

**„fame is considered the ultimate in graffiti-writing
achievement“**

**Versuch einer Übertragung der Praxeologischen
Theorie von Pierre Bourdieu auf die Kultur des
Graffiti-Writing.**

Autor: Maurice Kusber

E-Mail: mail@maurizone.de

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	Seite 2
2. Die Praxeologische Theorie von Pierre Bourdieu	Seite 2
2.1. Der Feldbegriff und der Habitus	Seite 3
2.2. Die Kapitalformen nach Pierre Bourdieu	Seite 4
3. Übertragung in das Feld des HipHop	Seite 7
3.1. Entstehungsvoraussetzungen von Graffiti	Seite 8
3.2. Entstehung der Graffiti Szene.....	Seite 9
3.3. Die Graffitiregeln	Seite 10
4. Graffiti als Performative Praxis.....	Seite 12
4.1. Die Akkumulation von Fame eingebettet in einer Ökonomie des Prestiges.....	Seite 13
5. Schlussgedanke	Seite 15
Literaturverzeichnis	Seite 17
Eidesstaatliche Erklärung.....	Seite 19

1. Einleitung

Die vorliegende Arbeit stellt den Versuch dar, die Praxeologische Theorie Pierre Bourdieus (Bourdieu 1998) in Ansätzen auf die Kultur des Graffiti Writing¹ zu übertragen. Der analytische Blick richtet sich dabei auf das Habituelle und das Performative, sowie die soziokulturellen Rahmenbedingungen im Kontext der Entstehungsgeschichte von Graffiti im New York der 70er Jahre des letzten Jahrhunderts. Zu diesem Zeitpunkt begannen die Jugendlichen aus den benachteiligten Stadtteilen New Yorks neues kulturelles Kapital zu erschaffen. Eingebettet in ein Regelwerk das den Partizipanten in einem sich neu entwickelndem Feld den Erwerb von sozialem und symbolischen Kapital ermöglichte. Im Fokus dieser Tätigkeiten wird das Streben nach Fame² näher beleuchtet, welches in einer Ökonomie des Prestiges eingebettet ist. Die Arbeit schließt mit der Überlegung, inwiefern überhaupt ein Transfer der Darstellung des eigenen Graffiti Synonyms und dessen massenhafte Verbreitung als verinnerlichte und inkorporierte soziale Erfahrungen als zu erstrebenswerter und ausreichender Status anzuerkennen ist oder ob der nächste notwendige Schritt die Einsetzung dieser im Feld des Graffiti Writing erworbenen Kapitalformen, notwendigerweise zum Erwerb von ökonomischen Kapital dienen sollte.

2. Die Praxeologische Theorie von Pierre Bourdieu

Die seit den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts entwickelten Theorien des französischen Soziologen Pierre Bourdieu, insbesondere seine Ausführungen der einzelnen Komponenten der Habitus-, Feld- und Kapitaltheorie bilden den theoretischen Rahmen dieser Arbeit. Ausgehend von der erkenntnisleitenden Fragestellung dieser Arbeit bietet Pierre Bourdieu das Erkenntniswerkzeug um Fragen der gesamtgesellschaftlichen Reproduktion, der Struktur und Dynamik spezifischer Felder, sowie der Rolle der Dispositionen für die Reproduktion von Klassenverhältnissen zu deuten (vgl. Schwingel 2011, S. 19). Der Praxisbegriff Bourdieus

¹¹ Im weiteren Verlauf dieser Arbeit werden der Graffiti Begriff und seine Akteure wie folgt definiert: Beim Graffiti-Writing bildet die Schrift (Buchstaben und Zahlen) das Basiselement der Bildkomposition. Dem Akteur (Writer) ist es daran gelegen eine möglichst häufige Verbreitung des Namens bzw. vielmehr des Pseudonyms in Kombination mit dessen möglichst einzigartiger, innovativer Art zu erreichen.

² Der englische Begriff Fame bedeutet so viel wie Ruhm, Ruf und Berühmtheit und stellt das Schlüsselwort der Writer in New York dar. „Getting fame“, „to have fame“ und „getting up“ sind erklärtes Ziel und Motiv aller Writer.

beschreibt die Entstehung der Welt aus akkumulierter Geschichte, in deren Wandel soziale Ungleichheit entsteht (vgl. Rehbein 2006, S. 80).

2.1 Der Feldbegriff und der Habitus

Der Habitus-Begriff nach Pierre Bourdieu bezieht sich im Kontext dieser Arbeit auf den Aspekt der Entstehung von sozialer Praxis und dem damit verbundenen Handeln, dem Wahrnehmen, Erfahren und Erkennen der jeweiligen Akteure, sowie deren soziologischer Relevanz. Die Beziehung zwischen den sozialen Strukturen und den Dispositionen der sozialen Akteure wie z. B. Klasse, Geschlecht, soziales Feld, ermöglichen eine theoretische Betrachtung der Gesellschaft.

„Systeme dauerhafter Dispositionen, strukturierte Strukturen, die geeignet sind, als strukturierte Strukturen zu wirken, mit anderen Worten: als Erzeugungs- und Strukturierungsprinzip von Praxisformen und Repräsentationen“ (Bourdieu, 1976, zit. In Schwingel 2011, S. 61).

Der Feldbegriff steht in engem Zusammenhang zum Habitus-Begriff, da sich dieser in Abhängigkeit aus und mit den Aktionen seiner Akteure konstituiert.

„Strukturen und Kräfte bestimmen das „Spiel“, die Praxis. (...) Wertvoll sind Dinge, die auf dem Feld Handlungsmöglichkeiten eröffnen und eine Bewahrung oder Verbesserung der Position ermöglichen“ (Rehbein 2006, S. 111).

