Robert K. Mertons Anomiemodell entspräche die depressiv-masochistische Wendung der Aggression nach innen dem Typus der „Apathie“. Die Apathischen haben sowohl die akzeptierten Mittel wie auch die herrschenden Werte und Ziele der herrschenden Kultur aufgegeben. Writing dagegen entspricht eher dem Typus der „Innovation“, also der Zuhilfenahme alternativer Mittel, um die ansonsten nicht in Frage gestellten Werte der Gesellschaft (hier: Selbstverwirklichung, Akzeptanz der Gesellschaftsform als solche) zu erreichen. Vgl. Robert K. Merton: „Sozialstruktur und Anomie“ [1938], in: Fritz Sack/René König (Hg.): „Kriminalsoziologie“, Akademische Verlagsgesellschaft, Frankfurt a.M., 1968, S. 283-313, hier S. 309 f.

⁸⁵ Baudrillard: „Kool Killer“, a.a.O., S. 28.

⁸⁶ Ebd., S. 29.

⁸⁷ Ebd., S. 26.

Der Diskurs der Writer ist ein „Anti-Diskurs“⁸⁸, der das symbolische Netz des herrschenden Diskurses zersetzt, ohne ein neues, ebenbürtiges an seine Stelle zu setzen.⁸⁹ Eben darin besteht für Baudrillard die Radikalität der Graffiti-Schriftzüge: „Es ist diese Leere, die ihre Kraft ausmacht.“⁹⁰ Der Semiotologe Roland Barthes hatte eine ähnliche Utopie der semiotischen Revolte im Sinn, wenn er die moderne Poesie als „Anti-Sprache“⁹¹ bezeichnet, die sich durch ihre „semioklastische“⁹² Leere dem „Deutungswahn“⁹³ der übrigen Zeichen entzieht und so einen „utopischen Gegenentwurf zu dröhnenden Sprachmaschinen“⁹⁴ darstellt.

Graffiti besitzen diese utopische Leere, weil sie, wie bereits erwähnt, eine Rückentwicklung der Buchstaben zum Bild darstellen. Gewiss, auch die Tags der Writer sind Namen, also auf den ersten Blick mit Inhalt gefüllt und folglich als Signifikanten entzifferbar. Aber sie sind Namen, die ihrem eigenen Prinzip zuwiderlaufen, sofern man unter dem Prinzip des Namens die Zuordenbarkeit von Signifikant und Signifikat, die Identität von Namen und Person versteht. Durchaus proklamieren die Writer Identität, aber es handelt sich dabei, so Baudrillard, nicht um die klassische, bürgerliche, individuelle Form derselben.⁹⁵ Denn die bürgerliche Identität beruht auf dem Prinzip der Identifizierung, die in letzter Instanz eine Identifizierung durch die souveräne Staatsmacht darstellt. Der Bürger ist Untertan der Staatsgewalt, der er untersteht und die ihn bereits durch die bloße Möglichkeit des herrschaftlichen Zugriffs unter Kontrolle hält. Wer identifizierbar ist, steht immer schon unter dem Bannspruch der Souveränität, ist immer schon Unterwerfener.⁹⁶

