

Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald  
Philosophische Fakultät  
Institut für Politik und Kommunikationswissenschaften

---

# Politische Stencil-Graffiti als Teil von Gegenöffentlichkeit

---

von  
**Kilian Riebes**

**Masterarbeit zur Erlangung des Master of Arts  
„Sprache und Kommunikation“**



**Gutachter:**  
Prof. Dr Wehmeier  
Prof. Dr. Gansel

**Matrikelnummer:**  
447600

**Adresse:**  
Heidekampweg 30  
12437 Berlin

**Email**  
kilian.riebes@googlemail.com

Greifswald, im Februar 2010 |

## Inhalt

---

Inhalt.....	I
Abbildungen .....	III
Tabellen .....	III
1 Einleitung.....	1
2 Gegenöffentlichkeit als Gegenentwurf zum Konzept der Öffentlichkeit.....	4
2.1 Öffentlichkeit.....	4
2.1.1 Allgemeine Begriffsbestimmung .....	4
2.1.2 Öffentlichkeit als Kommunikationsraum.....	5
2.1.3 Massenmediale Öffentlichkeit.....	10
2.1.4 Öffentlichkeit nach Luhmann und Habermas.....	14
2.1.5 Politische Öffentlichkeit.....	17
2.1.6 Öffentlichkeit als intermediäres System .....	19
2.1.7 Die Funktion der Öffentlichkeit .....	21
2.2 Gegenöffentlichkeit.....	24
2.2.1 Allgemeine Begriffsbestimmung .....	24
2.2.2 Marginalisierte Teilöffentlichkeiten .....	25
2.2.3 Strukturen der Gegenöffentlichkeit .....	26
2.2.4 Normative Ansprüche und Funktion von Gegenöffentlichkeit .....	31
2.3 Öffentlicher Raum .....	33
3 Stencil-Graffiti.....	35
3.1 Unautorisierte Zeichen im öffentlichen Raum .....	35

3.2 Formen von Graffiti .....	37
3.2.1 Der Begriff Graffiti .....	37
3.2.2 Writing .....	39
3.2.3 Street-Art .....	40
3.2.4 Stencil-Graffiti.....	41
3.3 Kommunikation mittels Stencil-Graffiti.....	42
3.4 Politische Stencil-Graffiti .....	46
4 Ergebnisse einer Erhebung politischer Stencil-Graffiti in Berlin .....	51
4.1 Methodisches Vorgehen .....	51
4.1.1 Erhebung des Datenmaterials .....	51
4.1.2 Auswertung des Datenmaterials .....	53
4.2 Ergebnisse.....	57
4.2.1 Allgemeine Merkmale.....	57
4.2.2 Räumliche Konzentration .....	57
4.2.3 Themenkategorien .....	58
4.2.4 Positionierung.....	60
4.2.5 Gewaltdarstellung.....	62
4.2.6 Zusammenfassung der Ergebnisse .....	65
4.3 Einordnung der Ergebnisse in den Kontext von Gegenöffentlichkeit.....	67
4.3.1 Position .....	67
4.3.2 Gewalt.....	68
4.3.3 Politische Gruppierungen .....	69
4.3.4 Funktion .....	71
5 Fazit und Ausblick.....	73
Literatur.....	IV

Internetquellen.....	IX
Anhang 1: Fotodokumentation .....	XI
Anhang 2: Datentabelle.....	XXXIV
Anhang 3: Übersicht zur Kategorienbildung .....	XXXVIII

## Abbildungen

---

Abbildung 1: Karte des Untersuchungsgebietes .....	52
Abbildung 2: Beispielmotive (1) .....	63
Abbildung 3: Beispielmotive (2) .....	64
Abbildung 4: Beispielmotive (3) .....	68
Abbildung 5: Beispielmotive (4) .....	69
Abbildung 6: Beispielmotive (5) .....	72

## Tabellen

---

Tabelle 1: Auflistung der Themenkategorien.....	58
Tabelle 2: Themenhäufigkeit und Positionierung .....	60
Tabelle 3: Zusammenhang zwischen Gewaltdarstellungen und Themenkategorien.....	62
Tabelle 4: Zusammenhang zwischen Themen, Positionierung und Gewalt .....	65

## 1 Einleitung

---

Politische Stencil-Graffiti gehören zu den Feldern der Street-Art und des Graffiti und damit zu einem Bereich, dem in den letzten Jahren immer mehr Aufmerksamkeit zu Teil wurde. Dabei dominieren ästhetische Perspektiven, die bestimmte Formen und Akteure in den Blick nehmen. Grundlegend können Street-Art und Graffiti als eigenmächtige Zeichenproduktion im öffentlichen Raum definiert werden. Der Aspekt der fehlenden Autorisierung ist zentrales Merkmal für die Beschreibung solcher Formen.

In diesem Bereich kann die Artikulation politischer Ansichten oder Forderungen auf individuelle, authentische und rücksichtslose Weise erfolgen. Außerhalb massenmedialer Zusammenhänge wird die Öffentlichkeit des allgemein zugänglichen Raumes genutzt, um Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen oder Probleme zu lenken.

Etablierte politische Akteure kommunizieren zwar ebenfalls im öffentlichen Raum, sie müssen sich allerdings autorisierter Formen bedienen, um ihre Glaubwürdigkeit und das in sie gesetzte Vertrauen nicht zu gefährden. So kann vermutet werden, dass unautorisierte politische Botschaften im öffentlichen Raum von Personen und Gruppen produziert werden, die im politischen System nicht etabliert sind und die nicht über die Mittel zur massenmedialen Kommunikation verfügen.

In dieser Arbeit wird überprüft, ob die politische Artikulation durch die Produktion von Stencil-Graffiti im öffentlichen Raum mit dem Begriff Gegenöffentlichkeit erfasst werden kann. Unter Gegenöffentlichkeit sind Bereiche von Öffentlichkeit zu verstehen, die sich um spezielle Themen strukturieren und die darum bemüht sind, ihren wenig beachteten Interessen gesellschaftlichen und politischen Einfluss zu verschaffen. Möglicherweise werden solche Interessen über politische Stencil-Graffiti artikuliert.

Die Form der Stencil-Graffiti wurde aus drei Gründen gewählt:

- Erstens entstehen Stencil-Graffiti direkt auf Oberflächen im öffentlichen Raum und weisen gegenüber Plakaten oder ähnlichen Medien eine höhere Lebensdauer auf.
- Zweitens erlaubt die Schablonen-Technik eine schnelle, druck-ähnliche Produktion von komplexen Motiven im öffentlichen Raum.
- Drittens sind Stencil-Motive reproduzierbar und können massenhaft verbreitet werden.

Auf Grund dieser Merkmale werden Stencil-Graffiti als geeignet angesehen, gegenöffentliche politische Kommunikation zu vermitteln. Um festzustellen, ob sie dafür genutzt werden, müssen ihre Inhalte untersucht werden. Dazu wird in dieser Arbeit eine Stichprobe verschiedener Stencil-Graffiti aus dem Raum Berlin untersucht. Berlin wurde als Untersuchungsgebiet ausgewählt, da hier eine besonders hohe Varianz und Konzentration an Graffiti, Street-Art und Stencil-Graffiti beobachtet wurde.

Bezüglich der Verwendung von politischen Stencil-Graffiti, die Gegenstand der vorliegenden Arbeit sind, werden folgende Vermutungen angestellt:

- Produzenten politischer Stencil-Graffiti agieren individuell oder in kleinen Gruppen.
- Deshalb wird eine Vielzahl von Themen und Ausdrucksformen erwartet.
- Auf Grund der Regelfreiheit dieser Ausdrucksform kann mit drastischen Darstellungen und Texten gerechnet werden.
- Weiterhin wird vermutet, dass sich die Inhalte tendentiell dem politisch linken Spektrum zuordnen lassen.