Die mannigfaltigen Bedeutungen des Habitus (Anlage, Haltung, Erscheinungsbild, Gewohnheit und Lebensweise), symbolisieren in einer allgemeinen anthropologischen Sichtweise die sozialen Verhaltensmuster der Akteure, die diese durch Sozialisation erworben haben (vgl. Schwingel 2011, S.61). Der Habitus wirkt durch alte und neue Geschichten und Erfahrungen die ein Individuum erfahren hat und erfährt. Der Habitus ist sozusagen das Produkt und der Produzent der Geschichte eines Individuums (vgl. Krais/ Gebauer 2010, S. 6). Diese Erkenntnis Pierre Bourdieus symbolisiert damit im Prinzip die Abkehr der freiwilligen Entscheidungen und den daraus resultierenden Wegen eines Individuums. Mit Blick auf die zu betrachtende Zielgruppe dieser Arbeit, wird der Habitus in den zu der damaligen Zeit vorhandenen sozialen Ungleichheiten und der ungleichen Teilhabe an Wohlstand und Entscheidungsgewalt deutlich. Diesen Sachverhalt beschreibt Pierre Bourdieu unter anderem mit dem Begriff des „sozialen Raum[s]“ (vgl. Krais/ Gebauer 2010, S. 36). Denn jeder individuelle Habitus ist durch klassenspezifische Faktoren determiniert.

Das Handeln und Denken innerhalb des sozialen Raums bzw. der sozialen Welt, von Pierre Bourdieu mit dem Begriff der Felder benannt, ist immer in Abhängigkeit zu den verfügbaren ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapitalressourcen zu sehen (vgl. Schwingel 2011, S. 67). Des Weiteren hat die Stellung innerhalb dieser Felder eine Bedeutung für die weitere Entwicklung.

Die konkrete Bestimmung eines Feldes, bzw. die physische Lokalisierung entfällt, da es sich um ein wissenschaftliches Konstrukt handelt und in seiner primären Funktion eine Analyse sozialer Verhältnisse ermöglichen und verstehbar machen soll. Durch die teilweise Überschneidung unterschiedlicher Felder, erscheint nur eine intelligible Herangehensweise möglich. Diese entsteht aus dem Prozess der gegenseitigen Positionierung von Menschen aufgrund ihrer Beziehung untereinander und im Raum. Die Entstehung der Felder beruht jedoch auf den Performativitäten der jeweils feldspezifischen Akteure. Betrachtet man die Bewegung des HipHop als Feld, so könnten die einzelnen Elemente des HipHop wie Breakdance, Rap, DJing und Graffiti als Subfelder, Praxisfelder nach Pierre Bourdieu (Rehbein 2006, S.79-125) gesehen werden. Diese werden oftmals als Ganzes und Einheit gesehen, können jedoch auch als Subfelder mit den spezifischen Regeln gesehen werden. Im Subfeld des Graffiti ist dies das Prinzip und die der Szene inhärente Maxime des Getting Up.³ Im Bereich des HipHop symbolisiert sich dies unter anderem in den Machtkämpfen und auszutragenden Battles⁴ mit den spezifischen Regeln.

2.2 Die Kapitalformen nach Pierre Bourdieu

Die Relevanz und Notwendigkeit unterschiedlicher Kapitalformen sieht Pierre Bourdieu in der Tatsache begründet, dass es nicht nur eine reine Fokussierung auf profitorientierte und auf Warenaustausch ausgelegte sowie profitmaximierte Marktmechanismen geben kann. Diese isolierte Betrachtungsweise denkt ausschließlich wirtschaftstheoretisch und übersieht das es auch ein theoretisches Kriterium zur Differenzierung von spezifischen Feldern geben kann (vgl. Schwingel 2011, S. 85f.). Um dies fassen zu können, führt Bourdieu die unterschiedlichen Kapitalformen (ökonomisches, kulturelles, soziales, symbolisches) in sein theoretisches Konstrukt ein (Bourdieu 1982, S. 31-171). Die Beschreibung des ökonomischen Kapitals lässt sich in einem rein wirtschaftlich betrachteten Zusammenhang auf das Vorhanden- oder

³ „Getting Up“ steht quasi synonym zum Begriff des Fame.

⁴ Der Begriff des Battle steht für den gewaltfreien Wettbewerb unter HipHoppern, um Konflikte und Hierarchien zu klären.

Nichtvorhandensein von materiellem Reichtum beschränken, die in Abhängigkeit des vorhandenen Geldes der jeweiligen Gesellschaften zu sehen ist. Die Handlungs- und Profitancen der Akteure innerhalb der Felder, resultieren aus Zugänglich- und Verfügbarkeit des vorhandenen Kapitals. Bourdieu führt in seinen Untersuchungen oftmals den Vergleich mit Spielen und deren Einsätzen an, um den sich die Akteure gleich Trümpfen in einem Kartenspiel streiten (vgl. Schwingel 2011, a.a.O.). Eine Analogie zum Feld des HipHop lässt sich an dieser Stelle schon ziehen, wenn die unterschiedlichen Skills⁵ der Protagonisten im Wettbewerb des HipHop als Einsatz zu identifizieren sind.

