AMERICAN

Graffiti



Margo Thompson

Autor: Margo Thompson
Redaktion der deutschen Ausgabe: Klaus H. Carl

Layout:
Baseline Co Ltd
33 Ter – 33 Bis Mac Dinh Chi St.,
Star Building; 6th floor, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam

© Parkstone Press International, New York, USA
© Confidential Concepts, Worldwide, USA
© A-One
© Cey Adams
© Blade
© Henry Chalfant
© ChrisDazeEllis
© CRASH
© DASH
© DEZ
© DONDI, Estate of Dondi White
© Eric Drooker
© Evil 136
© The Famous Artists
© All images created by Lin „QUIK" Felton; used with express permission only
© Futura 2000
© 'Gothic futurism,' rocks the galaxy!!!
© Jenny Holzer
© Lady Pink
© Lask
© Mitch 77
© NOC 167
© Phase 2
© Lee Quinones
© Kenny Scharf
© SEEN
© Taki 183
© TATS CRU
© Toxic
© West One
© Andrew „Zephyr" Witten

Alle Rechte vorbehalten.
Kein Teil dieser Veröffentlichung darf ohne die Genehmigung des Urheberrechtsinhabers weltweit vervielfältigt oder bearbeitet werden. Wenn nicht anders angegeben, liegen die Urheberrechte der vervielfältigten Werke bei den entsprechenden Fotografen. Trotz intensiver Nachforschung war es nicht immer möglich, die Urheberrechte nachzuweisen. Wo dies der Fall ist, sind wir für eine Benachrichtigung dankbar.

ISBN: 978-1-78042-528-3

Margo Thompson

American Graffiti

PARKSTONE
INTERNATIONAL


MILTON
ROYAL
ROY

Inhalt

Einleitung	6
U-Bahn-Sprayer	29
Graffiti Kunst und die Kunstszene im East Village von 1980-1981	87
Graffiti in Galerien	143
Graffiti nach Post-Graffiti	193
Anmerkungen	248
Bibliographie	251
Index	254



Einleitung

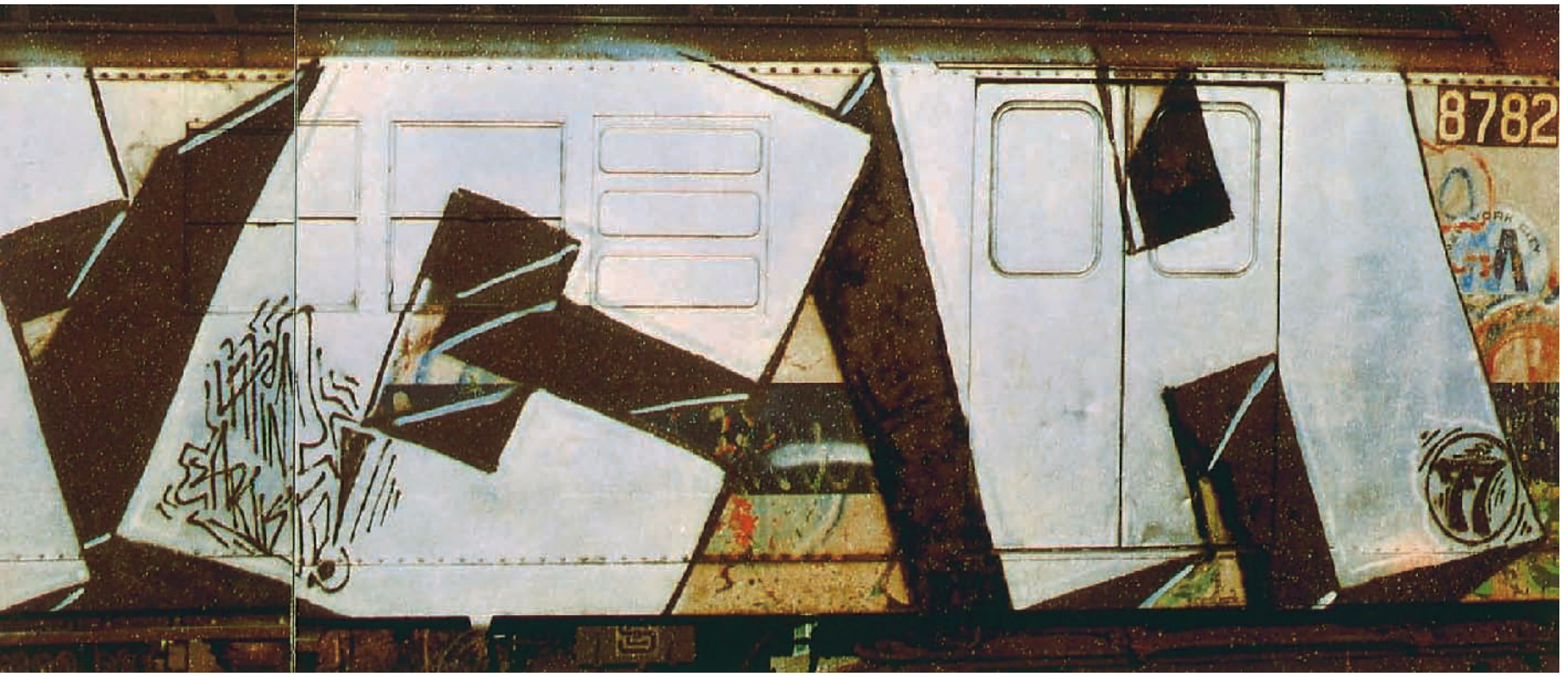
Kunsthistorikern und -kritikern zufolge gelten Kenny Scharf, Keith Haring und Jean-Michel Basquiat als Graffiti-Künstler, ebenso wie die Maler, die ihre Laufbahnen mit dem Sprayen, dem „Writing" von Signaturengraffiti, den „Tags"[1] auf New Yorker U-Bahn-Waggons begonnen haben und später in Galerien präsentiert wurden. Die Graffiti-Kunstbewegung begann mit Ausstellungen im *Fashion Moda*, der *Fun Gallery*, dem *Mud Club* und anderen Ausstellungsräumen, die in den frühen 1980er-Jahren eröffnet wurden, und fand Eingang in den etablierten Galerien von SoHo, der 57th Street in Manhattan und auf der *Art Basel*. Sie endete nur wenige Jahre später, als Händler, Sammler und Kritiker ihre Aufmerksamkeit neuen Trends zuwendeten.