Die Tags der Writer dagegen entziehen sich der Identifizierbarkeit, indem sie dauerhaft anonym bleiben. So sehr die Polizei sich auch bemüht, in der Regel bleibt die Identität der Vandalen der Öffentlichkeit verborgen. Und selbst innerhalb der Szene wird um die Identität der Aktivisten zwar einiges Rätselraten, nie jedoch offizielles Aufheben veranstaltet; die Frage nach der Identität ist auch hier letztlich nicht entscheidend.⁹⁷ Wer etwas weiß, weiß es und behält es für sich. Es existiert keine Instanz, die den Finger auf das Individuum richtet; die Graffiti-Szene agiert als Kollektiv, das stets gemeinsam kämpft. „Die jungen Schwarzen haben keine Persönlichkeit zu verteidigen, sie verteidigen auf Anheiß eine Gemeinschaft.“⁹⁸ Jede erfolgreiche staatliche Strafverfolgung bedroht die Szene und ihre Arbeitsbedingungen deshalb fundamental als Ganzes. Eine Welt, in der die Polizei die Kontrolle innehat, ist eine Welt, in der Graffiti nicht mehr möglich ist. Wird das Graffiti eines fremden Writers entfernt, überwiegt darum die Solidarität gegenüber der Konkurrenz: Die Säuberungsaktion geht schließlich dem Prinzip Graffiti, nicht dem einzelnen, anonymen Sprayer. Baudrillard betont noch einen weiteren Aspekt: Die Lebenszeichen, die durch die Graffiti auf den Mauern hinterlassen werden, machen diese wieder zu einem realen Körper.⁹⁹ Gerade aufgrund ihrer Inhaltslosigkeit verwandeln sie die Flächen der Wände aus der institutionalisierten Funktionalität der Bezeichnung zurück in eine lebendige, soziale Materie. Die Graffiti entleeren den Raum, obwohl und gerade weil sie ihn mit Zeichen – Antikörpern gewissermaßen – geradezu überschwemmen. Was nach dieser semiotischen Entleerung des Raumes übrig bleibt, sind die Medien selbst, die sich plötzlich als Medien sozialer Kämpfe entpuppen. So erobern die Writer die Straßen als politischen Handlungsraum zurück und dechiffrieren diese als Austragungsorte des Klassenkampfes.¹⁰⁰

⁸⁸ Ebd.

⁸⁹ Vgl. zur Zerstörungsgeste des Vandalismus auch Georg Franck: „Werben und Überwachen. Zur Transformation des städtischen Raums“, in: Leon Hempel/Jörg Mechtelmann (Hg.): „Bild – Raum – Kontrolle. Videoüberwachung als Zeichen gesellschaftlichen Wandels“, Suhrkamp, Frankfurt a. M., 2005, S. 141-155, hier S. 148.

⁹⁰ Baudrillard: „Kool Killer“, a.a.O., S. 30.

⁹¹ Roland Barthes: „Mythen des Alltags“ [1957], Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1970, S. 118.

⁹² Bettina Lindorfer: „Roland Barthes: Zeichen und Psychoanalyse“, Fink, München, 1998, S. 145.

⁹³ Ebd., S. 144.

⁹⁴ Ebd. Vgl. dazu auch das Kapitel „Die Befreiung vom Sinn“ in Roland Barthes: „Das Reich der Zeichen“ [1970], Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1981, S. 100-104.

⁹⁵ Vgl. Baudrillard: „Kool Killer“, a.a.O., S. 25 f.: „Was diese Namen in Anspruch nehmen, ist nicht eine bürgerliche Identität, eine Persönlichkeit, sondern die radikale Exklusivität des Clans, der Bande, der Gang, der Altersklasse, der Gruppe oder Ethnie.“

⁹⁶ Vgl. dazu weiterführend: Giorgio Agamben: „Homo sacer. Die souveräne Macht und das nackte Leben“, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 2002.

⁹⁷ Vgl. zu diesem entscheidenden Punkt auch Treeck: „Styles“, a.a.O., S. 105: „Sprayer kennen sich oft untereinander. D.h., sie kennen ihre Writingnames, die bürgerlichen Namen spielen praktisch keine Rolle.“

⁹⁸ Baudrillard: „Kool Killer“, a.a.O., S. 27.

⁹⁹ Ebd., S. 34.

¹⁰⁰ Vgl. ebd., S. 28: „Sie, die Graffiti, gehören zur Ordnung des Territoriums. Sie territorialisieren den decodierten urbanen Raum – diese oder jene Straße, jene Wand, jenes Viertel wird durch die [sic] hindurch lebendig, wird wieder zum kollektiven Territorium.“

5 Fortsetzung des Aufstands mit anderen Mitteln?

Baudrillards Begeisterung für die offenkundig subversive Praxis der Writer schlägt mitunter gleichwohl in Überschätzung um. In einer Art „revolutionärer Intuition“¹⁰¹, so Baudrillard, haben die Writer erkannt,

„daß die grundlegende Ideologie nicht mehr auf der Ebene politischer Signifikate, sondern auf der Ebene der Signifikanten funktioniert – und daß hier das System verwundbar ist und bloßgelegt werden muß.“¹⁰²