Die Arbeit gliedert sich in vier Teile. Zunächst ist der Begriff Gegenöffentlichkeit zu bestimmen. Dies geschieht auf der Grundlage von Theorien und Modellen zur Öffentlichkeit unter besonderer Beachtung massenmedialer und politischer Öffentlichkeit. Die Betrachtung der Formen von Gegenöffentlichkeit ermöglicht es, Stencil-Graffiti als mögliche Form gegenöffentlicher Kommunikation zu erfassen.

Im Zweiten Teil wird die Bestimmung des Begriffs politischer Stencil-Graffiti unternommen. Dazu werden zunächst die Felder des Graffiti und der Street-Art gekennzeichnet und Stencil-Graffiti als Medium der Kommunikation beschrieben. Die Relevanz politischer Stencil-Graffiti wird unter Bezug auf einige Autoren und Beispiele verdeutlicht.

Daran schließt sich die Analyse des in Berlin erhobenen Materials an, die als qualitative Inhaltsanalyse unter Nutzung quantitativer Auswertungsmethoden konzipiert ist.

Dabei werden die Inhalte politischer Motive mit induktiv gebildeten Themenkategorien erfasst. Weiterhin wird untersucht, welche Position im Hinblick auf die bestimmten Themen ausgedrückt werden und ob diese in besonders drastischer Weise vermittelt werden.

Schließlich werden die Ergebnisse der Analyse in das Modell der Gegenöffentlichkeit eingeordnet.

## 2 Gegenöffentlichkeit als Gegenentwurf zum Konzept der Öffentlichkeit

---

### 2.1 Öffentlichkeit

#### 2.1.1 Allgemeine Begriffsbestimmung

Im Mittelpunkt der Betrachtung von Öffentlichkeit und besonders von politischer Öffentlichkeit steht ihre Funktion für die Gesellschaft. Reale oder vermutete Defizite in der Funktionserfüllung sind der Ausgangspunkt für ein Konzept von Gegenöffentlichkeit.

„Öffentlich sind Sachverhalte, Ereignisse oder Aktivitäten, die einem unbegrenzten Publikum zugänglich sind, die jeder beobachten und von denen jeder wissen kann“  
(Wimmer 2007: 32)

Demnach ist Öffentlichkeit die Sphäre, die allgemein zugängliche Sachverhalte, Ereignisse und Aktivitäten umfasst und durch diese konstituiert wird. Die Beschreibung dieser Sphäre verlangt die Berücksichtigung verschiedener Dimensionen und kann aus unterschiedlichen Perspektiven erfolgen. So entsteht ein multidimensionales Konstrukt, welches hohe Anforderungen an den Versuch einer umfassenden Beschreibung stellt. Wimmer konstatiert:

„In der Kommunikationswissenschaft existiert bis heute keine nur annähernd allgemein akzeptierte Definition des Begriffs. Dennoch nimmt nicht nur die Verwendung des Öffentlichkeitsbegriffs, sondern auch dessen (normative) Relevanz [...] unvermindert zu.“ (Wimmer 2007: 12)

Als Ursachen der problematischen Begriffsbestimmung führt Wimmer den Bezug auf ‚Öffentlichkeit‘ in verschiedensten wissenschaftlichen Disziplinen an, außerdem die unterschiedlichen verwendeten Maßstäbe und die verschiedenen theoretischen Positionen. Die grundlegenden Bedeutungszuweisungen des Begriffs Öffentlichkeit beschreibt Wimmer wie folgt:

Als „Staatlichkeit“ oder „Amtlichkeit“ bedeutet Öffentlichkeit die Regelung zentraler gesellschaftlicher Angelegenheiten durch staatliche Instanzen. Sie kann außerdem verstanden werden als „Allgemeinheit“ und „soziale Gemeinsamkeit“ und damit als gemeinsame Verfügbarkeit von Sachen oder Angelegenheiten. Diese beiden Bedeutungen werden in der Sachdimension von Öffentlichkeit verortet und können als Gegenbegriffe zu ‚privat‘ oder ‚geheim‘ verstanden werden. Weiterhin kann Öffentlichkeit begriffen werden



als „Publizität“, als allen zugänglicher Kommunikationsraum. Außerdem verweist Öffentlichkeit als „Publikum“ auf einen Kreis von Personen, die Zugang zu Information, Kommunikation oder Handlungen haben und so Öffentlichkeit herstellen. Publizität und Publikum beschreiben die Sozialdimension von Öffentlichkeit. (vgl. Wimmer 2007: 32) Auf diesen Bedeutungszuweisungen beruhen fast alle Ansätze<sup>1</sup> zur Betrachtung von Öffentlichkeit, je nach Perspektive werden sie unterschiedlich gewichtet.

Grundsätzlich kann zwischen deskriptiven und normativen Ansätzen unterschieden werden. Unter Bezug auf deskriptive Ansätze werden in dieser Arbeit einige Modelle von Öffentlichkeit betrachtet, welche auch zur Beschreibung von Gegenöffentlichkeit dienen können. Zentral dabei ist die Vorstellung von Öffentlichkeit als Kommunikationsraum, der in drei Ebenen unterschiedlicher Komplexität gegliedert werden kann. Das Arenen-Modell erlaubt weiterhin die Unterscheidung verschiedener Teil-Öffentlichkeiten, die sich an bestimmten diskursiven Zusammenhängen orientiert.

Normative Ansätze entwerfen ein Ideal von Öffentlichkeit und erwarten die Erfüllung bestimmter Funktionen für die Gesellschaft. Im Vergleich mit der empirischen Öffentlichkeit werden Defizite in Bezug auf die normativen Funktionserwartungen deutlich, die Ansatzpunkte für die Beschreibung und Erklärung von Gegenöffentlichkeit sein können.

### 2.1.2 *Öffentlichkeit als Kommunikationsraum*

Zentrales Element bei der Beschreibung von Öffentlichkeit ist Kommunikation. Öffentlichkeit entsteht, wenn Kommunikation stattfindet, die allgemein zugänglich ist. Dieser allgemeinen Zugänglichkeit von Kommunikation stehen Bereiche gegenüber, die Zugangsbeschränkungen unterliegen. Es sind die Bereiche der Privatheit und des Geheimen. Öffentlichkeit als Kommunikationsraum bezeichnet die Sphäre, welche alle Kommunikation umfasst, die allgemein zugänglich ist. Sie konstituiert sich durch Prozesse der Kommunikation und bildet die Umgebung für deren Fortsetzung.

---

<sup>1</sup> Die systemtheoretische Perspektive betrachtet Öffentlichkeit als Bearbeitung und Reduktion von Komplexität und damit als emergente Problemlösung im System der Gesellschaft. Die Konzepte Staatlichkeit, Allgemeinheit, Publizität und Publikum können hier verortet werden, der Zugang beruht aber auf (kybernetischen) Prozessen der Autopoiesis und der Ausdifferenzierung.