Eine weitere Kapitalform die Bourdieu anführt und von der es drei Unterarten gibt, beschreibt er mit dem Begriff des kulturellen Kapitals. Schon vorweggenommen der Hinweis, das sich kulturelles Kapital nach langen Prozessen und unter besonderen Umständen in Geld (ökonomisches Kapital) umwandeln lässt (vgl. Reinecke 2012, S. 136). Die erste Form des kulturellen Kapitals bezieht sich auf Gegenstände die in objektiviertem Zustand vorhanden sind, z. B. Bücher, Gemälde, technische Geräte, Schallplatten. Eine Abgrenzung zum ökonomischen Kapital erscheint an dieser Stelle noch nicht differenziert genug, da die objektvierten Gegenstände durchaus auch mit Geld finanziert werden können und einen materiellen, ökonomischen Wert innehaben. Eine deutlichere Unterscheidung offenbart sich im Bereich des inkorporierten Kapitals, das sich aus erlernbaren kulturellen Fähigkeiten zusammensetzt, welche wiederum nach einer Aneignung zum Teil des Habitus werden können. Diese erlernbaren Fähigkeiten beziehen sich unter anderem auf alles was im Bereich der Bildung und dort primär nicht nur in einem schulisch-akademischen Sinn erworben werden kann (vgl. Schwingel 2011, S. 89). Die aktuellen Fachdiskussionen beziehen sich in den heutigen Diskursen auf den Begriff der „informellen Bildung“. Unter dem Terminus des institutionalisiertem kulturellem Kapital werden wiederum legitimes und illegitimes kulturelles Kapital unterschieden, wobei die Personengruppen mit offiziell anerkannten Schul- und Universitätsabschlüssen der ersten Gruppe und Autodidakten die über selbst angeeignetes kulturelles Kapital verfügen, dem Bereich der illegitimen Kapitalart zugeordnet werden können. Brisant wird diese Unterscheidung wenn kulturelle Kompetenzen die im Laufe der Zeit illegitim angeeignet wurden, den kulturellen Fähigkeiten der offiziell anerkannten überlegen sind. Ein klassisches Beispiel ist die Eingruppierung in Berufe und das dort zu zahlende Entgelt (ökonomische Kapital) z.B. Bezahlung nach Tarifen durch Abschlüsse und Qualifikationen. Betrachtet man sich diese Unterscheidung im Hinblick auf die kulturellen Kompetenzen die in den unterschiedlichen

⁵ Die Fähigkeiten eines Writers, die sogenannten Skills, entwickeln sich im Laufe der Zeit weiter.

Bereichen von Kunst, Fotografie und Urban Art/ Street Art zu finden sind, so wird dies am Beispiel von Graffiti am deutlichsten. Wie bereits erwähnt definiert sich Graffiti als performative Praxis der Writer mit dem Ziel der Akkumulation von Ruhm und Anerkennung, dem sogenannten Fame. Die Beherrschung der Technik des Sprühens perfektioniert sich im Laufe der Zeit und der Writer ist in der Lage diese Techniken auch unter größter Anspannung zur Anwendung zu bringen. Eine Motivationspsychologische Untersuchung von Rheinberg und Manig beschreibt dies mit dem Begriff des Flow und des Flowerlebens (vgl. Rheinberg/ Manig 2003). Die technisch und stilistisch versiertesten Sprüher werden in der Szene als Kings⁶ angesehen. Zieht der Writer es in Betracht aus diesen illegitimen kulturellen Kapital ökonomisches Kapital zu ziehen, indem er legale Graffiti-Wandgestaltungs Aufträge annimmt und Leinwände in Graffitimanier an Privatpersonen verkauft, wird er sich immer mit der Valenz und Bezahlung seiner Arbeit im Vergleich mit dem Stundenlohn von Handwerkern rechtfertigen müssen, die für einen festgelegten Stundenlohn eine Wand anstreichen. Dies kann auch im Feld von klassischen Künstlern oder Street Artists geschehen, die eine Hochschule für Kunst und Design besucht und dort graduiert haben. Der Zugang zu Galerien und der adäquate Verkauf der Exponate und Leinwände kann erleichtert sein (vgl. Reinecke 2011, S. 141ff.). Um die bisher beschriebenen Kapitalformen auch reproduzieren zu können, bedarf es sozialen Beziehungen und Netzwerken. Diese Ressourcen beziehen sich primär auf institutionalisierte Netzwerke und ermöglichen Unterstützung durch Gruppen oder einzelnen Akteuren. Je konsequenter und effektiver diese Beziehungsarbeit durchgeführt wird, desto „größer sind seine Profit Chancen bei der Reproduktion seines ökonomischen und kulturellen Kapitals“ (Schwingel 2011, S. 92). Die genannten Anerkennungslogiken münden nach Bourdieu (Bourdieu 1992) in das symbolische Kapital, eine eigenständige Form des Kapitals. Hervorzuheben ist dass es nicht nach einer Logik der Knappheit funktioniert, sondern auf eine Legitimationsfunktion durch Anerkennung und Hervorhebung. Der Begriff des Kredit wird in diesem Zusammenhang verwendet und sticht durch seine Unabhängigkeit vom objektiv-ökonomischen Kapital hervor (vgl. Reinecke 2012, S. 137).

⁶ Der Begriff „King“ bezeichnet den besten Writer, abhängig der Beurteilungskriterien von Qualität und der Quantität der angebrachten Tags, T-ups und Pieces.