Und er fährt fort: „Es genügen tausend mit Markers bewaffnete Jugendliche, um die urbane Signalistik durcheinander zu bringen, um die Ordnung der Zeichen zu stören.“¹⁰³ Dass sich diese Hoffnung nicht erfüllt hat und die „Ordnung der Zeichen“ auch nach rund 30 Jahren Graffitibewegung lebendiger ist denn je, bedarf keiner weiteren Erläuterung. Selbst zu den Höhepunkten der Bewegung, als die Reinigungskräfte in einigen Städten wie Dortmund und Amsterdam mit dem Reinigen der Züge nicht mehr nachkamen und das „System gesprengt“ war, wie dieser Zustand in der Szene genannt wird, war von einer ernsthaften politischen Krise nichts zu spüren. Hätten die Writer anstatt Graffitis zu malen Autos angezündet oder Kaufhäuser in die Luft gejagt, sähe das anders aus.

Die Bedeutung der Graffitis liegt dennoch nicht jenseits des Politischen, aber ihre Wirkung ist auf einer eigenen Ebene zu suchen – der Ebene des Symbolischen. Sie sind die Fortsetzung des Aufstandes mit anderen Mitteln, aber diese Mittel sind keine realen Mittel, sondern spielen sich auf der symbolischen Ebene eines *Kriegs der Zeichen* ab. Sie haben diesen Krieg nicht erfunden, er durchzieht die bürgerliche Gesellschaft spätestens seit ihrem Eintritt ins Zeitalter der Massenmedien. Graffitis nehmen einen Kampf auf, den die Werbung längst führt: den Kampf um die Flächen und ihre Besetzung. Wo die Werbung Sinn verbreiten will (und sei er noch so flach), da setzen die *Tags* der Writer offene Sinnlosigkeit. Sie sind der Einbruch des Dadaismus in eine Welt, die sich selbst im Unterhaltungsgewerbe noch dem Diktat des ökonomischen Kalküls unterwirft und selbst aus der Entspannung noch eine geldwerte Wellness-Kur zu machen imstande ist. Gegen den Terrorismus der Effizienz und des Sinns setzen die Writer die Leere einer reinen, funktionslosen Ästhetik der Schrift, die eben deshalb als Vandalismus erscheinen muss. In gewissem Sinne sind diese

¹⁰¹ Ebd., S. 30.

¹⁰² Ebd.

¹⁰³ Ebd., S. 31.

leeren Zeichen entspannend, eben weil es an ihnen nichts zu entschlüsseln gibt: Sie sind nur sie selbst.

Sind Graffitis also letztlich nichts weiter als eine illegale Form des Wohlfühlhappens? Mitnichten. Im Gegensatz zur Fun Factory der Spaßgesellschaft machen sie deutlich, dass die Entfaltung der leeren Zeichen nicht als kontemplativer Konsum zu haben ist, sondern nur als aktives, aufständisches Handeln, das politisch überhaupt erst durchgesetzt werden muss gegen jene, die heute das Eigentum an den Straßen faktisch innehaben. Die leeren Flächen sind bitter erkämpft, weil sie fundamental gegen die Grundgesetze der kapitalistischen Gesellschaft verstoßen, welcher die Verwertung des Werts das einzige Heiligtum ist, mit dem sie bei aller guten Laune am Ende dann doch keinen Spaß versteht. Die Writer aber machen Tag für Tag vor – auch in diesem Sinne ist ihre Revolte symbolisch zu verstehen –, dass die Ordnung der Zeichen, hinter der sich letztlich die Ordnung des Eigentums verbirgt, trotz aller Hegemonie nicht unantastbar ist. In einer Situation der politischen Ohnmacht ist Writing die symbolische Rückeroberung von Handlungsmacht im öffentlichen Raum.¹⁰⁴ Für diese diskreten kleinen Gesten der Überschreitung reichen tatsächlich ein paar tausend mit Filzmarkern und Sprühdosen bewaffnete Jugendliche.