Nach der Komplexität der Kommunikationszusammenhänge können drei Ebenen von Öffentlichkeit differenziert werden. Kriterien dafür sind hauptsächlich die Menge der Teilnehmer und der Grad der strukturellen Verankerung. Die Ebenen unterscheiden sich im Hinblick auf die Informationssammlung, -verarbeitung und -verwendung. (Wimmer 2007: 110f)

Die einfachste Form von Öffentlichkeit entwickelt sich aus der persönlichen Begegnung. Einfache Interaktionszusammenhänge weisen geringe Komplexität und hohe Freiheitsgrade auf, was die Verteilung von Rollen, die Selektion von Themen und die Rahmenbedingungen der Kommunikation betrifft. Basierend auf einfachen Interaktionszusammenhängen können Sprecher- und Hörerrollen schnell gewechselt werden. Der Kreis der Kommunikationsteilnehmer ist überschaubar.<sup>2</sup> In der **Begegnungsöffentlichkeit** herrscht große Offenheit gegenüber Themen und Sprechern, wobei die Anzahl möglicher Teilnehmer allerdings begrenzt ist.<sup>3</sup> Weiterhin sind einfache Interaktionszusammenhänge meist von geringer Dauer und können daher Kontinuität von Themen nur in sehr begrenztem Rahmen herstellen. Im Hinblick auf die Informationssammlung weist die Begegnungsöffentlichkeit also große Offenheit auf, doch sind ihre Kapazitäten stark beschränkt. Die Informationsverarbeitung kann sich auf Grund des direkten Kontaktes und der Möglichkeit schneller Rollenwechsel idealen Diskurs-Strukturen annähern. Die Informationsverwendung in flüchtigen Interaktionszusammenhängen findet primär auf individueller Ebene statt, sie kann allerdings auch in Wechselwirkung mit komplexeren Öffentlichkeitsebenen größere Wirkung entfalten.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Kann es ein privates Gespräch im öffentlichen Raum (S-Bahn, Bar, Supermarkt, etc.) geben? Die Kommunikation ist nicht auf ein Publikum gerichtet, trotzdem ist die Möglichkeit nicht auszuschließen, dass jemand zuhört. Es kann vermutet werden, dass die Kommunikationsteilnehmer ihr Verhalten an eine solche Situation anpassen und Themen, Informationen und ihr Verhalten entsprechend wählen. Der Intention und des Inhalts nach, mag das Gespräch privat sein, der Situation nach (im Sinne allgemeiner Zugänglichkeit) ist es öffentlich. Zwar ist dies ein Grenzfall, er verweist jedoch darauf, dass die Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatheit keineswegs statisch und undurchlässig ist.

<sup>3</sup> Mit steigender Teilnehmerzahl verlieren die Organisationsmechanismen interpersonaler Kommunikation ihre Effizienz. Zum Beispiel kann der Sprecherwechsel über paraverbale und nonverbale Indikatoren nicht mehr flüssig organisiert werden, wenn sich nicht mehr alle Teilnehmer sehen können.

<sup>4</sup> Der Einfluss interpersonaler Kommunikation auf die Meinungs- und Willensbildung im Hinblick auf politische Entscheidungen ist anerkannt. Das Modell der Schweigespirale von Elisabeth Noelle-Neumann

Auf einer mittleren Komplexitätsebene strukturiert sich Öffentlichkeit um bestimmte Themen. Das Zusammentreffen einer großen Zahl thematisch interessierter Personen kann nicht mehr durch einfache Interaktionsmechanismen organisiert werden, sondern braucht eigene Regeln und Strukturen um **Versammlungsöffentlichkeit** herzustellen und aufrecht zu erhalten. Dabei differenzieren sich für die Teilnehmer bestimmte Leitungs- und Publikumsrollen. In Leitungsrollen stellen Sprecher Themen oder Meinungen vor, die Äußerungsmöglichkeiten des Publikums sind häufig auf das akustische Bekunden von Beifall oder Ablehnung beschränkt. Potentiell werden in der Versammlungsöffentlichkeit mehr Personen einbezogen, wobei wenige Sprecher mit vielen Hörern kommunizieren. Die Konzentration auf bestimmte Themen erlaubt Vorbereitung und Organisation der Versammlungsöffentlichkeit. Damit ist diese Form weniger offen für Sprecher und Themen, im Hinblick auf die gewählten Themen bestehen aber größere Potentiale der Informationssammlung, -verarbeitung und -anwendung. (Wimmer 2007: 110; Rhomberg 2009: 71)

Die größte Komplexität weist die Ebene der **massenmedialen Öffentlichkeit** auf. Sie ist gekennzeichnet durch die Strukturen und Bedingungen der Massenmedien, die das Adressieren eines unüberschaubaren Publikums ermöglichen. Diese produzieren und vermitteln Kommunikationsangebote, über die sich ein Publikum aus denjenigen Personen konstituiert, die sich diesen Angeboten zuwenden. Diese Kommunikationssituation ist extrem asymmetrisch und die Rollenverteilung sehr differenziert. Die Möglichkeiten in der massenmedialen Öffentlichkeit zum Sprecher zu werden sind stark begrenzt und feedback-Kanäle in Form von Leserbriefen oder Anrufen werden von den Medien kontrolliert und instrumentalisiert. (Wimmer 2007: 110ff) Generell ist das Publikum in seinen Handlungsmöglichkeiten noch weiter beschränkt als auf der Ebene der Versammlungsöffentlichkeit. Allerdings versammelt die massenmedial hergestellte Öffentlichkeit das größte vorstellbare Publikum und bearbeitet Impulse aus allen gesellschaftlichen Bereichen.

---

zeigt einen möglichen Zusammenhang zwischen massenmedialer und interpersonaler Kommunikation und der öffentlichen Meinung. (vgl. Burkart 1998: 258) Außerdem entzieht sich Öffentlichkeit auf der Ebene interpersonaler Kommunikation weitgehend der Kontrolle durch staatliche oder andere Organe und kann zum „Startpunkt von Autonomisierungsprozessen“ werden. (vgl. Rhomberg 2009: 71) Dies erscheint besonders im Hinblick auf Gegenöffentlichkeit relevant.

Im Hinblick auf Informationssammlung, -verabreichung und -anwendung verfügt die massenmediale Öffentlichkeit über die größten Kapazitäten und Potentiale. Ihr Stellenwert und ihre gesellschaftliche Wirkung werden immer wieder betont. Dabei wird diese Ebene der Öffentlichkeit entscheidend von den Produktions- und Vermittlungsbedingungen der Massenmedien geformt, die immer wieder im Zentrum kritischer Betrachtungen stehen. Allerdings scheint Öffentlichkeit in modernen, komplexen Gesellschaften ohne die Massenmedien nicht vorstellbar. (Rhomberg 2009: 71)

Öffentlichkeit als Kommunikationsraum kann also im Hinblick auf die Komplexität der Kommunikationszusammenhänge strukturiert werden. Dabei müssen vielfältige Überschneidungen und Wechselwirkungen der Ebenen angenommen werden. So bezieht sich massenmediale Öffentlichkeit auf Themen und Informationen aus Versammlungs- und Begegnungsöffentlichkeit und wirkt wiederum auf diese zurück. Speziell die öffentliche Meinung kann als Resultat öffentlicher Kommunikation auf und zwischen den drei Komplexitäts-Ebenen gesehen werden.<sup>5</sup> Insgesamt kann festgehalten werden, dass der Kommunikationsraum ‚Öffentlichkeit‘ auf der Mikroebene aus konkreten Handlungen entsteht und gleichzeitig den Handlungskontext für das Individuum bildet. Auf der Makroebene wird Öffentlichkeit unter strukturellen Gesichtspunkten beschreibbar und erscheint gleichzeitig als „Quasi-Akteur“ im Zusammenspiel gesellschaftlicher Systeme. (Wimmer 2007: 127)

Für die genauere Betrachtung bestimmter Formen von Öffentlichkeit werden sechs analytische Dimensionen vorgeschlagen (vgl. Wimmer 2007: 62f):

Öffentlichkeit wird geformt durch strategische **Akteurshandlungen** individueller oder kollektiver Teilnehmer. Damit werden Menschen zum Publikum vereint und Identitäten als bestimmte Teilöffentlichkeiten konstituiert.