3. Übertragung in das Feld des HipHop

Die HipHop-Kultur lebt seit ihren Anfängen von den Aktivitäten der Anhänger und deren Fokus auf die Zugehörigkeit, Teilhabe und der Weiterentwicklung eines abstrakten Bedeutungssystems. Die HipHop-Kultur verkörpert eine bestimmte Lebensweise und findet seine Anhänger durch einen niedrighschwelligem Zugang und einer Distinktion zur Hochkultur. Dies äußert sich in einem „Entwurf von Kultur als Verhalten, das sich in alltäglichen Institutionen wie Wertesystemen, Einstellungen oder einem Ethos niederschlägt, und als Praktiken, die ein typisches Muster ergeben“ (vgl. Menrath 2001, S. 84). Diese soziale Praxis entsteht nicht durch eine rein kognitive Herangehensweise, sondern als Logik der Praxis und deren Praktiken immanenten Vernunft (vgl. Menrath 2001, S. 71), sowie durch ein System des Kennens und Anerkennens (soziales Kapital). Dies findet sich in den vier Elementen des HipHop, dem Rap, Breakdance, DJing und dem Graffiti wieder, obwohl das Writing sich unabhängig und zeitlich ein wenig vorgelagert autonom und unabhängig von den anderen Elementen entwickelt hat. Die Zusammenführung aller vier Elemente entwickelte sich zu einem späteren Zeitpunkt. Da es in den Anfangszeiten nicht um eine Ökonomisierung des HipHop ging, muss dort sogar von einem erweiterten Kapitalbegriff gesprochen werden. Deutlich wird dies am Subfeld der Writer, da es dort ausschließlich um die Verteilung von Kapitalformen durch Regeln geht. Zu Beginn der 80er Jahre des letzten Jahrhunderts verfügten die Akteure, dadurch das sie zum größten Teil einen Migrationshintergrund besaßen und aus den benachteiligten New Yorker Stadtteilen der Bronx, South-Bronx und Queens kamen, durchweg über den selben Habitus. Ihnen ging es primär um die Erlangung von Fame und die massenhafte Verbreitung des eigenen Namens. Die unterschiedlichen Techniken zur Verbreitung des eigenen Writer Namens werden im weiteren Verlauf dieser Hausarbeit en Detail erklärt. Die Erreichung von Fame kann mit dem Begriff des symbolischen Kapitals gleichgesetzt werden, die Writer agieren den Spielern in einem Wettkampf gleich nach bestimmten Regeln und erobern Raum und Prestige durch Tags, T-ups⁷ und Pieces⁸. Die alles vor dem Hintergrund nicht explizit niedergeschriebener Bedingungen, die Gesetzmäßigkeiten konstituieren sich intern. Dasselbe lässt sich für die symbolischen Kapitale Respekt und Street Credibility anwenden. Die jeweiligen Skills eines Akteurs und die dadurch erreichte Stellung innerhalb der

⁷ T-Ups ist die Abkürzung für Throw-Up und beschreibt schnell, rasch und in einem Schwung hingesprühtes, relativ einfaches Graffiti. In den allermeisten Fällen werden dafür zwei Dosen verwendet.

⁸ Pieces sind großflächig und mehrfarbig angebrachte, sorgfältig und technisch einwandfreie Graffiti Bilder.

Szene werden im Wettbewerb, dem sogenannten Battle erworben und dienen als soziales Kapital. Die soziokulturellen Rahmenbedingungen der Entstehungsvoraussetzungen von Graffiti werden im nächsten Kapitel dargestellt, da die Praxisform des Graffiti nicht isoliert aus dem sozialen Kontext ihrer Entstehung heraus betrachtet werden kann.

3.1 Entstehungsvoraussetzungen von Graffiti

In den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts war die Bronx in New York ein sauberes und gepflegtes Quartier mit existierenden Nachbarschaftsverhältnissen. Im Jahre 1959 begann der Stadtplaner Robert Moses jedoch neue Pläne für die Bronx zu schmieden, die Stadt beabsichtigte nämlich eine Eisenbahntrasse durch die selbige zu bauen, den so genannten Cross-Bronx-Expressway. Die Belange der Bewohner wurden zu Beginn und während der Bauarbeiten von den Stadtoberen nicht zu Kenntnis genommen. Fatalerweise hätte der Expressway auch problemlos um die Bronx herumgebaut werden können (Farin 2001, S. 132). In dem Buch „Getting Up-Subway Graffiti in New York“ (Castlemann 1982) findet sich ein Zitat von R. Moses zu seiner Entscheidung: „When you operate in an overbuilt metropolis, you have to hack your way through with an meat ax!“.

Die Veränderung war nicht aufzuhalten, die Maschinen und Bagger arbeiteten sich vorwärts, die Bevölkerung der Mittelklasse verabschiedete sich aus dem Quartier. Die Struktur des Stadtteils änderte sich, indem nun die ärmeren schwarzen und hispanischen Familien aus der Southbronx in den Stadtteil Einzug hielten. Die Infrastruktur änderte sich, die Arbeitsangebote im industriellen Sektor reduzierten sich, Geschäfte und Lebensmittelläden verließen die Bronx, Arbeitslosigkeit, Kriminalität und Drogen hielten Einzug. Zahlen von 600.000 verlorengegangenen Arbeitsstellen in diesem Sektor werden in der Literatur angeführt (Chang 2005). Dies geschah fatalerweise parallel zur großen Finanzkrise, welche die Stadt New York um die 70er Jahre des letzten Jahrhunderts heimsuchte. Die Zahlungsunfähigkeit der Stadt New York konnte im Jahr 1975 gerade noch abgewendet werden.

Regulierungs- und stadtplanerische Maßnahmen bestanden darin, dass ökonomisch schwache Familien aus dem innerstädtischen Bereich in die South Bronx umgesiedelt wurden. Hintergrund war der Plan einer Aufwertung der innenstädtischen Bereiche und die Ansiedlung eines neuen Finanz- und Dienstleistungssektor. Der Wohnraum verknappte sich dadurch zusätzlich. Für die weißen Mittelständler aus der Bronx beschloss die Stadt daraufhin in der North-Bronx an der Endhaltestelle der beiden Zuglinien, ein Sozialprojekt zu installieren. Die Kommune

erbaute dort die Co-op-City, ein soziales Wohnbauprojekt mit über 15.000 Wohnungen in der die Hälfte der ehemals weißen Bevölkerung aus der Bronx wohnte. Die alten Häuser und Wohnungen wanderten in den Besitz der Sozial benachteiligten mit der Konsequenz, daß historisch gewachsene Strukturen auseinanderbrachen und neue Ethnien aufeinander trafen. Der ursprüngliche Stadtteil verkam, Wohnungen standen leer, Hausbesitzer verkauften so schnell es ging ihre Häuser an so genannte Slumverwalter (vgl. Chang 2005, S.12 f). Höhepunkt der Unruhe in der Bronx war der Stromausfall von 1977. Während eines 27 Stündigen Stromausfalles wurden in der Bronx und in den anderen ärmeren Stadtteilen die Geschäfte ausgeraubt und geplündert. Die Medien interessierten sich auf einmal für die Bronx, die Bilder verlassener, halb zerfallener Häuser wurden zum Sinnbild für das Scheitern des modernen urbanen Lebens, der großstädtischen amerikanischen Kultur überhaupt (Farin 2001,a.a.O.).