In den zehn Jahren nach dem Höhepunkt der Graffiti-Kunst hatte Basquiat Retrospektiven, eine Stiftung wurde gegründet, die sich Harings Vermächtnis widmete, und Scharf lotet nach wie vor die Grenzen zwischen *high art* und Popkultur aus. Dessen ungeachtet erhielten die U-Bahn-Sprayer im Großen und Ganzen seitens der Kunsthistoriker und -kritiker der 1980er-Jahre keine dauerhafte Beachtung. Wenn man sie als eigenständige Gruppe von Graffiti-Künstlern betrachtet, die der Bewegung ihren Namen sowie ihre Authentizität gab, können wir einiges über die Art, wie der New Yorker Kunstmarkt der 1980er-Jahre ein subkulturelles, großteils von ethnischen Minderheiten geschaffenes künstlerisches Idiom assimilierte und die Bedingungen, unter denen es akzeptiert wurde, erfahren.

Haring machte sich mit seinen cartoonartigen Figuren, die er in U-Bahn-Stationen zeichnete, einen Namen und Scharf bemalte ein oder zwei U-Bahn-Waggons mit Sprayfarbe, nachdem er einige Sprayer kennen gelernt hatte. Beide räumten jedoch ein, dass sie zur Graffiti-Kunst kamen, indem sie, wie Haring sagte, „… die Grenze in die

EVIL 136, *Tag*, Datum unbekannt. Sprühfarbe auf Backsteinmauer. New York.

MITCH 77, *Wholecar Tag*, 1981. Sprühfarbe auf U-Bahn-Waggon. New York.



andere Richtung überschritten", und nicht wie die Sprayer, die ihre Laufbahnen mit dem *Taggen* von Zügen und öffentlichen Wänden begannen und später ihre Kunst auf permanente Oberflächen übertrugen.[2] Beide studierten an der *School of Visual Arts* in New York und teilten sich ein Atelier. Haring kam aus dem abgelegenen Städtchen Kutztown, Bundesstaat Pennsylvania, nach New York, und Scharf stammte aus Los Angeles. Sie waren so fasziniert – Scharf erzählte, dass er „… hypnotisiert" war – von der spontanen Kunst an den Außenwänden der U-Bahn-Waggons, dass sie sich ebenfalls an ähnlichen öffentlichen Oberflächen versuchen wollten[3]. Basquiat hingegen kam in die New Yorker Kunstwelt aus derselben Richtung wie die U-Bahn-Sprayer, er wechselte dann vom öffentlichen Raum in kommerzielle Ausstellungsräume. Durch das Sprayen von Phrasen unter dem Namen 'SAMO' hatte er 1979 eine gewisse Berühmtheit erlangt. In bestimmten Vierteln im Süden Manhattans, besonders in der Nähe von Kunstgalerien, war SAMO allgegenwärtig.

Es gibt eine Reihe von Gründen, warum U-Bahn-Sprayer nicht die ernsthafte Aufmerksamkeit erhielten, die ihre berühmteren Kollegen genossen. Zum einen wurden die *Pieces* – farbige, großformatige, einen kompletten U-Bahn-Waggon bedeckende Kompositionen –, die ihre Laufbahnen begründeten und die öffentliche Aufmerksamkeit sowohl positiv als auch negativ an sich zogen, zerstört. Ein weiterer Grund, warum diese Künstler oft übersehen wurden, liegt darin, dass Graffiti mit der *Hip-Hop*-Kultur in Verbindung gebracht wird. Dadurch ordnete man sie dem Massenmarkt zu und nicht der Kunst. Als das Interesse an Graffiti nachließ, schlugen einige ehemalige Sprayer Laufbahnen als Grafiker ein, während es Scharf, Haring und Basquiat gelang, die Anleihen ihrer Bilder an die Massenmedien zu überwinden und Anerkennung als ernst zu nehmende Künstler zu finden.

Diese unterschiedlichen Laufbahnen wurden bereits früh als Folge der Sprache, die Kritiker für die Analyse der Graffiti-Kunst verwendeten, festgeschrieben: Scharf, Haring und Basquiat wurde ein Platz in der Kunstgeschichte zugewiesen, während dies im Falle der U-Bahn-Sprayer selten geschah. Das bedeutet nicht, dass U-Bahn-Sprayer keine positiven Erwähnungen in angesehenen Kunstzeitschriften gefunden hätten – was auch der Fall war. Aber selbst für ihre Fans haf-

STAR III und **verschiedene Künstler**, *Tags*, Datum unbekannt. Sprühfarbe auf U-Bahn-Waggon. New York.


5898
CHICO
CHICO
CHICO
SAB
FLY
HONDO
MIKE


SOUTH FERRY
VAN CORTLANDT PK
5898
CHICO
TRAC II

tete ihren Bildern etwas Eigenartiges und Exotisches an. Einer der Sprayer, DAZE, drückte es folgendermaßen aus: „… Graffiti war diese Sprache, die sie oberflächlich kennen lernen, aber nicht fließend sprechen wollten."[4] Dieses Buch möchte diese Sichtweise korrigieren, indem es die Ziele und Leistungen der Sprayer ernst nimmt.

Eine Geschichte der Graffiti-Kunst würde sie auf die Höhlenmalereien von Lascaux, auf römische Latrinalia, Kilroy und anderes anonymes Zeichensetzen zurückführen. Die Ästhetik, die durch diese Genealogie nahe gelegt wird – Bilder und Buchstaben, die in Eile auf öffentliche Wände gekritzelt werden – stellt eine Verbindung zu Malern um die Mitte des zwanzigsten Jahrhunderts her, deren Malweise wie bei dem Amerikaner Cy Twombly an Kalligrafie erinnert, oder deren Figuren roh und ungeschult wirken wie bei dem Franzosen Jean Dubuffet. Das Palimpsest, das Graffiti im Laufe der Zeit aufbaut, erinnert an Robert Rauschenberg, dessen Anlagerung von Bildern aus der Massenkultur reichhaltig und vielschichtig ist.