Öffentlichkeit kann auch beschrieben werden unter Gesichtspunkten der „Struktur“ als Zusammenhang von Rollen, Medien und Organisationen, welche die Form von Öffentlichkeit mitbestimmen.

---

<sup>5</sup> Auch wenn die öffentliche Meinung eher massenmediales Produkt und weniger statistisches Aggregat individueller Meinungen in der Bevölkerung ist. (vgl. Wimmer 2007: 54f)

Die reale oder virtuelle Anwesenheit Anderer ist der „soziale Kontext“, welcher Öffentlichkeit subjektiv kennzeichnet und objektiv wahrnehmbar werden lässt.

Die Dimension „Kommunikationsinhalte und Sinn“ verweist auf Kommunikation und deren sinnhafte Verknüpfung als Bestandteil von Öffentlichkeit. Die Bekanntheit von Themen wird dabei unterstellt.

Der selektive Kommunikationsprozess erbringt bestimmte Leistungen und erfüllt bestimmte „Funktionen“ in der Gesellschaft.

Öffentlichkeit als Prozess wird in der Dimension „(Eigen-)Dynamik“ erfasst, wobei die Dynamik greifbar werden kann durch die Betrachtung der Funktionserfüllung.

Bei der weiteren Betrachtung von Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit rücken besonders die Dimensionen der Struktur, der Inhalte und der Funktion in den Mittelpunkt. Auf dieser Grundlage kann geklärt werden, wie sich Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit voneinander unterscheiden. Für die Betrachtung politischer Stencil-Graffiti im Kontext von Gegenöffentlichkeit bekommt auch die Akteursdimension besondere Relevanz, weil hier eine spezielle Strategie öffentlicher Kommunikation erfasst werden muss.

Ein weiterer Ansatz zur Gliederung des Kommunikationsraumes Öffentlichkeit ist das Arena-Modell. Darin stellt Öffentlichkeit ein Forum dar, in welchem die für die Allgemeinheit relevanten Diskurse stattfinden. (Wimmer 2007: 77; 108) Dieses Forum unterteilt sich in eine Vielzahl von Arenen, die als Räume für bestimmte Diskurse zu verstehen sind. Diese Diskurs-Räume reichen über die materiellen Gegebenheiten hinaus, werden aber (metaphorisch) in Bühne und Galerie unterschieden werden, in Bereiche für Sprecher und Publikum. So sind für verschiedene Diskurse auch verschiedene Arenen vorstellbar, die eigene Strukturen herausbilden und in denen sich interessierte Akteure und Publikum begegnen. So sind Arenen für politische, wissenschaftliche, religiöse und weitere Diskurse vorstellbar, die zwar für jedermann zugänglich sind, aber in thematischer und struktureller Hinsicht eigene unterscheidbare Bereiche von Öffentlichkeit bilden. (Wimmer 2007: 113) Öffentlichkeit erscheint dann als umfassender Kommunikationsraum, der allerdings nicht monolithisch zu begreifen ist, sondern aus vielen, miteinander verknüpften Teil-Öffentlichkeiten besteht.

In der arena-theoretischen Vorstellung existiert weiterhin ein massenmediales Forum, welches Diskurse der verschiedenen Arenen selektiert, zusammenfasst und vermittelt. Diesem massenmedialen Forum kommt im Kommunikationsraum Öffentlichkeit eine

zentrale Rolle zu, weil sich hier das größte Publikum versammelt. Beobachtung, Selektion und Vermittlung der Vielzahl von Diskursen aus unterschiedlichen Arenen kann nur von den darauf spezialisierten Strukturen der Massenmedien geleistet werden.

### *2.1.3 Massenmediale Öffentlichkeit*

Die massenmediale Öffentlichkeit steht im Zentrum der meisten Betrachtungen. Zum einen wird ihr besondere gesellschaftliche Wirkungsmacht zugeschrieben, zum anderen steht sie im Verdacht, Manipulationsversuche zu begünstigen. Die Massenmedien stellen diese Form der Öffentlichkeit her und prägen sie entscheidend durch eigene Bedingungen und Logiken der Selektion und Produktion. Diese müssen bei der Beschreibung von Öffentlichkeit berücksichtigt werden.

Massenmedien sind komplexe Systeme, die sich um einen Kommunikationskanal herum strukturieren und diesen unter Verwendung technischer Mittel zur Verbreitung und Vervielfältigung von Kommunikationsangeboten nutzen. (Maletzke 1998: 50ff) Sie erzeugen und erreichen ein disperses Publikum, das als räumlich getrennt, gegenseitig anonym, vielschichtig inhomogen, unstrukturiert und unorganisiert betrachtet wird. Massenmediale Kommunikation findet meist unter raum-zeitlicher Trennung der Teilnehmer statt und wird als einseitig bezeichnet, da – wie schon erwähnt – häufig keine echten feed-back-Möglichkeiten existieren. (Burkart 1998: 166ff) Zum Publikum gehört jeder, der sich den verbreiteten Kommunikationsangeboten zuwendet. Der prinzipiellen Unüberschaubarkeit des Kreises der Rezipienten wird mit Zielgruppenhypothesen, Auflagenzahlen, Umfragen, der Errechnung von Einschaltquoten aus Stichproben und anderen Maßnahmen begegnet.

Die Aufmerksamkeit des unüberschaubaren Publikums ist sowohl für das politische System, wie auch für das ökonomische System wichtig und wird von beiden genutzt. Daraus ergeben sich mehrere Austauschbeziehungen. Personen wenden sich massenmedialen Kommunikationsangeboten zu, weil sie an bestimmten Informationen und Inhalten interessiert sind und werden so zum Publikum. Die massenmedialen Inhalte und Formate sind zum Teil an normativen Vorstellungen orientiert (objektive Berichterstattung), sie sind aber auch so konzipiert, dass sie die (realen oder vermuteten) Erwartungen des Publikums erfüllen, um bei diesem eine regelmässige Nutzung bestimmter Medienangebote zu etablieren.

Das politische System kann durch Vermittlung der Massenmedien einen Teil dieser Aufmerksamkeit auf politische Fragen fokussieren und zur Willensbildung und Legitimation von Entscheidungen einsetzen. Die Massenmedien erhalten Zugang zu politischen Informationen und Ereignissen, die dem Publikum in Form von Medienprodukten angeboten werden. Ebenfalls unter medialer Vermittlung entsteht die öffentliche Meinung, welche an das politische System zurückgegeben wird. Das wirtschaftliche System nutzt die hergestellte Aufmerksamkeit zur Präsentation seiner Produkte. Dazu kann es sich den Zugang zur massenmedial erzeugten Aufmerksamkeit erkaufen und finanziert so massenmediale Strukturen.<sup>6</sup>

Massenmedien sind also zentrale Instanz bei der Herstellung von Öffentlichkeit, wobei die Aufmerksamkeit des Publikums auch für andere gesellschaftliche Systeme nutzbar wird. Ihre Rolle als Vermittler des gesellschaftlichen Geschehens kann jedoch nicht als neutral angesehen werden.