Jugendliche Gangs begannen die Quartiere in ihren Besitz zu nehmen und die Anwohner zu terrorisieren. Es entstanden Gangs mit Namen wie „The Savage Skulls“ oder „ The Black Spades“. Mit Sprayemblemen markierten die Gangs ihr Revier und die Situation für die Bevölkerung wurden immer unerträglicher. Die streetgang-activity, also die Aktivitäten der Gangs, mündeten nun aktiv in immer größeren Auseinandersetzungen. Ein entgegenwirken dieser violenten Entwicklungen durch politische Organisationen wie die Black Panthers oder die Young Lords führten aus den unterschiedlichsten Gründen nicht zum Erfolg (vgl. Chang 2005, S. 12).

3.2 Entstehung der Graffiti Szene

Die Entstehungsgeschichte des American Graffiti, dem sogenannten Writing wird seit Jahrzehnten der Stadt New York und jenem viel zitierten griechischem Fahrradkurier Demetrius zugeschrieben, der in den späten 60er Jahren des letzten Jahrhunderts damit begonnen hatte seinen Nickname „Taki 183“ auf Wänden, öffentlichen Monumenten und Schildern zu hinterlassen. Weitere Weggefährten dieser Zeit, und denen kurz darauf hunderte von Jugendlichen folgten, waren Namen wie „Frank 207, Chew 127 und Julio 204“. Sie hinterließen ihre hits⁹ zu Beginn im urbanen Raum und machte sich anschließend daran nun auch die U-Bahnstationen mit ihren Aliasnamen zu signieren (vgl. Castleman 1982, S. 53). In den relevanten Literaturen (vgl. Reinecke 2012, S. 21) taucht seit einiger Zeit jedoch auch der Name „Cornbread“ auf, ein Jugendlicher aus Philadelphia der zu Beginn der 60er Jahre Bekanntheit

⁹ Der Begriff ist heute nicht mehr gebräuchlich, wurde aber in New York in der Anfangszeit der Graffiti-Entstehung synonym zu Wort Tag benutzt.

dadurch erreichte, das er seinen Aliasnamen, das sogenannte Tag massenhaft verbreitete. Diesen ganzen Aktionen haftete noch der Aspekt der Markierung eines Hoheitsgebietes an, das es an das Gang Writing angelehnt war, denn es standen in den 70er Jahren durchaus einige Writer in Diensten von Gangs, sogenannten writing gangs. Sie wurden dazu angehalten den Gang Namen zu sprühen., bekamen im Gegenzug dafür Schutz. Der Tagger¹⁰ hingegen markiert jedoch nicht sein Territorium, seine wichtigste Botschaft ist der Name des Writers selbst (vgl. Reinecke 2012, S.29). Das Hauptanliegen bestand und besteht heutzutage nur darin, bekannt zu werden, und seinen Namen so oft wie möglich im öffentlichen Raum zu sehen. Die anderen Sprayer, legten los und hatten nun eine Aufgabe für sich gefunden: „ ... getting fame, Hit your name to get fame“.¹¹ Es gab nun einen Weg für die Namenlosen und zu einem überwiegenden Teil perspektivlosen Jugendlichen, sich einen Namen zu machen. Dieses Movement wurde durch einen im Jahre 1971 erschienenen Artikel in der New York Times über Taki 183 noch einmal verstärkt und löste eine regelrechte Tag-Welle aus (vgl. Reinecke 2012, S. 28). In der deutschen Übersetzung bedeutet die Überschrift des Artikels“ Taki 183-Spwan Pen Pals“ , das Taki 183 am laufenden Band weitere Scheib-Freunde produziert. Die Evolution der Graffitis ist von nun an nicht mehr aufzuhalten. Die Tags sind den Writern auf Dauer nicht mehr ausreichend und sie suchen nun ganz gezielt nach weiteren Ausdrucksmöglichkeiten, ihren Namen an die Wände und Mauern zu bringen. Die Writer entwickeln ihren eigenen Style. In New York entstehen verschiedene Formen von Graffiti, verschiedene Stile. Die Anbringungstechniken haben bis heute Gültigkeit und man spricht noch immer ehrfurchtsvoll von den Pionieren dieser Zeit, der so genannten Old School. Die Historiker bezeichnen diese Zeit auch als Style Wars, den so genannten Krieg der Stile der im New York der 70er Jahre seinen Höhepunkt hat.

3.3 Die Graffitiregeln

Unabhängig der Tatsache das Medien wie die New York Times die jungen Writer wie Cornbread oder Taki 183 zu „Medienstars“ emporhoben und ihnen dadurch zu Ansehen und Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit, sowie den Respekt der übrigen Szenemitglieder eröffnete, geht es im Writing seit jeher nur um Fame und Getting Up, welches in den Bereich des symbolischen Kapitals eingeordnet werden kann. Die passiert auf einer symbolischen Ebene, die Tags, T-Ups und Pieces sind nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sondern richten sich an

¹⁰ Tagger sind Writer die hauptsächlich taggen.

¹¹ vgl .a. a. O., S.13.

eine schwer zu fassende und zu definierende Zielgruppe etlicher anderer Writer (vgl. Klein/Friedrich 2003, S. 38).