Tatsächlich aber war die Graffiti-Kunst, die sich aus dem *Writing* auf U-Bahn-Zügen entwickelt hatte, nicht von diesen Künstlern beeinflusst, zumindest nicht, bis sie von Graffiti-Künstlern entdeckt und, im Falle von Basquiat, von diesen bewusst in das eigene Werk aufgenommen wurde. In der ersten wissenschaftlichen Untersuchung über U-Bahn-Graffiti erklärt der Kunsthistoriker Jack Stewart überzeugend, dass die in New York zum ersten Mal zwischen 1970 und 1978 aufgetauchten *Tags* und *Pieces* ein einzigartiges Aufblühen darstellte, das keinen Bezug zu irgendeiner bekannten etablierten künstlerischen Quelle aufwies[5].

Die Sprayer stimmen dem zu: Sogar diejenigen, die schon in jungen Jahren das Ziel hatten, Künstler zu werden, entwickelten ihre Fähigkeiten innerhalb der gut organisierten Sprayer-Subkultur. Außerdem lehnten sie es ab, ihre Werke als „Graffiti" zu bezeichnen, ein Begriff, der ihnen von der offiziellen Staatskultur, die sie ausmerzen wollte, aufgezwungen wurde. Die Bezeichnung *Graffiti* definierte das, was sie machten, als kriminellen Vandalismus. Daher bevorzugten sie es, ihr Schaffen als *Sprayen* (*Writing*) zu bezeichnen, und ich verwende diesen Begriff so oft wie möglich, um zwischen dem Malen auf Zügen und dem Malen auf Leinwänden zu unterscheiden. Die Sprayer wollten, dass man ihre Bilder nicht als *Graffiti* bezeichnete, da sie, im Gegensatz zu ihren *Tags* und *Pieces*, auf legale Weise und für ein anderes Publikum gemacht wurden.

Zumindest ein Sprayer bemerkte, dass die Definition ihrer Malereien als *Graffiti* eine Einschränkung ihrer ikonografischen und stilistischen Weiterentwicklung bedeuten würde: Wie weit konnten sich die Bilder verändern und noch unter diesen Begriff fallen? Dennoch akzeptierten Kritiker, Kunsthändler und die Künstler selbst das Etikett *Graffiti-Kunst*, wenn auch mit unterschiedlicher Begeisterung, und ich verwende den Begriff aufgrund seines historischen Kontexts. Die folgenden Kapitel zeigen die Rahmenbedingungen der Bewegung, indem ihre *Pieces* (so weit es die dokumentierenden Fotografien erlauben) und Bilder einer formalen Analyse unterzogen werden, die in bisherigen Beschreibungen der Graffiti-Kunst gefehlt hat.

Sprayer entwickelten ihre Stile (*Styles*)[6] in einem hierarchischen „Lehrsystem", in dem angehende *Tagger* mit etablierteren Kollegen Kontakt aufnahmen. Diese beurteilten ihre in *Blackbooks*[7] angefertigten Zeichnungen, gaben ihnen *Tags* zum Kopieren und luden sie vielleicht ein, an einem *Masterpiece* – einer großflächigen Komposition, die einen ganzen U-Bahn-Waggon oder einen Teil davon bedeckte – mitzuarbeiten. Ein junger Sprayer konnte sich einer *Crew*[8] anschließen, deren Sprayer er bewunderte, und seine Fähigkeiten durch die Verbesserung des Styles der Gruppe unter Beweis stellen. Durch stundenlanges Praktizieren konnte er Spray-Techniken meistern, wurde mit den Paletten verschiedener Sprayfarbenhersteller vertraut, lernte die U-Bahnlinien, *Lay Ups*[9] und *Yards*[10] kennen und entwickelte seinen eigenständigen *Tagging*-Stil. Allmählich könnte er von seinen Kollegen als „King" einer bestimmten U-Bahnlinie angesehen werden, wenn seine *Tags* allgegenwärtig und sein *Style* beeindruckend waren.

Scharf, Haring und Basquiat waren kein Teil dieser gut etablierten und sich ständig erneuernden „Sprayer-Akademie". Mit Ausnahme einiger *Tags* in U-Bahnwaggons waren Basquiats öffentliche *Writings* auf die schwarzen Blockbuchstaben begrenzt, mit denen er als SAMO nihilistische Sprüche schrieb. Haring zeichnete mit Kreide auf das schwarze Papier, das in U-Bahn-Stationen über abgelaufene Werbeplakate geklebt wurde und verwendete dabei ein von ihm selbst entwickeltes Lexikon an Ideogrammen. Scharf malte Graffiti mit Sprayfarbe und imitierte dabei das von ihm bewunderte *Writing*; er kann aber nicht als Teil dieser Kultur bezeichnet werden. Ästhetik, Bezugsrahmen und Quellenmaterial dieser drei Künstler unterschieden sich wesentlich voneinander und von den U-Bahn-Sprayern.

Was war, in Anbetracht der stilistischen Unterschiede und der unterschiedlichen Bezugsrahmen, in denen sich die Künstler von Anfang an entwickelten, die gemeinsame Basis, auf der sich der Begriff „Graffiti-Kunst" etablierte? Es gab einen kritischen Diskurs, der Graffiti-Kunst als einen bedeutenden Trend in den frühen 1980er-Jahren definierte.

GREG, *Ohne Titel*, 1977. Sprühfarbe auf U-Bahn-Waggon. New York.