„Die modernen (Massen-)Medien greifen verändernd in das soziale, politische, wirtschaftliche und kulturelle Leben des einzelnen Konsumenten und Rezipienten ein; sie beeinflussen Information und Meinungsbildung und formen somit das Bild von Öffentlichkeit und Realität in einer Gesellschaft.“ (Wimmer 2007: 173)

Die Massenmedien sind nicht Vermittler oder Spiegel der Realität, sondern produzieren eine eigene Wirklichkeit, die zur gesellschaftlichen wird. Auf der Grundlage dieser konstruktivistischen Sichtweise kann der Frage nachgegangen werden, wie die Massenmedien Wirklichkeit konstruieren. Insbesondere geraten hier die Selektionsmechanismen in den Blick, weil sie die Darstellung des gesellschaftlichen Geschehens entscheidend bestimmen. Überspitzt könnte formuliert werden: Was nicht in den Massenmedien stattfindet, das findet für die Gesellschaft nicht statt. Selektion des Berichtswerten aus dem gesellschaftlichen Geschehen muss erfolgen, weil die Menge der gesellschaftlichen Ereignisse und Informationen den begrenzten Bearbeitungs- und

---

<sup>6</sup> John Fiske weist im Kontext der Cultural Studies darauf hin, dass Medienprodukte und generell kulturelle Angebote nicht nur primär, sondern auch sekundär ökonomisch verwertbar sind. Medienangebote werden wie andere Waren produziert und verkauft. Sie produzieren im Moment ihrer Rezeption aber eine weitere Ware, nämlich die Aufmerksamkeit des Publikums. Diese Ware kann wiederum verkauft werden: „an audience which [...] is sold to advertisers or sponsors“ (vgl. Fiske 2003: 311).

Vermittlungskapazitäten der Massenmedien gegenübersteht. Wie und nach welchen Kriterien wird also aus dem gesamten beobachteten Weltgeschehen das ausgewählt, was massenmediale Verbreitung erfährt? Mehrere Forschungsansätze versuchen, darüber Aufschluss zu geben. Zwei davon sollen hier kurz vorgestellt werden.

Als erster Versuch, die Frage nach den Selektionsmechanismen der Massenmedien zu beantworten, gilt die **Gate-Keeper-Forschung**. Sie ging von der Annahme aus, dass in den massenmedialen Bearbeitungsprozessen von Nachrichten bestimmte Schlüsselstellen existieren, an welchen Selektion stattfindet. Eine Nachricht wird nur dann publiziert, wenn sie alle diese Schlüsselstellen passieren kann.<sup>7</sup> White (1950) und Snider (1967) vermuteten eine solche Schlüsselstelle der Selektion bei sogenannten ‚wire editors‘, die das eintreffende Agenturmaterial sichten und selektieren. Ihrer Überzeugung, dass die Selektionsentscheidungen der wire-editors durch hochgradig subjektive Werturteile beeinflusst würden, wurde jedoch durch Gieber (1956) widersprochen. Nach den Ergebnissen seiner Studie gingen die wire-editors eher mechanisch vor unter den Zwängen von Zeitdruck und medialer Kapazität und können somit nicht als Schlüsselfiguren des Selektionsprozesses von Nachrichten angesehen werden.

Auch wenn subjektive Einflüsse auf die Nachrichtenvermittlung vorhanden sind, müssen Selektionsmuster offenbar in einem größeren Zusammenhang betrachtet werden. Unter anderem verweist Joch-Robinson auf kybernetische Ansätze, die Nachrichtenredaktionen als dynamische Systeme mit Rückkopplungs- und Lernprozessen verstehen. Sie merkt außerdem an, „daß eher der institutionale Rahmen und weniger die psychologische Verfassung des Journalisten sein Gatekeeper-Verhalten am besten voraussagen kann“ (Joch-Robinson 1973: 351).

Ein weiter Ansatz, die **Nachrichtenwert-Theorie**, nimmt die Nachricht selbst in den Blick und sucht nach Faktoren, die positive Selektion und damit die Veröffentlichung begünstigen könnten.

---

<sup>7</sup> „Gatekeepers [...] are those decision makers who control the flow of news. Why they reject some stories and accept others has intrigued, confused and confounded many observers who have tried in many different ways to establish some means of predicting their behavior.“ (Snider 1967: 419)



“A ‚news factor‘ can be defined as a property of an event that increases its chance of becoming news.” (Øystein 1971: 222)

Galtung/Ruge (1970) entwickelten zwölf Faktoren<sup>8</sup>, die sozial, politisch, historisch, technisch und wahrnehmungspsychologisch begründet werden. Grundlegend vermuteten sie, dass mit steigender Ausprägung der Faktoren der Nachrichtenwert und damit die Chance auf eine Veröffentlichung der Nachricht steigt. Weiterhin entwickelten sie mehrere Hypothesen (Additivität, Komplementarität, Exklusion) darüber, wie das Zusammenwirken verschiedener Faktoren den Nachrichtenwert beeinflussen kann und konnten ihre Annahmen zum Teil empirisch belegen.

Aus konstruktivistischer Perspektive betrachtet Schulz (1990) die Nachrichten als „journalistische Hypothesen von Realität“ und den Nachrichtenwert als „journalistische Hilfskonstruktion zur Erleichterung der notwendigen Selektionsentscheidungen“ (Schulz 1990: 30). Seiner Meinung nach sind Nachrichtenfaktoren Zuschreibungen, die von journalistischen Beobachtern mit Wahrgenommenem verknüpft werden. Sie sagen nichts über Ereignisse aus, sondern sind Elemente der Konstruktion von Realität durch Journalisten und Medien. Schulz überprüft ausgewählte Faktoren in einer Studie und beschreibt den Realitätsentwurf der Medien wie folgt (vgl. Schulz 1990: 115ff):

- Die Medien konzentrieren einen erheblichen Teil ihrer Aufmerksamkeit auf eine überschaubare Zahl von Themen.
- Realität erscheint als einfach, eindeutig und klar konturiert.
- Einzelne, besonders herausgestellte Ereignisse sind komplex und mehrdimensional.
  - Personalisierte, nahe und/oder wertbesetzte Vorgänge genießen größere Aufmerksamkeit als abstrakte, ferne und/oder neutrale Ereignisse.

---

<sup>8</sup> F1: frequency, F2: threshold, F2.1: absolute intensity, F2.2: absolute intensity, F3: unambiguity, F4: meaningfulness, F4.1: cultural proximity, F4.2: relevance, F5: consonance, F5.1: predictability, F5.2: demand, F6: unexpectedness, F6.1: unpredictability, F6.2: scarcity, F7: continuity, F8: composition, F9: reference to élite nations, F10: reference to élite people, F11: reference to persons, F12: reference to something negative (Galtung/Ruge 1970: 270)

Diese Ansätze zeigen, dass massenmedial vermittelte Realität als Konstrukt wahrgenommen werden kann und dessen Entstehungsbedingungen kritisch betrachtet werden können.<sup>9</sup> Massenmedien sind „aktives Element im Definitionsprozess sozialer Wirklichkeit“ (Rhomberg 2009: 132). Diese speziellen Bedingungen und Prozesse der Massenmedien gestalten massenmediale Öffentlichkeit in entscheidender Weise und prägen damit die gesamte Öffentlichkeit. Vielfach wird Öffentlichkeit auch nur als massenmedial behandelt, weil ihr die größte gesellschaftliche Wirkungsmacht zugesprochen wird. Die Austauschbeziehungen zwischen Politik, Wirtschaft, Öffentlichkeit und Massenmedien legen dies nahe.

#### 2.1.4 *Öffentlichkeit nach Luhmann und Habermas*

Die verschiedensten Betrachtungen von Öffentlichkeit beziehen sich häufig auf grundlegende Vorstellungen, die auf die Ansätze von Luhmann und Habermas zurückgehen. Die Konzeption von Öffentlichkeit als gesellschaftliches Funktionssystem basiert auf der systemtheoretischen Perspektive von Niklas Luhmann. Eine Idealvorstellung und bestimmte normative Ansprüche finden sich bei Jürgen Habermas. Beide Ansätze sollen in Kürze vorgestellt werden.