Um den Bekanntheitsgrad eines Writers zu erhöhen um und dessen unglaublichen Aktionismus besser verstehen zu können, bedarf es einer kurzen Abhandlung der Evolution der Graffiti-stile und deren Einordnung in ein Feld von Regeln die es innerhalb der Graffiti Szene gibt. Die Evolution der Graffiti-stile lief in New York in einem ziemlich rasanten und überschaubaren Zeitrahmen ab, der sich historisch in den Bereich der 70er Jahre einordnen lässt. Zu Beginn nutzten die Writer wasserfeste Marker und hinterließen ihre Tags, die ursprünglich nur aus dem Aliasnamen und der jeweiligen Straßenummer bestand in der man wohnte. Im weiteren Verlauf reduzierte sich das Tag nur noch auf reine Namen wie Cliff, Lee oder Dondi. Die Auswahl des Namens folgt oftmals rationalen Kriterien wie der Buchstabenkombination und deren möglichst schneller und variantenreicher Schreibweise. Nachdem nun die Straßen und Wände, sowie die U-Bahnstationen mit Tags übersät waren, wurden die öffentlichen Nahverkehrsmitteln, dort im speziellen die New Yorker U-Bahn (MTA), als fahrende Repräsentationsfläche entdeckt. Von nun war es möglich sein Tag durch die ganze Stadt fahren zu sehen, das symbolische Kapital erhöhte sich. Die Tags wurden primär im Inneren der Bahn angebracht, so genannte Insidetags. Um noch mehr aufzufallen wurden die Sprühdosen als ausführendes Instrument entdeckt, da platzmäßig in den Zügen und auch auf den Wänden das Maximum an Anbringungsfläche erreicht war. Die Außenflächen der Züge wurden nun getaggt und die ersten T-Ups und Pieces strahlten von den Zügen herunter. Die Tagger waren nun in der Lage individuelle Varianten wie Punkte, Pfeile, Kronen und Linien farbig und großflächig aufzutragen. Aus den Tags wurden die ersten Pieces, von denen es auf den Wänden und den Zügen unterschiedliche Variationen gibt, die bis zum heutigen Tag in der Graffiti-szene Gültigkeit haben und als Vergleichsgrundlage dienen. Als weitere Unterscheidungsmerkmale dienen Quantität und Qualität (vgl. Reinecke 2012, S. 29), wobei die Tagger und Bomber¹² primär auf Quantität und die Piecer¹³ auf Qualität setzen, optimalerweise in Verbindung mit einem wiedererkennbaren und individuellen Style. Das Kopieren anderer Stile ist häufig zu Beginn einer Graffiti-karriere zu erkennen, wird in der Szene jedoch als verpönt aber nicht als verboten angesehen. Diese Methode des Bitings verzögert jedoch die Entwicklung bzw. die Karriere eines Writers vom Toy zum King. Denn so wird es definiert, das symbolische Kapital entwickelt sich.

¹² „To bomb“ bezeichnet die Tätigkeit von Bombern, überfallartig eine große Fläche zu taggen oder anzuspühren.

¹³ Piecer sind diejenigen Writer die sich auf die Anbringung von Graffiti-bildern spezialisiert haben.

„As writers earn fame and respect, their self-concepts began to change. At the beginning, when you start off doing graffiti you're more or less like a nobody and you just work your way up to be someone. In this light, a writers career might be better described as a moral carrer“ (Goffmann, 1968 zit. in Mac Donald 2005, S. 65).

Ein junger Tagger der den aufwändigen, kosten- und zeitintensiven, sowie äußerst devianten Weg in Richtung eines King auf sich nimmt, ist gut daran getan seine Aktionen gezielt und sinnvoll einzusetzen, sowie die Aktionen der anderen Writer respektvoll zu behandeln. Ein fundiertes Wissen über die Old Schooler der eigenen Stadt ist unabdingbar, die Option als Novize in die Ausbildung eines erfahrenen Writers zu kommen, ist ein erstrebenswertes Ziel (vgl. Lachmann 1988, S. 236). Das übermalen eines Pieces, sei es nun legal oder illegal angebracht, darf nur vonstattengehen wenn das neue Piece als qualitativ höher anzusehen ist. Das entwerfen eines Tags, T-Ups oder Pieces, durch das darüber setzen eines anderen Tags wird mit dem Begriff des Crossen definiert. Writing Anfänger und junge Tagger können durch derartige Aktionen den Ärger des betroffenen Writers oder sogar ganzer Crews auf sich ziehen. Heutzutage werden diese Fehden oftmals in brutaler körperlicher Weise ausgefochten. Das übermalen eines bunten Pieces mittels eines Chrom-Pieces, oder T-ups ist untersagt, besonders wenn es in unmittelbarer Umgebung durchaus ausreichend Platz zur Anbringung gibt. Weitere Ausführungen dazu werden im folgenden Kapitel angeführt.

4. Graffiti als performative Praxis

Die HipHop Kultur ist eine Kultur des Machens, sie ist performativ, sie ist aktiv und beinhaltet eine kulturelle Praxis die als eine Kunst der Selbstinszenierung und Selbsterhöhung gesehen werden kann (vgl. Klein/Friedrich 2003, S. 38-39), entsprechendes gilt für die Werte wie Respekt, Fame und Credibility. Das Graffitifeld, insbesondere das Writing, ist in einen historischen Regel- und Style-Kategorienkatalog eingebunden. Mit Rückblick auf vergangene Styles ist jedes neu angebrachte Tag oder Piece eine aktuelle Performanz. Stefanie Menrath spricht von einer Ästhetik der Präsenz, ein Prozess der Identitätsentwicklung durch ein widerspiegeln des eigenen Tun und der Reaktion durch die anderen (vgl. Menrath 2001, S. 78). Dem Writer geht es um Style und Repräsentation. Die unterschiedlichen Methoden zur Erlangung von Fame werden im Folgenden dargestellt.