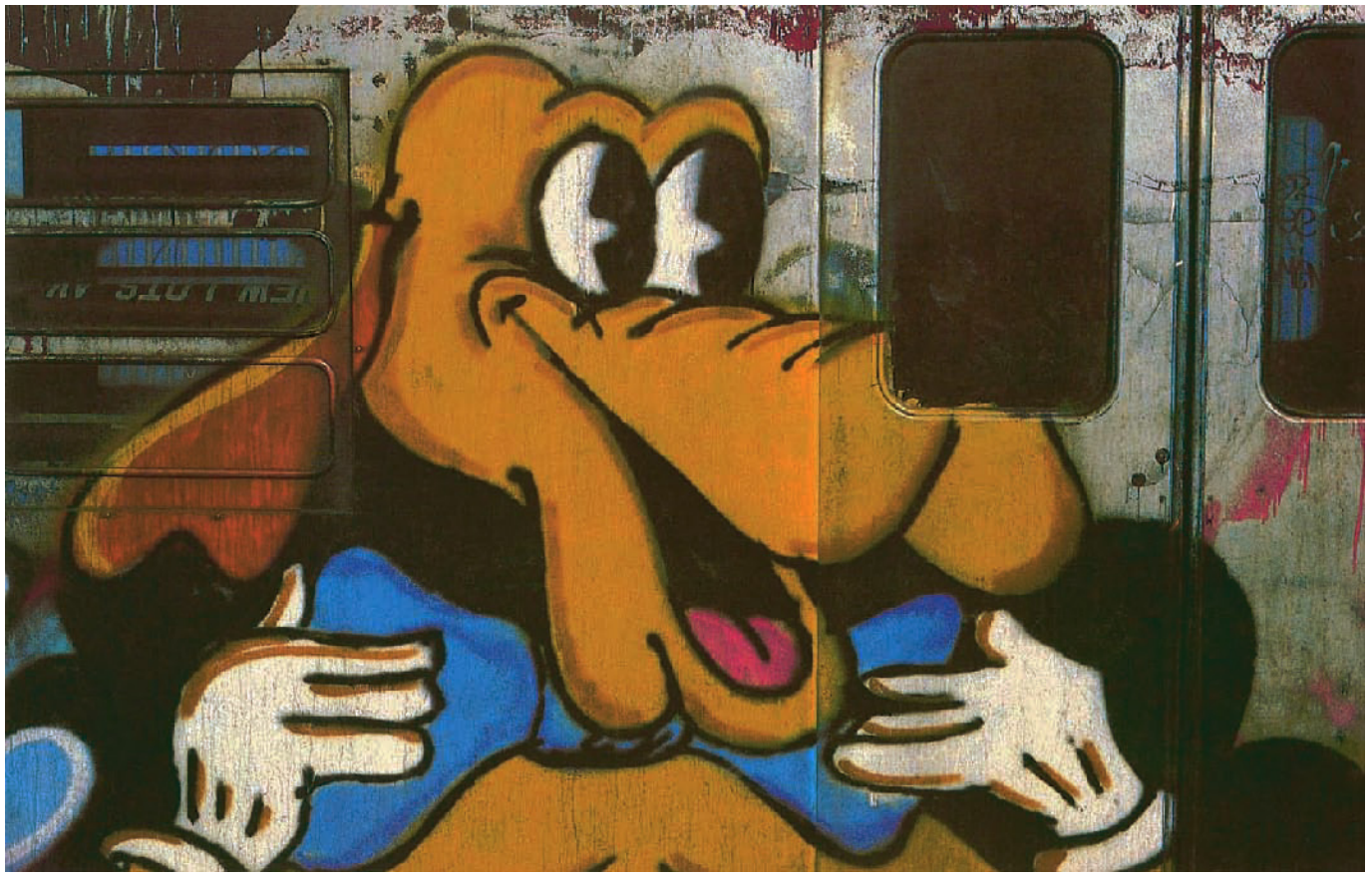
Verschiedene Künstler, *Cartoon Characters*.


THE BAD ARTIST!
TBA
INDS
SICK
INC


UNITED
ARTISTS


7940
8608
#9128
SORRY AMMO
DYRE AVE
UTICA AVE
LEXINGTON AV
THRU EXP
PJAY©
LYNDAH...©


3655



In ihren Rezensionen über Graffiti-Künstler machten sich Kunstkritiker Gedanken über Fragen wie Avantgarde, Authentizität und Primitivismus. Nach diesen Kriterien wurden Scharf, Haring und Basquiat und auch DONDI, FUTURA 2000, DAZE und die anderen Sprayer beurteilt.

Die Avantgarde

In den späten 1970er-Jahren wurde die Rolle der Avantgarde in der visuellen Kunst in Diskussionen über die Ziele und Auswirkungen der Moderne hinterfragt. Man bemerkte eine Rückkehr zur Malerei, und mit dem *New Image Painting* und dem Neoexpressionismus verkomplizierte sich die Frage nach der Autonomie der Kunst, der Erbin des Formalismus. Diese Künstler verwischten die Kategorien „Abstraktion" und „Repräsentation" und plünderten historische Bilder und Stile mit ungewissen Ergebnissen. Eine andere, radikalere Avantgarde lebte in politisch engagierten Künstlerkollektiven wie den *Collaborative Projects* (Colab) und *ABC No Rio* weiter, die Mixed-Media-Installationen schufen, um sich mit der unmittelbaren Gemeinschaft zu verbünden und soziale und wirtschaftliche Ungleichheiten zu kritisieren.

Ein zeitgleich entstander dritter Trend war die Kunst- und Clubszene des East Village, die mit ihren Ladenfront-Galerien und lokalen Stars die etablierten Kunstmärkte SoHos und der 57th Street imitierte. Hier etablierte sich die Graffiti-Kunst. Der Kunsthistorikerin Liza Kirwin zufolge hatten die Künstler des East Village große Hoffnungen, entdeckt zu werden und ihre Arbeit gut zu verkaufen, und zu diesem Zweck verpackten und vermarkteten sie ihre neue Boheme.[11] So entfernten sie sich vom romantischen, utopischen oder revolutionären Ideal der Avantgarde-Künstler, die jenseits des bürgerlichen Mainstreams lebten. In seinem 1939 erschienenen Artikel *The Avant-garde and Kitsch* schrieb Clement Greenberg, dass die Avantgarde Kunst nur als Selbstzweck betreibe, und er bemerkte, dass sie zwangsläufig mit ihrem bürgerlichen Publikum durch eine „… goldene Nabelschnur" verbunden sei. Diese lebensnotwendige Verbindung – und nicht die Entfremdung oder Autonomie der Avantgarde – war die hervorstechende Eigenschaft der Kunst, die im East Village in den 1980er-Jahren produziert wurde, einschließlich der Graffiti-Kunst.

KEY, *Burglar*, 1981. Sprühfarbe auf U-Bahn-Waggon. New York.

MITCH 77, *Pluto*, Datum unbekannt. New York.