Luhmann verdichtet die konstruktivistische Perspektive auf die Rolle der Massenmedien bei der Schaffung gesellschaftlicher Wirklichkeit wie folgt:

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien. [...] Andererseits wissen wir so viel über die Massenmedien, daß wir diesen Quellen nicht trauen können. Wir wehren uns mit einem Manipulationsverdacht, der aber nicht zu nennenswerten Konsequenzen führt, da das den Massenmedien entnommene Wissen sich wie von selbst zu einem selbstverstärkenden Gefüge zusammenschließt. Man wird alles Wissen mit dem Vorzeichen des Bezweifelbaren versehen – und trotzdem darauf aufbauen, daran anschließen müssen.“ (Luhmann 2004: 9f)

---

<sup>9</sup> Als weiterführender Ansatz ist die News-Bias-Forschung zu nennen, die nach den Ursachen für Unausgewogenheiten massenmedialer Berichterstattung fragt. (vgl. z.B. Kepplinger 1989: 199-220)

Nach Luhmann stellen Systeme Strukturen und Raum dar für die Bearbeitung gesellschaftlicher Probleme. Sie entstehen als Reaktion auf Probleme und begegnen der Komplexität ihrer Umwelt durch den Aufbau von Eigen-Komplexität. Öffentlichkeit ist bei Luhmann kein System im eigentlichen Sinne. Sie stellt sich vielmehr als der Bereich jenseits der jeweils eigenen Systemgrenze dar, in dem zwar feststeht, dass das System von außen beobachtet wird, wobei aber unklar bleibt auf welche Weise und durch wen. In diesem Bereich herrscht weiterhin Ungewissheit darüber, wer wie auf bestimmte Irritationen und Ereignisse reagieren wird. Um diese Unsicherheit zu reduzieren, stellt das System der Massenmedien eine „Repräsentation von Öffentlichkeit“ zur Verfügung. Dies ist ihre Funktion. (vgl. Luhmann 2004: 183ff)

So wird das Problem bearbeitet, wie die sich immer weiter ausdifferenzierenden und damit immer komplexer werdenden gesellschaftlichen Systeme miteinander in Kontakt treten können. Die Systemtheorie versteht Kontakt als Irritation oder Resonanz durch strukturelle Kopplung. Die Massenmedien selektieren die Irritationen aller Systeme, bearbeiten diese und stellen sie dann wieder so zur Verfügung, dass alle anderen Systeme daran anschließen können. Das System der Massenmedien bearbeitet die gesamtgesellschaftliche Komplexität und stellt das Produkt als Öffentlichkeit dar. Dies geschieht nach den eigenen strukturellen Bedingungen und Codes des massenmedialen Systems.

Als Funktionen werden die Beobachtung und Beschreibung der Gesellschaft sowie die Synchronisation gesellschaftlicher Prozesse gesehen.

„Die Massenmedien garantieren allen Funktionssystemen eine gesellschaftlich akzeptierte, auch den Individuen bekannte Gegenwart, von der sie ausgehen können, wenn es um die Selektion einer systemspezifischen Vergangenheit und um die Festlegung von für das System wichtigen Zukunftserwartungen geht.“ (Luhmann 2004: 176)

Normative Ansprüche können hier nicht gestellt werden. Luhmann zufolge bietet die Systemtheorie eine mögliche Beschreibung der Gesellschaft, aber nicht notwendigerweise die einzig richtige.

Habermas (Habermas 1969) wählt einen anderen Zugang und entwirft das Ideal der bürgerlichen Öffentlichkeit als eine unabhängige Sphäre freier Meinungs- und Willensbildung durch unbeschränkten Zugang zu rationalem und herrschaftsfreiem Diskurs.

(vgl. Rhomberg 2009: 62, Wimmer 2007: 71ff) Die bürgerliche Öffentlichkeit entsteht nach Habermas im Zusammenhang mit der Emanzipation des Bürgertums im 18. Jahrhundert. In dieser Sphäre wird von bisher absoluten Herrschaftsansprüchen eine Legitimation vor der öffentlichen Meinung gefordert. Merkmale der bürgerlichen Öffentlichkeit sind die vollständige Offenheit für Teilnehmer und Themen, die Reziprozität der Rollen und ein rationaler Diskurs. Diese Sphäre soll relevante Themen und Informationen bereitstellen, den öffentlichen Diskurs gewährleisten und zu rationaler Willensbildung führen. Ihre politische Funktion erfüllt sie, indem sie die gleichberechtigte Artikulation von Interessen und deren Abwägung im rationalen Diskurs sowie Kritik und Kontrolle der Herrschenden ermöglicht.

Von solchen annähernd idealen Formen freier Artikulation und kritischer Kontrolle entfernt sich die Öffentlichkeit nach Habermas jedoch schon Mitte des 19. Jahrhunderts wieder. Das kritische Potential der Öffentlichkeit wird geschwächt durch ihre Expansion, den zunehmenden Einfluss der Massenmedien und verstärkte Versuche der Durchsetzung partikularer Interessen. Die Sphäre des vormals freien Diskurses und der Gleichheit wird zunehmend von partikularen Interessen aus den Bereichen der Politik und der Wirtschaft bestimmt. Damit vollzieht sich eine Vermachtung der Öffentlichkeit und sie verliert ihre Funktion. Die Kommunikation zwischen Bürgern weicht der Verlautbarung von Interessen und massenmediale Kommunikation wird für deren Durchsetzung instrumentalisiert. (vgl. Wimmer 2007: 74ff) Die heutige Form von Öffentlichkeit beschreibt Habermas eher als Instrument der Herrschenden, denn eines der Beherrschten. Von den erwarteten Funktionen sieht er nur noch die Bereitstellung von Information erfüllt, wohingegen rationaler Diskurs und Willensbildung hier keinen Platz mehr hätten.

Das Konzept gesellschaftlicher Systeme findet Anwendung bei der Betrachtung von Öffentlichkeit auf der gesellschaftlichen Makro-Ebene. Dabei wird die strenge Logik der Systemtheorie Luhmanns jedoch meist zu Gunsten anderer Schwerpunkte suspendiert. Aus dem Ideal der bürgerlichen Öffentlichkeit nach Habermas werden meist die klare politische Funktion und gewisse normative Ansprüche übernommen. Besonders die politische Öffentlichkeit und ihre Funktion in der Gesellschaft stehen im Zentrum der folgenden Betrachtungen.

### 2.1.5 Politische Öffentlichkeit

Die meisten Ansätze konzentrieren sich auf die Betrachtung massenmedialer und politischer Öffentlichkeit, die im Verhältnis von Staat, Bürgern, Ökonomie und anderen Teilbereichen der Gesellschaft die zentrale Vermittlungsfunktion erfüllt. Dabei bleibt häufig unbestimmt, was genau unter politischer Öffentlichkeit zu verstehen ist und was nicht.