4.1 Die Akkumulation von Fame eingebettet in einer Ökonomie des Prestiges

Der Aspekt der Akkumulation von Fame findet seinen Höhepunkt in der Einkategorisierung in die unterschiedlichen Kingformen. Ein relevanter Faktor um sich den Titel eines Kings aneignen zu können, besteht in der gut ausgewählten Ortswahl und der Platzierung der Tags, T-Ups oder Pieces. Das Risiko an riskanten Orten erfolgreich gewesen zu sein erhöht den Fame und den King Status, prädestiniert dafür sind hoch angebrachte Rooftops¹⁴. Die Akteure fokussieren sich völlig auf die Aufrechterhaltung des King Status, das ganze Tun konzentriert sich darauf (vgl. Deppe/Odem 2008). Die Hartnäckigkeit eines Writers kann belohnt werden, Quantität und oder Qualität, abhängig davon ob der Writer sich eher der Tagger und Bomber Szene oder der Piecer und Trainwriter Szene¹⁵ zugehörig fühlt, führt im Graffitifeld zum Titel des King. In der Terminologie Pierre Bourdieus kann dies mit dem Sozialen Kapital gleichgesetzt werden. Das entsprechende Erkennungsmerkmal ist die legitime Anbringung einer Krone über seinem Tag. Der King of the Line beherrschte in New York zur damaligen Zeit eine komplette Zuglinie. Der King of Style zeichnet sich durch einen perfekten und individuellen Style aus. Der All City King ist wie der Name es bereits erahnen lässt, mit seinem Aliasnamen in unterschiedlicher Anbringungsweise in der ganzen Stadt vertreten, klassische Tagger und Bomber fallen unter dieser Kategorie. Oftmals leidet aber die Qualität darunter, da es bei einer derartigen Produktion in einer Millionenmetropole wie New York nur durch Quantität erreicht werden kann (vgl. Reinecke 2012, S. 33).

An dieser Stelle der Hausarbeit kann nun auf den verwendeten Titel hingewiesen werden, da dieser zielführend für die folgenden wissenschaftlich begründeten Betrachtungen der Ansammlung von Fame sind, die in einer Ökonomie des Prestiges eingebettet werden. Die amerikanische Wissenschaft beschäftigte und beschäftigt sich seit der Entstehung mit Graffiti und dort im speziellen mit dem Writing. Im American Journal of Sociology veröffentlichte Richard Lachmann im Jahre 1988, die Ergebnisse einer Ethnografischen Untersuchung die er anhand von 25 durchgeführten Interviews erstellte, seinerzeit schon mit dem Fokus auf die Etablierung von Graffiti auf Leinwänden und in Galerien, er bezeichnet dies als „Graffiti Art Worlds“. Eine Notwendigkeit der Erweiterung des Feldes sah er in den verstärkten polizeilichen und strafrechtlichen Verfolgungen, die Graffiti Ende der 70er Jahre weg von den Nahverkehrsmitteln zurück an die Wände brachte. An den Wänden ließ sich relativ ungestört ar-

¹⁴ Der Begriff Rooftop steht für Pieces oder T-Ups die auf schwer zugänglichen Dachvorsprüngen angebracht werden.

¹⁵ In der Trainwriter Szene fühlen sich diejenigen Writer beheimatet, die ihre Pieces nur auf rollendem Stahl, den U-Bahnen und Nahverkehrszügen anbringen.

beiten, sei es nun illegal in Form von T-Ups oder legal in Form von freigegebenen Wänden an denen bunte Murals oder Masterpieces entstehen konnten (vgl. Austin 2001, S. 227-267). Lachmann hingegen favorisierte und untersuchte die Möglichkeit von Writern durch Graffiti auf Leinwänden weiterhin an der eigenen Karriere und der Etablierung von Fame zu arbeiten (vgl. Lachmann 1988, S. 229). Craig Castlemans zentrale Aussagen beziehen sich auch auf Fame als die zentrale Motivation, die relevanten zu erbringenden Leistungsanforderungen und die relevanten Regeln im Feld: „fame is considered the ultimate in graffiti-writing achievement“ (vgl. Castleman 1982, S. 78).

In den vorrangegangenen Kapiteln dieser Hausarbeit wurde von mir ebenfalls schon auf diesen wichtigen Baustein innerhalb der Graffiti Karriere hingewiesen. Der Weg vom Toy zum King steht für die Entwicklung eines sehr feldspezifischen kulturellen Kapitals. Eine mögliche Übertragung dieses Kapitals wird im Schlussgedanken dieser Arbeit betrachtet. Die Erhaltung des eigenen Status geht einher mit der genauen Beobachtung der Szene und der Umwelt, der Nachwuchs ist nicht untätig sondern kratzt permanent am Thron. Die dazu notwendigen Instrumente sind für jeden zugänglich und realisierbar, die massenhafte Verbreitung des eigenen Aliasnamen oder denen der Crew durch eine gute Sichtbarkeit in Verbindung mit Quantität und Qualität. Mit Blick auf die soziokulturellen Rahmenbedingungen, sowie die Migrationsvoraussetzungen die den Partizipanten der HipHop Szene und im speziellen der Writer Szene ein heim waren, ist es ihnen gelungen die gegebene soziale Ungleichheit durch Etablierung eines eigenen kulturellen Kapitals auszuhebeln und auf den „Geist des Kapitalismus“ zu reagieren, ähnlich den Kabylen in Algerien (vgl. Rehbein 2006, S. 40). Dem ökonomischen Habitus wurde ein kreativer Habitus gegenübergesetzt.

Einen Bruch dieser habituellen Errungenschaft geschah durch den Versuch einer Etablierung von Graffiti im Kunstfeld (vgl. Stahl 1989, S. 55f).