Was es mit dem emanzipatorischen Gehalt der Graffitis auf sich hat, wird vermutlich dann am deutlichsten, wenn man ihren Gegnern das Wort erteilt. So liest man in der *Welt am Sonntag* unter der Überschrift „Schmierereien verschandeln Berlin“ über den Wasserturm am Prenzlauer Berg:

„Die originalgetreu nachgebauten Klinkerhäuschen und der schmale sandsteinfarbene Turm, der von einem Hügel herabschaut, sind postkartenhübsch. Nur die angesprühten Zeichen, die Kringle und Kritzel passen nicht. Die Graffiti stören das Gesamtbild wie ein Eiterpickel. Sie sind die Akne auf der Fassadenhaut.“¹⁰⁵

Die *Tags* der Writer als „Akne“ und „Eiterpickel“ – die Autoren der *Welt am Sonntag* haben verstanden, worum es geht. Die jugendliche Semiotikguerilla ist der sichtbare Angriff auf das bürgerliche Idyll einer Welt, deren Sinn sich in der „postkartenhübschen“ Zurschaustellung von Abbildern ihrer selbst erschöpft. Dieser Angriff

¹⁰⁴ Aus dieser Perspektive kann auch die geringe Beteiligung von Frauen am Writing und allgemein am Hip Hop plausibel gemacht werden. Denn von seiner mythologischen Aufladung her ist der Writer, wie der Rapper, eine genuin männliche Heldenfigur: „Es ist ein männliches Stereotyp, das im Bild des Ghettos in verschiedenen Varianten erscheint und ein relativ standardisiertes Bildrepertoire des HipHop generiert. Im HipHop dominiert der Mann. Er ist Kämpfer im feindlichen Dschungel der nachindustriellen Megastadt.“ (Klein/Friedrichs: „Is this real?“, a.a.O., S. 22). Siehe auch oben, Anm. 10.

¹⁰⁵ *Welt am Sonntag*, 16.01.2005.

funktioniert freilich nur, wenn es auch wirklich Leute gibt, die mehr auf Klinkerhäuschen stehen als auf Bombings. Die Writer leben von ihrem Stigma, ihr symbolischer Aufstand liefe ins Leere ohne die erklärte Feindschaft des Bürgertums. Die Deutsche Bahn ist neuerdings dazu übergegangen, die Herausforderung des Battles dergestalt anzunehmen, dass sie die Pieces der Writer mit großen Klebekreuzen durchstreichen lässt. Die Aktion „Graffiti crossen“¹⁰⁶ wird der Graffiti-Bewegung noch einmal neuen Auftrieb geben.

¹⁰⁶ Vgl. Dialogforum Nofitti e.V., 10.12.2007, <http://dialogforum-nofitti-ev.blogspot.com/2007/12/bahn-setzt-klebekreuz-gegen-graffiti.html> (Stand: 27.02.2008).

Literaturverzeichnis

Monographien und Sammelbände

- Agamben, Giorgio: „Homo sacer. Die souveräne Macht und das nackte Leben“, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 2002
- Androutsopoulos, Jannis (Hg.): „HipHop. Globale Kultur – Lokale Praktiken“, Transcript, Bielefeld, 2003
- Austin, Joe: „Taking the train. How graffiti became an urban crisis in New York City“, Columbia University Press, New York City, 2001
- Barthes, Roland: „Mythen des Alltags“ [1957], Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1970
- Barthes, Roland: „Das Reich der Zeichen“ [1970], Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1981
- Baudrillard, Jean: „Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen“, Merve, Berlin, 1978
- Baudrillard, Jean: „Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen“ [1975], in: ders.: „Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen“, Merve, Berlin, 1978, S. 19-38
- Baudrillard, Jean: „Requiem für die Medien“ [1972], in: ders.: „Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen“, Merve, Berlin, 1978, S. 83-118
- Christ, Thomas: „New York 82/83 – Subway Graffiti“, Edition Aragon, Moers, 1994
- Debord, Guy: „Die Gesellschaft des Spektakels“ [1967], Bittermann, Berlin, 1996
- Erikson, Erik H.: „Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze“ [1959], Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1966
- FISHER: „Legal oder illegal?“, in: Krekow, Sebastian/Röske, Olaf (Hg.): „Graffiti Art #6 – Berlin und neue Länder“, Schwarzkopf & Schwarzkopf, Berlin, 1997, S. 27
- Franck, Georg: „Werben und Überwachen. Zur Transformation des städtischen Raums“, in: Hempel, Leon/Mechtelmann, Jörg (Hg.): „Bild – Raum – Kontrolle. Videoüberwachung als Zeichen gesellschaftlichen Wandels“, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 2005, S. 141-155
- Habermas, Jürgen: „Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft“ [1962], Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1990
- Hempel, Leon/Mechtelmann, Jörg (Hg.): „Bild – Raum – Kontrolle. Videoüberwachung als Zeichen gesellschaftlichen Wandels“, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 2005
- Hitzler, Ronald/Bucher, Thomas/Niederbacher, Arne: „Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergesellschaftung heute“, Leske + Budrich, Opladen, 2001
- Horne, Gerald: „Fire This Time: The Watts Uprising and the 1960s“, University of Virginia Press, Charlottesville, 1995
- Klein, Gabriele/Friedrich, Malte: „Is this real? Die Kultur des HipHop“, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 2003
- Krekow, Sebastian/Röske, Olaf (Hg.): „Graffiti Art #6 – Berlin und neue Länder“, Schwarzkopf & Schwarzkopf, Berlin, 1997
- Lindorfer, Bettina: „Roland Barthes: Zeichen und Psychoanalyse“, Fink, München, 1998
- Macdonald, Nancy: „The Graffiti Subculture. Youth, Masculinity and Identity in London and New York“, Palgrave, New York, 2003
- Marx, Karl: „Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie“, Bd. 1: „Der Produktionsprozeß des Kapitals“ [1867], in: MEW 23, Dietz, Berlin (DDR), 1977
- Merton, Robert K.: „Sozialstruktur und Anomie“ [1938], in: Sack, Fritz/König, René (Hg.): „Kriminalsoziologie“, Akademische Verlagsgesellschaft, Frankfurt a.M., 1968, S. 283-313