Eher weit gefasste Definitionen von Politik können als Grundlage der Begriffsbestimmung dienen:

„Heute umfasst der Begriff der Politik „jenes menschliche Handeln, das auf die Herstellung allgemein verbindlicher Regelungen und Entscheidungen in und zwischen Gruppen von Menschen abzielt.“ (Patzelt 1992: 321 zitiert in Mols 2001: 28)

„Politische sind all jene *öffentlichen* mit *Legitimität* verbundenen Entscheidungen, die Konsequenzen für eine *Vielzahl von Menschen* besitzen [...]. Politische Entscheidungen sind keine privaten Entscheidungen, sondern finden im *politischen System* statt oder werden in dieses getragen. (Patzelt 2003: 21-28 zitiert in Jahn 2006: 29)

Es geht also um Fragen und Angelegenheiten, die viele Menschen betreffen und die allgemein verbindlich entschieden werden sollen. Diese Entscheidungen sind vom privaten Bereich abzugrenzen, sie sollen öffentlich erfolgen oder öffentlich gemacht werden und müssen legitimiert sein. Damit dies gewährleistet werden kann, müssen sie im politischen System getroffen werden. Unter diesen Voraussetzungen kann Politik verstanden werden als der Prozess, in dem gesellschaftliche Ordnung verhandelt, gestaltet und aufrecht erhalten wird.<sup>10</sup> Die Definition verweist bereits auf die öffentliche Natur dieses Prozesses. Damit kann politische Öffentlichkeit verstanden werden als der Teil der Öffentlichkeit, in dem es um solche allgemein verbindlichen Entscheidungen geht, welche auf die Regelung gesellschaftlicher Angelegenheiten zielen. Dieser Teil der Öffentlichkeit weist einen engen Zusammenhang mit dem politischen System auf.

---

<sup>10</sup> Überwachung und Durchsetzung politischer Entscheidungen werden hier eingeschlossen. Auch die Ausübung der Staatsgewalt und staatlicher Autorität wird verhandelt und ist Gegenstand verbindlicher Entscheidungen.

Den Bereichen der Öffentlichkeit, die von der Definition des Politischen ausgeschlossen werden, wird in den meisten Ansätzen keine Beachtung geschenkt. So bleibt meist unklar, wie nicht-politische Öffentlichkeit zu beschreiben wäre und welche Bedeutung ihr zukommt. Auch wenn dies nicht Gegenstand dieser Arbeit ist, soll kurz auf die Problematik verwiesen werden. Häufig wird zwischen Information und Unterhaltung unterschieden, wobei unter Information die Vermittlung von Wissen verstanden wird, das zum großen Teil gesellschaftliche Angelegenheiten betrifft. Unterhaltung ist ein eher diffuser Begriff, unter dem alles gesammelt wird, was der Bedürfnisbefriedigung von Menschen dienen kann.

Diese Unterscheidung ist bei näherer Betrachtung nicht haltbar. Zwar suggerieren bestimmte Formate und Inhalte gewisse Schwerpunkte, doch sind fast immer Elemente der Unterhaltung und der Information gleichzeitig festzustellen. Auch wenn das Format der Nachrichtensendung klassischerweise begriffen wird als Informationssendung zu aktuellen Geschehnissen in den wichtigsten gesellschaftlichen Bereichen, sind narrative Strukturen feststellbar, die mit dem Ideal einer nüchternen und objektiven Berichterstattung nicht recht vereinbar scheinen.<sup>11</sup> Die Cultural Studies gelangen zu der Ansicht, dass die Unterscheidung zwischen Information und Unterhaltung mit den individuellen Erwartungen und Bedürfnissen des jeweiligen Rezipienten zusammenhängt und deshalb von diesem getroffen wird. Massenmediale Kommunikationsangebote werden dabei als Alltagsressourcen verstanden, die von verschiedenen Rezipienten in unterschiedlicher Weise genutzt werden. Diese beinhalten auch die Vermittlung des Geschehens in Bereichen der Musik, des Films, des Sports, der Mode, der Prominenz usw. Hier wird der Begriff ‚Popular Culture‘ verwendet an Stelle von Massenkultur und er soll als Gegensatz zu minoritärer und zu Hochkultur verstanden werden. (vgl. Hepp 2004: 44) Allerdings betrachten die Cultural Studies auch die Populärkultur im Zusammenhang mit Hegemonie. Ihre Ressourcen ermöglichen den Rezipienten zwar auch Bedeutungszuweisungen, die von denen der Hegemonie abweichen oder sogar widersprechen, trotzdem stützt die Nutzung dieser Ressourcen weiterhin die

---

<sup>11</sup> „Nachrichten sind nicht Wirklichkeit, sondern Geschichten über die Wirklichkeit, die nach vereinbarten Regeln erzählt werden. Glaubwürdigkeit wird den Fernsehnachrichten [...] durch die Konvention der Narration zugewiesen.“ (Lünenborg 2005: 157)

hegemonialen Strukturen.<sup>12</sup> Die Cultural Studies erfassen also Bereiche der Öffentlichkeit, die man intuitiv nicht als politisch betrachten würde, begreifen aber auch diese als Teil des gesellschaftlichen Machtgefüges.

Dieser Problematik ungeachtet steht hier weiterhin die politische Öffentlichkeit im Zentrum der Betrachtungen. Dabei werden im Folgenden ihre Funktionen untersucht.

### 2.1.6 *Öffentlichkeit als intermediäres System*

Gerhards/Neidhardt betrachten Öffentlichkeit als intermediäres Kommunikationssystem und integrieren in diesem Modell Aspekte aus den Ansätzen von Habermas und Luhmann. Im Zentrum des Interesses stehen dabei die Dimensionen der Struktur, der Akteure und der Funktion. (Gerhards/Neidhardt 1991)

In Anlehnung an die Systemtheorie wird Öffentlichkeit als Kommunikationssystem betrachtet, dessen Funktion darin besteht, Informationen, Themen und Meinungen zwischen dem politischen System und den Bürgern zu vermitteln. Es konstituiert sich durch die Selektion und Bearbeitung von Kommunikation über gesellschaftlich relevante Angelegenheiten. Das dabei entstehende Produkt ist die öffentliche Meinung, welche für Bürger und politisches System gleichermaßen Relevanz besitzt. Das Kommunikationssystem Öffentlichkeit zeichnet sich nach Gerhards/Neidhardt aus durch prinzipielle Offenheit allen Teilnehmern gegenüber, einer daraus folgenden Laienorientierung und massenmedialer Vermittlung von Kommunikation.

Die Vermittlung zwischen Bürgern und Staat sehen Gerhards und Neidhardt als politische Funktion der Öffentlichkeit. Zentral dabei ist die öffentliche Meinung, welche sich als Produkt des Kommunikationssystems Öffentlichkeit darstellt.

Unter Einbezug des Arenen-Modells und der verschiedenen Komplexitätsebenen von Öffentlichkeit wird hier die Vorstellung vieler verschiedenartiger und vernetzter Teilöffentlichkeiten (Arenen) betont. Die größte und komplexeste dieser Arenen ist die der

---

<sup>12</sup> „Popular Culture is made by the subordinated peoples in their own interest out of resources that also, serve the economic interests of the dominant. Popular Culture is made from within and below, not from without or above [...]“ (Fiske 1992: 2)

Massenmedien. Hier werden Themen und Meinungen aller anderen Arenen selektiert und Sprecher treten vor ein unüberschaubares Publikum. Gleichwohl weisen Gerhards/Neidhardt darauf hin, dass die Ebene der massenmedialen Öffentlichkeit, so beherrschend sie auch sein mag, nicht ohne die weniger komplexen Ebenen gedacht werden kann. (Wimmer 2007: 111) Den Schwerpunkt ihrer Betrachtungen legen sie dennoch auf die massenmediale Kommunikation.