5. Schlussgedanke

Die Einordnung von Graffiti auf Leinwänden im Kunstfeld ist laut Julia Reinecke (Reinecke 2012, S. 34-44) und Johannes Stahl (Stahl 1989, S. 52) aus mehreren Gründen gescheitert, eine Orientierung der Writer hin zur Produktion von Schriftzügen aus Schildern, Kleidungsstücken, Wand – und Designaufträgen findet jedoch marktprofitabel seit den 80er Jahren statt. Die Abwendung der Writer von den Galerien und den Galeristen erklärt sich durch gemachten Erfahrungen, von diesen nur be- und ausgenutzt worden zu sein (vgl. Reinecke 2012; S. 37). Der Habitus der jugendlichen Writer prallte auf ein etabliertes und gut funktionierendes Feld von Kunstexperten und deren legitimen Regeln. Das Writing muss in diesem Zusammenhang als eine illegitime Kunst angesehen werden (vgl. Bourdieu et al. 1965). Die Galeristen waren darüber hinaus auch unerfahren in der Bewertung und Analyse des Writing Movements und stellten deshalb teilweise Bilder aus, die schlechter als die Pieces auf den Zügen waren. Graffiti und dessen rauer und illegaler Kontext wurden rein als verkaufsfördernd angesehen und dementsprechend vermarktet. Die Galeristen mit ihren eigenen Regeln waren darauf aus, schnelles Geld zu machen, die Hochphasen dieser Galerieaktivitäten lassen sich auf die Zeiträume von 1972–1974 und auf die Zeit von 1980–1985 eingrenzen. Laut Reinecke scheiterte der erste Ansatz Graffiti im Kunstfeld zu etablieren, an der bis zu deren Zerschlagung noch sehr aktiven Writerbewegung und ihren Treffpunkten in New York, der sogenannte Writers Bench oder dem Writers Corner. Diese Treffpunkte stellen in der Graffiti Szene Orte dar, an denen Writer über die aktuellen Bilder, die Szene und neue Entwicklungen sprechen. Dies ist der wahre Ort an dem Competition, Fame und Style bewertet werden, die Galerien mit ihren eigenen Regeln fielen nicht darunter (vgl. Reinecke 2012, S. 34). Der Writers Corner als Ort des Sozialen Kapitals, das wahre Können der Writer zeigte sich nur auf den Zügen. Obwohl die ersten Galerien eher Sozialprojekten glichen, in der Organisationen wie die United Graffiti Artist (UGA) und die Nation of Graffiti Artist (NOGA) sich professionell um die Ausstellungen kümmerte. Zur besseren Verständigung veranstalteten sie parallel dazu Workshops und initiierten Gesprächsrunden. Sie erreichten dadurch eine hohe Öffentlichkeit und verkauften auch ausreichend Leinwände, der finanzielle Durchbruch gelang jedoch erst in den 80er Jahren. Zu dieser Zeit ließ sich alles unter dem Dach von Graffiti vermarkten, Künstler wie Keith Haring und Jean Michel Basquiat wurden plötzlich auch als Writer eingestuft und erhöhten die Popularität der Akteure. Parallel entstand jedoch immer offensichtlicher das Problem der jungen Writer sich in diesem Feld zu positionieren. Die Kenntnisse über Hochkultur und die Einordnung von sich selber in einen historischen Kunstkontext viel den meisten

sehr schwer, allein die Erklärung und Interpretation der eigenen Werke scheiterte aufgrund mangelnder Kompetenzen. In der Terminologie von Bourdieu kann hier der Begriff des inkorporierten kulturellen Kapitals verwendet werden, das illegitim erworbene Wissen erfährt in einem anderem spezifischen Feld nicht die nötige Anerkennung (vgl. Reinecke ebd, S. 38). Es ging nun nicht mehr nur um den Writer Namen, die Öffentlichkeit und dort insbesondere die Kunstwelt war interessiert an den Menschen hinter den Namen. Diese Einstellung auf den Kunstmarkt und die Positionierung als Künstler viel den Writern schwer, so das nur eine Handvoll von ihnen übrigblieb (vgl: Stahl 1989. S. 56).

Literaturverzeichnis

Austin, Joe (2001): Taking the Train. How Graffiti Art became an Urban Crisis in New York City. New York: Columbia.

Bourdieu, Pierre/ Boltanski, Luc/ Castel, Robert/ Chamboredon, Jean Claude/ Lagneua, Gerard/ Schnapper, Dominique (1981): Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie. Frankfurt am Main: Europäische Verlagsanstalt.

Bourdieu, Pierre (1992a): Die verborgenen Mechanismen der Macht. Hamburg: VSA.

Bourdieu, Pierre (1992b) : Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Bourdieu, Pierre (1998): Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Castleman, Craig (1997): Getting up. Subway Graffiti in New York. Cambridge: The Massachusetts Institute of Technology.

Chang, Jeff (2005): Can't stop, won't stop. A History of the Hip-Hop Generation. Great Britain: Ebury Press.

Deppe, Jürgen/ Odem (2008): Odem: On the run. Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin: Schwarzkopf+Schwarzkopf.

Farin, Klaus (2002): generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute. 2. Auflage 2002. München: C.H. Beck.

Klein, Gabriele/ Friedrich, Malte (2003): Is this real. Die Kultur des HipHop. 1. Auflage 2003. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Krais, Beate/ Gebauer, Gunter (2010): Habitus. Bielefeld: Transcript.

Lachmann, Richard (1988): Graffiti as a Career and Ideology. Im Internet:
<http://links.jstor.org/sici?sici=00029602%28198809%2994%3A2%3C229%3AGACAI%3E2.0.CO%3B2-D>. Zugriff am 09.09.12

Mac Donald , Nancy (2001): The Graffiti Subculture. Youth, Masculine and Identity in London and New York. Great Britain: Palgrave Macmillian.

Rheinberg, Falko/Manig, Yvette (2003): Was macht Spaß am Graffiti-Sprayen? Eine induktive Anreizeanalyse. In: Report Psychologie, 2003, Nr. 4. Zeitschrift des Berufsverbandes Deutscher Psychologen e.V. , S. 222-234.

Menrath; Stefanie (2001): Represent what. Performativität von Identitäten im HipHop. Hamburg: Argument Verlag.

Rehbein, Boike (2006): Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz : UVK.

Reinecke, Julia (2012): Street Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. 2. Auflage. Bielefeld: Transcript.

Schwingel, Markus (2011): Pierre Bourdieu zur Einführung. 7., ergänzte Auflage. Hamburg: Junius.

Stahl, Johannes (1989.): An der Wand: Graffiti zwischen Anarchie und Galerie. Köln: Dumont.