- MINE: „Wenn nur noch Whole-Cars fahren, haben wir sowieso gewonnen“, in: Treeck, Bernhard van/Todt, Mark: „Hall of Fame. Graffiti in Deutschland“, Edition Aragon, Moers, 1995 (ohne Seitenzählung)
- Reinecke, Julia: „Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz“, Transcript, Bielefeld, 2007
- Siegl, Norbert: „Graffiti-Enzyklopädie. Von Kyselak bis HipHop-Jam“, Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, Wien, 2001
- Stewart, Jack: „Subway Graffiti. An Aesthetic Study of Graffiti on the Subway System of New York City, 1970-1978“, Univers.-Diss., New York University, 1989
- Todt, Mark: „Das Cemnoz-Interview“, in: Treeck, Bernhard van/Todt, Mark: „Hall of Fame. Graffiti in Deutschland“, Edition Aragon, Moers, 1995 (ohne Seitenzählung)
- Todt, Mark: „Die Botschaft heißt ‚Ich!‘“, in: Treeck, Bernhard van/Todt, Mark: „Hall of Fame. Graffiti in Deutschland“, Edition Aragon, Moers, 1995 (ohne Seitenzählung)
- Treck, Bernhard van/Todt, Mark: „Hall of Fame. Graffiti in Deutschland“, Edition Aragon, Moers, 1995
- Treck, Bernhard van: „Styles – Typografie als Mittel zur Identitätsbildung“, in: Androutopoulos, Jannis (Hg.): „HipHop. Globale Kultur – Lokale Praktiken“, Transcript, Bielefeld, 2003, S. 102-110
- Yinger, John Milton: „Countercultures. The promise and the peril of a world turned upside down“, Free Press, New York City u.a., 1982

Zeitungen und Zeitschriften

- N.N.: „Schmierereien verschandeln Berlin“, in: Welt am Sonntag, 16.01.2005
- Staguhn, Gerhard: „Vom Pinsel getrieben“, in: Die Zeit, Nr. 15, 04.04.2007

Internet

- Dialogforum Nofitti e.V., 10.12.2007, <http://dialogforum-nofitti-ev.blogspot.com/2007/12/bahn-setzt-klebekreuze-gegen-graffiti.html> (Stand: 27.02.2008)
- Nofitti – Bürgerinitiative zur Rettung des Berliner Stadtbildes, <http://www.nofitti.de> (Stand: 27.02.2008)
- tagesschau.de, 08.04.2005: „Diskussion um illegales Graffiti: Mit Hubschraubern gegen Graffiti-Sprayer“, <http://www.tagesschau.de/inland/meldung188994.html> (Stand: 27.02.2008)
- Zulu Nation, <http://www.zulunation.com> (Stand: 27.02.2008)