Authentizität

Seit den frühen 1970er-Jahren, als Sprayer zum ersten Mal U-Bahn-Züge mit zunehmend größeren und komplexeren *Pieces* bemalten, begrüßten einige städtische Intellektuelle Graffiti als eine berechtigte Form einer visuellen Kultur, die ethnischen Unterschichten eine Stimme gab. Der *Pop-Art*-Künstler Claes Oldenburg drückte 1973 seine Begeisterung für diese Entwicklung folgendermaßen aus: „Du stehst da in der Station, alles ist grau und düster und plötzlich fährt einer dieser Graffiti-Züge ein und erhellt den Ort wie ein großer Blumenstrauß aus Lateinamerika."[12]

Pulitzer-Preisträger Norman Mailer schrieb 1974 ein Essay unter dem Titel *The Faith of Graffiti*, in dem er das U-Bahn-*Writing* feierte. Der Titel bezog sich auf eine Bemerkung, die der Sprayer Cay 161 gegenüber Mailer machte, wonach „… der Name der Glaube des Graffiti" sei: Der Name, das *Tag*, sei fundamental, einzigartig für seine Besitzer und kann nicht ausgeborgt oder kopiert werden. Mailer beschrieb die Art, wie sich Graffiti über den städtischen Raum verbreitet hatte:

> Es schaute so aus, als ob Graffiti die Welt erobern würde, als eine Bewegung, die als Ausdruck tropischer Völker begann, die in einer monotonen, eisengrauen und langweiligen braunen Ziegelwelt lebten und von Asphalt, Beton und Getöse umgeben waren, biologisch explodierte, so, als wollte sie das sinnliche Fleisch ihres Erbguts vor der Asphaltierung der Psyche retten, die unbeschriebene Stadtmauer ihres ungestillten Gehirns durch das Übermalen der Mauer mit den gigantischen Bäumen und herrlichen Pflanzen eines tropischen Regenwaldes retten, und wie in einem Dschungel sprachen große und kleine Pflanzen miteinander und lebten in der Fülle und Harmonie eines Waldes.[13]

Einige Sprüher bildeten Kollektive: die *United Graffiti Artists* (UGA) wurde 1972 mit Unterstützung von Hugo Martinez, einem Soziologiestudenten am New Yorker *City College*, gegründet. Sie stellten 1973 *Tags* in der *Razor Gallery* auf Leinwand aus. Peter Schjeldahl, der die Ausstellung für die *New York Times* rezensierte, schrieb, dass die Bilder keine Struktur hätten, aber kraftvoll in der Verwendung von Farbe seien. Er griff einige Künstler für ihre besonders beeindruckenden *Tags* in dem Kollektivwerk heraus, an dem alle Mitglieder der UGA mitgewirkt hatten. Am wichtigsten war seine Beobachtung, dass die Leinwandarbeiten über die „… angeberische Überschwänglichkeit" der *Tags*, die stadtweit auf Wänden und Zügen zu sehen waren, hinausgingen. Die Bestrebungen der „Ghetto-Kids" mit ihren „… vulkanischen Energien" seien „… unaufhaltbar". Diese „… Jugendlichen, die ein spannendes Ventil für ihren Drang, ihre Identität auszudrücken, gefunden haben, würden Graffiti sicher nicht aufgeben", prophezeite Schjeldahl.[14]

Die Motivation der Tagger, ihre Identität auszudrücken, würde dem *Writing* seine Berechtigung geben. Da die *Tags* nicht durch eine institutionelle Ausbildung oder Bezüge zur Hochkultur beeinflusst seien, sondern klare und kraftvolle Selbstbehauptungen darstellten, seien sie authentisch. Für Scheldahl ging es bei den *Tags* darum, die subjektive Präsenz des Sprayers zu behaupten, aber es war schwieriger, den Stil, mit dem es ausgeführt war, zu beurteilen, da es keine Bezugspunkte außerhalb der Sprayer-Kultur gab. Es war unvermeidbar, dass der Sprayer sofort mit seinem *Tag* identifiziert wurde. *Tags* und Sprayer sprachen für sich selbst in einer eigenen visuellen Sprache, einer Form von subkultureller Kommunikation, die für andere undurchdringlich war.

Auf Leinwand hingegen schien das *Tag* weniger eine Frage des Glaubens als ein Markenzeichen zu sein, das auf Wunsch reproduziert werden konnte, und das gefährdete die Authentizität, für die illegale Graffiti stand. Im Atelier arbeiteten die Sprayer nicht mehr nur für sich selbst und ihre Kollegen, sondern für ein breiteres Publikum. Außerdem waren die Bilder ein Beweis dafür, dass sie nun dem Publikum gefallen wollten, wohingegen ihre *Tags* in der U-Bahn den Raum auf aggressive Weise für sich beansprucht hatten, was von vielen als bedrohlich empfunden wurde.

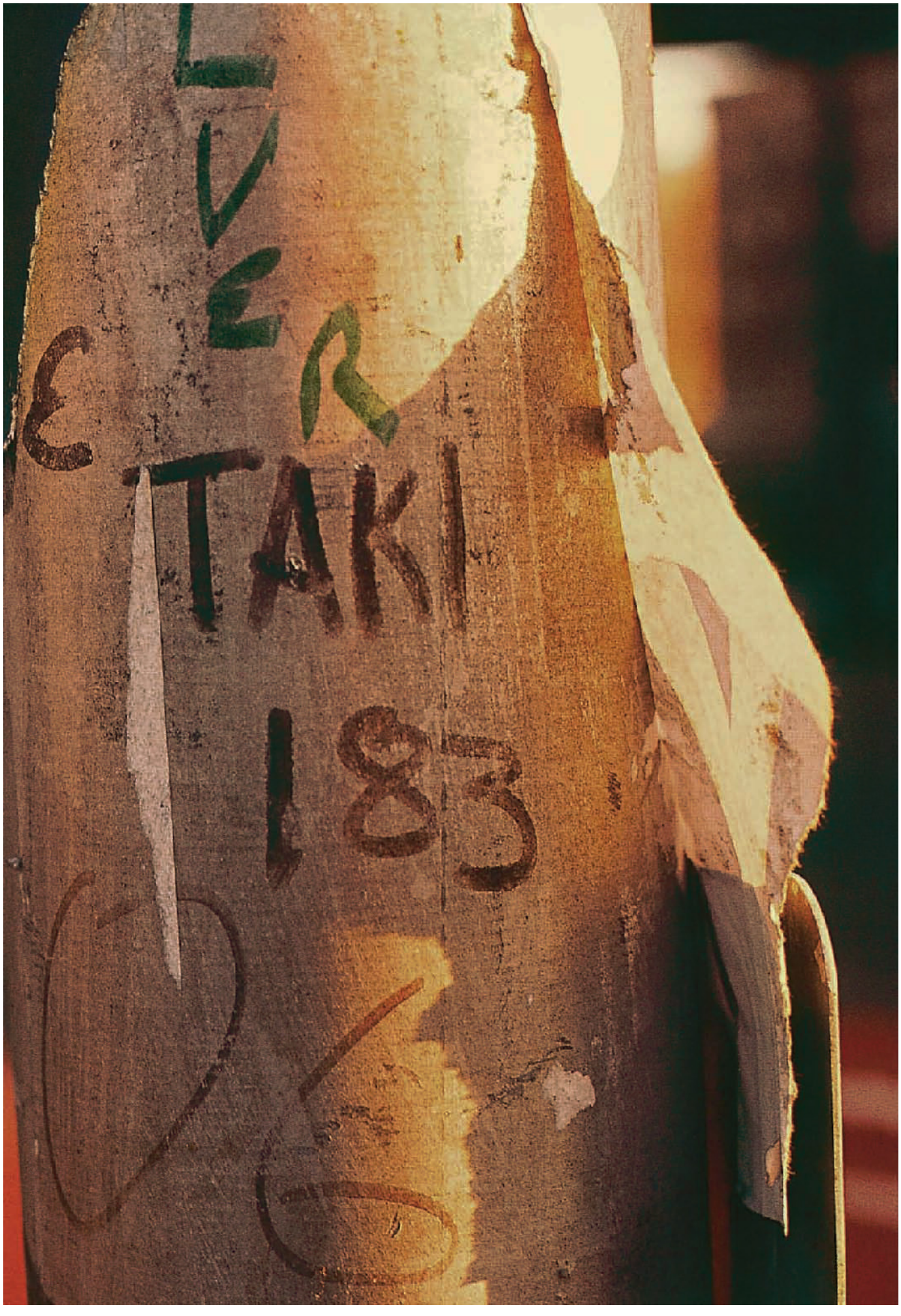
Primitivismus

Eine der Strategien, die die moderne Kunst aufgriff, um sich selbst zu erneuern, war der Primitivismus, die Aneignung von Formen und Motiven aus nicht-westlichen Kulturen, die als weniger zivilisiert und naturverbundener als die westliche Gesellschaft konstruiert wurden. So bezogen sich beispielsweise Matisse und Picasso im frühen zwanzigsten Jahrhundert auf afrikanische Stammesskulpturen, um die Frage zu beantworten, wie eine zeitgenössische weibliche Gestalt darzustellen sei. Der Primitivismus ist eine Einstellung, die viel über die weiße europäische Gesellschaft aussagt und so gut wie nichts über außereuropäische, als „primitiv" bezeichnete Kulturen. Er nimmt die Leistungen und Komplexität der Kulturen Afrikas, der Karibik, Ozeaniens und der amerikanischen Ureinwohner nicht wahr, sondern versieht sie mit dem Etikett „exotisch" und entdeckt in ihnen bestimmte vorhersehbare Eigenschaften.

Diese „Anderen" werden im Westen als einfacher, intuitiver und ungehemmter dargestellt. Oft werden diese stereotypen Eigenschaften von

TAKI 183, *Early tag*, Datum unbekannt. Textmarker auf Holz. New York.

Verschiedene Künstler, *Tags*, Datum unbekannt. Verschiedene Materialien auf Transporter. New York.


LVER
TAK
183


L DORADO CRUISES
MO 3 4600
TRAVEL PASAJES
OME TAX · INSURANCE TRAVE
CURSION
DODGE
RALPH
TEE 87
John
191
Jucks
ACY
190
"DENNIS"
177 COME
TARLITES
JUNC
SAMM
DADY


WRITERS CORNER
Stitch I
FLASH 191
Sniper
Cyco
Sack I
Satern I
Beeze
David
Witch 187
ED-188
Dabbie 187



der westlichen Gesellschaft als erstrebenswert angesehen, wie im Falle Gauguins, der Tahiter als eine Verkörperung von Sinnlichkeit und Mystizismus darstellte. Im so genannten „primitiven Anderen" findet der Primitivist seine vorgefasste Meinung über sich selbst als kultiviert und zivilisiert und über den „Anderen" als naiv und natürlich bestätigt. Die U-Bahn-Sprayer wussten, dass die Akteure der Kunstwelt sie gleichzeitig fasziniert und misstrauisch beobachteten, aber mit wenig Verständnis für die *Writing*-Kultur oder selbst dafür, was es bedeutet, von der U-Bahn als Transportmittel abhängig zu sein. Die Beziehung zwischen dominanter Kultur und Subkultur, welche die Graffiti-Kunst formte, ist ein Beispiel für diesen Diskurs.

Mailers und Oldenburgs Wortwahl in den oben genannten Zitaten zeigt, wie der Weg zur Akzeptanz der Graffiti-Kunst in den frühen 1990er-Jahren über den Primitivismus geebnet wurde. Graffiti, so bemerkten sie bewundernd, sei ein von „… tropischen Völkern" geschaffener „… Blumenstrauß aus Lateinamerika". Sie hätten die „… Riesenbäume und herrlichen Blumen eines tropischen Regenwaldes", den „… Dschungel" in die graue und mechanische städtische Umgebung importiert. Für Peter Schjehldahl war Graffiti ebenfalls eine Naturkraft, „… vulkanisch" und „… unaufhaltbar".

Die meisten Sprayer waren Afroamerikaner, Puerto-Ricaner oder Südamerikaner oder von gemischtrassiger und multi-ethnischer Herkunft. Ihr kultureller Unterschied wurde durch ihre ethnische Identität, die sie von der zumeist weißen Kunstwelt trennte, bestärkt und sichtbar gemacht. Sofern die ethnische Herkunft in Darstellungen über Graffiti-Kunst nicht ausdrücklich erwähnt wurde, genügte es, die

Unbekannt, *The painters: parts 2-3*, Datum unbekannt. Farbe, Stempelfarbe und Paste-up auf Gebäude. New York.



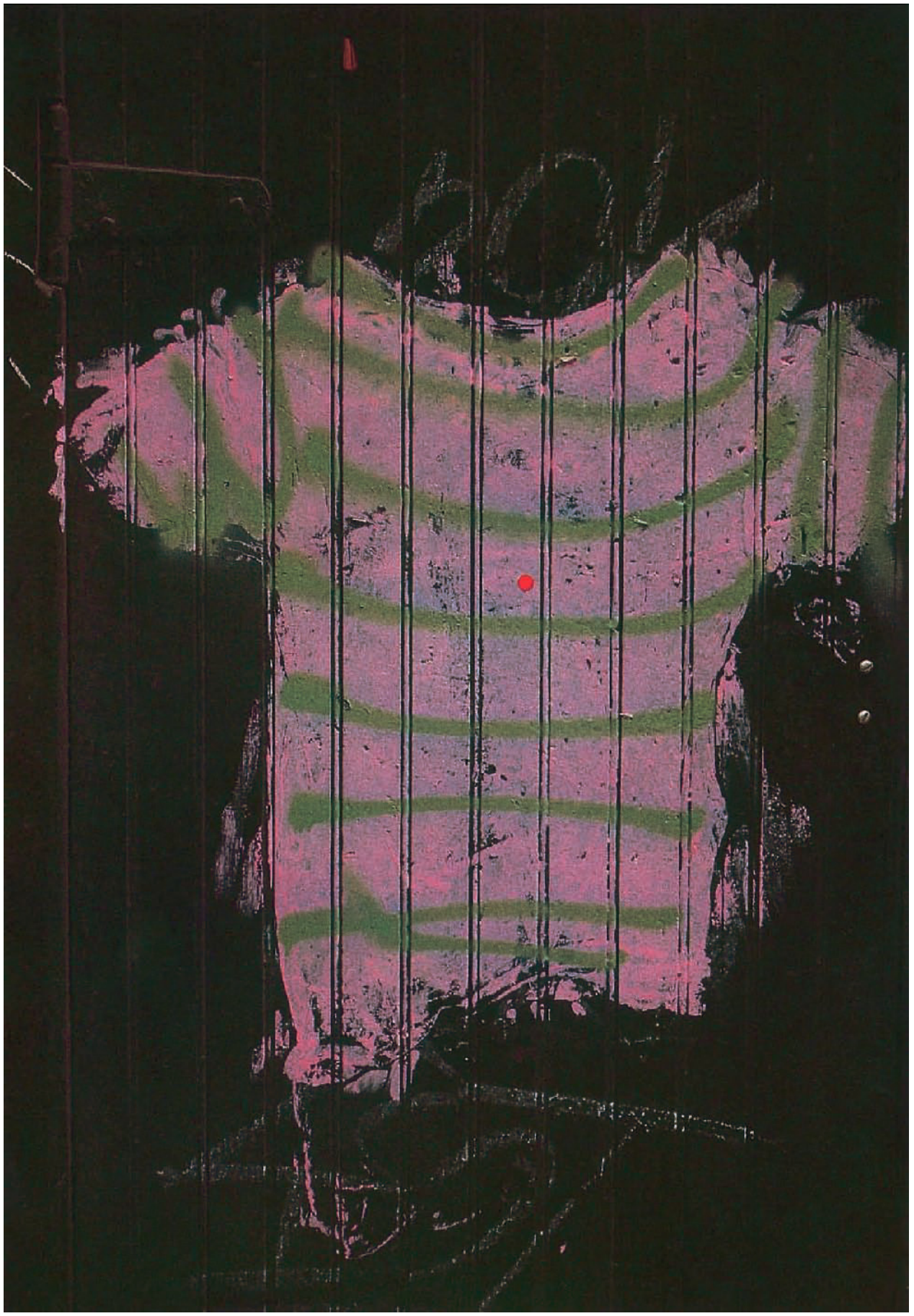
Sprayer als „Ghetto Kids" aus der Bronx oder Brooklyn zu bezeichnen, um ihre Identität als Nicht-Weiße festzulegen.

Dem Modell des Primitivismus zufolge waren die Sprayer Außenseiter der amerikanischen Gesellschaft, die neue Perspektiven aufzeigten. Sie hielten der hegemonialen Kultur einen Spiegel vor. Daher hatte es eine Bedeutung, wenn sich die Künstler in ihren Kompositionen auf die Hochkultur oder Massenmedien bezogen, denn diese Anknüpfungspunkte halfen mit, die Subkultur seinem neuen Publikum verständlich zu machen.

Graffiti-Künstler stützten sich ausschließlich auf amerikanischen Kitsch: Cartoons und Underground Comics, Heavy Metal-Musik, Sciencefiction-Zeichnungen und Psychedelik. Da sich aber U-Bahn-Sprayer in ihren Bildern selten auf eine elitäre westliche Kultur bezogen, war es für sie schwer, die Überzeugung zu entkräften, dass sie „Primitive" seien. Daher wurden in der Folge ihre Entwicklungsschritte zu komplexeren Themen und stilistischer Verbesserung wenig beachtet. Ein „Primitiver" steckte in Bezug auf die dominante Kultur in einer starren Position fest – er war authentisch, aber unbeweglich. Ein Primitivist hingegen – ein Gauguin, Haring, Basquiat oder Picasso – hatte die Wahl getroffen, mit Material aus der „niederen" Kultur zu arbeiten und hatte deshalb Spielraum.

Andy Warhol ebnete den Künstlern den Weg für eine Öffnung zum Markt, der letztendlich über die Qualität ihrer Arbeiten entschied. Er trägt diese Verantwortung nicht nur aufgrund seiner bahnbrechenden Sieddruck-Arbeiten, die für „High Art"-Konsumenten den amerikanischen Kitsch repräsentierten, sondern auch für seine Filme, die eine Gruppe von Darstellern zeigten, die ihr Alltagsimage fast ohne

Unbekannt, *The painters: part 1*, Datum unbekannt. Farbe, Stempelfarbe und Paste-up auf Gebäude. New York.



Unbekannt, Datum unbekannt. Farbe auf Holztor. New York.



Unbekannt, Datum unbekannt. Sprühfarbe auf Gebäude. New York.


CR
PLATE G
COMP SHOES
EXH 17-0 V 9-11
EXV 9-11 HIG-10
HERE COMES A BLUE ONE

Drehbuch vor der Kamera auslebten. Warhols Filme und sein erstes Atelier, die *Silver Factory*, waren Präzedenzfälle für die selbstbewusste Zügellosigkeit der Stammgäste des East Village, wie John Sex und Ann Magnuson, die im *Club 57* auf dem St. Mark's Place auftraten. Einige Mitarbeiter Warhols wurden zu einem Teil der East-Village-Szene wie der Dichter René Ricard, der in seinen Artikeln Graffiti-Künstler lobte. Scharf, Haring und Basquiat besuchten regelmäßig die Clubs des East Village und suchten Warhols Unterstützung und Freundschaft.

In den 1980er-Jahren arbeitete Warhol anscheinend auf drei Ebenen gleichzeitig, um seine Karriere voranzutreiben: Er machte Serien wie *Famous Jews*, *Endangered Species* und *Oxidation Paintings*, ohne ein bestimmtes Publikum im Auge zu haben; Portraits, die von den Reichen und Berühmten in Auftrag gegeben wurden, brachten ihm ein regelmäßiges Einkommen – Warhol verzichtete nie auf sein Honorar; Auftritte im *Studio 54,* bei *Elaine's*, in Werbungen und im Fernsehen (*The Love Boat*!) brachten ihn zu den Massen. Seine grenzüberschreitende Anziehungskraft auf Konsumenten sowohl der Hoch- als auch der Populärkultur signalisierte den Graffiti-Künstlern, dass sie für die Elite der Kunstwelt Leinwandarbeiten in Galerien ausstellen und gleichzeitig ihre Glaubwürdigkeit durch das Sprayen von U-Bahn-Waggons beibehalten könnten. Fab Five Freddy bekundete seine Vertrautheit mit Warhol mit seinem Pop-Art-Waggon von 1980, auf dem *Campell's Soup*-Dosen in einem *Wholecar*[15]*-Masterpiece* aneinander gereiht waren. Warhol formte das Image des „berühmten Künstlers". In der Zeit, als Freddy erwachsen wurde, war er der sichtbarste lebende Künstler in New York. Daher war es unvermeidlich, dass der jüngere Maler und seine Freunde aus der Sprayer-Szene Ruhm als den Garant für ästhetische Wertschätzung betrachteten.

Als Warhol 1962 als Teil der *Pop-Art*-Bewegung bekannt wurde, gab es kein etabliertes kritisches Vokabular zur Interpretation seiner Bilder für die Öffentlichkeit. Aufgrund von Greenbergs anhaltendem Einfluss dominierten formalistische Überlegungen zu „Flachheit" und „Medium" die Diskussionen über Malerei. Aber diese Terminologie war nicht geeignet, um Siebdruck-Darstellungen von Stars, Suppendosen und Autounfällen zu analysieren. Dennoch hatte Warhol ihn in New York und Los Angeles repräsentierende Galerien – und auch eifrige Käufer. Zwanzig Jahre später stellte der sekundäre Markt fest, dass seine Bilder gute Investitionen waren (obwohl sich Warhol in seinen „Tagebüchern" darüber beklagte, dass seine Zeitgenossen Roy Lichtenstein und Jaspar Johns seine Preise auf Auktionen übertrafen).

Für die Generationen von Künstlern, die nach Warhol kamen, gab es keine dominierende kritische Stimme oder kuratorische Position, die auf alle Bereiche der zeitgenössischen Kunst anwendbar war. Im Falle des Neoexpressionismus, dem ungestümen figurativen Malstil, mit dem sich Graffiti-Kunst überschnitt, nahmen mehrere bekannte Kritiker leidenschaftliche Haltungen für und gegen seinen Wert als radikale avantgardistische Geste ein. Was aber das öffentliche Interesse mehr als diese intellektuellen Meinungsverschiedenheiten fesselte, waren die professionellen Marketingtricks, die die Künstler und Galerien in Gang setzten, um die Bedeutung der Rückkehr zu großformatiger gestischer Malerei zu untermauern. Kritiker mochten protestieren, aber Julian Schnabel, Georg Baselitz, Francesco Clemente und andere wurden zu Kunst-Stars. Ihre von ihren Händlern geschürte Beliebtheit am Markt bewies ihre Qualität. Ohne eine einheitliche oder überzeugende Kunstkritik wurde die Bedeutung eines Kunstwerks in Dollars gemessen.

Die Doppelstrategie aus Warhol'scher Eigenwerbung und Marktbewertung trieb die Kunstwelt des East Village voran. Sie verfügte über eigene Talente und Händler sowie eine eigene Presse und spöttelte über die Galerienviertel in SoHo und der 57th Street, auch wenn sie diese nachahmte. Die Nachtclub-Besitzer luden Künstler ein, Ausstellungen zu kuratieren, die natürlich Kunden anlockten. Visuelle Künstler, Musiker und Performer arbeiteten in Clubs zusammen an Multimedia-Spektakeln. Künstler mieteten kleine Ladenfrontlokale, um ihre eigenen Werke und die ihrer Freunde auszustellen. Liza Kirwin charakterisierte das East Village als eine „… Gemeinschaft, deren größtes Ziel es war, alles zu verkaufen". Damit standen sie im krassen Gegensatz zu den früheren Bohemien-Kreisen, die Widerstand gegen Mittelklassenorm ausdrückten.[16] Sie dokumentierte die Reaktionen von Kunstzeitschriften und der Boulevardpresse, die das Viertel und seine dort wohnenden Künstler als jugendliche Angeber verspotteten. In einer Situation wie im East Village, wo Markt und bürgerliche Käufer so miteinander verflochten waren, war es für die Kritiker offensichtlich, dass die Kunst, die am meisten beworben wurde, ihre kritische avantgardistische Funktion am wenigsten ausüben konnte. Zumindest in dieser negativen Einschätzung waren sie sich einig.

„Wir betreiben großzügig und schamlos Eigenwerbung", erklärte Lady Pink 2007 gegenüber der *New York Times*.[17] Diese Aussage traf auf die Graffiti-Künstler von Beginn ihrer Karriere an zu. Diese jungen Künstler waren bestrebt, ihre Arbeiten zu präsentieren, sie zu verkaufen und Geld mit etwas Kreativem, das sie liebten, zu verdienen. Sie waren froh, dass sie die Möglichkeit hatten, lange nachdem eine

PRE, *Tags as CRISPO*, Datum unbekannt. Sprühfarbe auf Güterzugwaggon. New York.