In der Dimension der Akteure unterscheiden Gerhards/Neidhardt zwischen Medien, Sprechern und Publikum. Das Publikum der massenmedialen Arena ist unüberschaubar und fluktuiert ständig. Seine Existenz wird unterstellt, auch wenn Größe und Zusammensetzung nur ausschnittartig erfasst werden können. Diese Unterstellbarkeit eines Publikums ermöglicht die Struktur der massenmedialen Arena. Sowohl die Medien, wie auch die Sprecher beziehen sich aus unterschiedlichen Gründen auf das Publikum. Medien suchen die Aufmerksamkeit eines möglichst großen Publikums, um ihre Position als Vermittler in der massenmedialen Arena zu rechtfertigen und zu erhalten. Sprecher werben um Aufmerksamkeit für ihre Themen und um Zustimmung für ihre Standpunkte. Daraus ergibt sich nach Gerhards/Neidhardt (1991) die spezielle Form öffentlicher Kommunikation, die sich an den Bedingungen der Medien und den Erwartungen des Publikums orientieren muss, um erfolgreich sein zu können.

In dem Modell des intermediären Kommunikationssystems werden also systemtheoretische Vorstellungen mit dem Arenen-Modell verknüpft, wobei es um die Betrachtung politischer Öffentlichkeit geht. Unter massenmedialer Vermittlung von Kommunikation produziert das intermediäre Kommunikationssystem die öffentliche Meinung, welche zum zentralen Gegenstand wird. Die Funktionen von Öffentlichkeit werden in Anlehnung an kybernetische Prozess-Modelle entwickelt und mit normativen Ansprüchen belegt, die sich an den Vorstellungen von Habermas orientieren.



### 2.1.7 Die Funktion der Öffentlichkeit

Bezogen auf die Systemvorstellung von Öffentlichkeit und kybernetische Modelle werden die Prozesse Input, Throughput und Output unterschieden. Diesen Prozessen sind jeweils spezifische Funktionen zugeordnet, die als Bestandteile der politischen Funktion des intermediären Kommunikationssystems Öffentlichkeit verstanden werden sollen. (vgl. Wimmer 2007: 114ff)

Der **Input-Prozess** wird als Informationssammlung verstanden, welche offen sein soll für alle Themen und Akteure der gesellschaftlichen Umwelt und ihrer Systeme. Öffentlichkeit wird hier eine **Transparenzfunktion** zugewiesen. Dabei muss die notwendige Selektivität des Systems berücksichtigt werden. Es kann daher keine vollständige Offenheit für die Anregungen anderer Systeme geben.

„Die Transparenz beschreibt [...] Ausmaß und Art der Selektivität mit der ein Öffentlichkeitssystem arbeitet.“ (Wimmer 2007: 114)

Der **Throughput-Prozess** wird als Informationsverarbeitung begriffen. Dabei werden Informationen und Themen so zusammengefasst und strukturiert, dass sie für diskursive Auseinandersetzungen verwendbar sind. Wenn diese auch realisiert werden können, erfüllt Öffentlichkeit ihre **Validierungsfunktion**.

Der **Output-Prozess** wird als Informationsanwendung verstanden. Hier wird die Fokussierung von Information und die Generierung einer öffentlichen Meinung mit den Ziel politischer Entscheidungen erwartet. Damit wird die **Orientierungsfunktion** erfüllt.

Vom System Öffentlichkeit wird also erwartet, dass es Themen und Informationen sammelt, selektiert, für diskursive Auseinandersetzungen aufbereitet, diesen Raum gibt und deren Resultate als öffentliche Meinung sowohl dem Publikum, wie auch dem politischen System zur Verfügung stellt. Auf diese Weise würde die Öffentlichkeit ihre politische Funktion der Vermittlung zwischen Staat und Bürgern erfüllen. Anhand dieses Modells kann überprüft werden, in wie weit die empirische Öffentlichkeit den Funktionserwartungen gerecht wird. (Wimmer 2007: 119)

Verschiedene Faktoren legen nahe, daß die Transparenzfunktion von Öffentlichkeit nicht in idealer Weise erfüllt werden kann. Die Ansprüche der völligen Offenheit, der adäquaten Kapazität, der Gleichheit und der Reziprozität unterliegen in der realen Öffentlichkeit

bestimmten Beschränkungen. Selektion von Themen, Akteuren und Beiträgen ist für das System Öffentlichkeit notwendig, um die eigene Belastung zu kontrollieren. In einer immer komplexeren Gesellschaft steigt die Last der Selektion und der Relevanzprüfung von Themen und Beiträgen ständig. Weiterhin steht begrenzte Aufmerksamkeit und Kommunikationszeit einer wachsenden Zahl von Themen und potentiellen Sprechern gegenüber. Daraus entwickeln sich Asymmetrien. So bewirkt die Konkurrenz zwischen Sprechern eine Einschränkung der Offenheit der massenmedialen Arena. Sprecher, die sich durch Prominenz oder Prestige auszeichnen, erhalten mehr Zeit und Aufmerksamkeit und erzielen größere Reichweite in der massenmedialen Arena. Damit wächst auch ihr Einfluss auf den Diskurs. Außerdem entwickeln sich im Wettbewerb der Sprecher Strategien der Thematisierung und Überzeugung, die eher auf die Durchsetzung spezieller Interessen zielen, als auf einen rationalen Diskurs. Auf struktureller Ebene kann es zur Bildung von Informationsmonopolen kommen, wenn spezielles Wissen bestimmten Teilnehmern der Öffentlichkeit nicht zugänglich, nicht nachprüfbar oder nicht verständlich ist.

Die Bedingungen der massenmedialen Arena können so leicht zu Verzerrungen der Themenstruktur führen. Ansprüche an ideale Transparenz der Themen, vollständige Offenheit der Arena und absolute Gleichheit und Reziprozität der Sprecher sind nicht zu erfüllen.<sup>13</sup>

Auch der Prozess der Informationsverarbeitung weist Merkmale auf, die nicht dem Ideal der diskursiven Auseinandersetzung entsprechen. (Wimmer 2007: 121ff) Offenbar tritt das Diskursprinzip in den Hintergrund gegenüber Mustern der Verlautbarung ohne Dialogabsichten und Mustern der Agitation, die zwar den Dialog einschließen, jedoch ohne Verständigungsabsichten verlaufen. So erscheint Öffentlichkeit als „eine Diskursarena, die unter den Randbedingungen der Massenmedien operiert“ (Wimmer 2007: 122). Die massenmedialen Bedingungen werden dafür verantwortlich gemacht, dass der Prozess der Informationsverarbeitung eher von Strategien der Durchsetzung gekennzeichnet ist und nicht durch die diskursive Verständigung. Einseitige Darstellungen, symbolische Inhalte und Handlungen, Kompromisse anstelle von Lösungen und Manipulationsversuche

---

<sup>13</sup> Die sogenannten neuen Medien bieten andere Voraussetzungen und sind möglicherweise in der Lage, den Ansprüchen der Offenheit, Gleichheit und Reziprozität besser gerecht zu werden. Ihre Position, Funktion und Leistung im System der Öffentlichkeit sind allerdings noch umstritten.

verabschieden das Ideal der rationalen Willensbildung und machen Öffentlichkeit zu einer Arena der Durchsetzung von Interessen. So muss die Validierungsfunktion als nicht erfüllt angesehen werden.

Die Orientierungsfunktion erfüllt Öffentlichkeit dann, wenn sie Informationen und Positionen zu bestimmten Themen in Form der öffentlichen Meinung zusammenfasst und im Hinblick auf zu treffende politische Entscheidungen fokussieren kann. Als Produkt vorangegangener Diskurse dient die öffentliche Meinung sowohl dem politischen System als auch den Bürgern als Reflexionshorizont und Orientierung. Dabei entspricht die medial präsentierte öffentliche Meinung nicht zwingendermaßen der Bevölkerungsmeinung. Sie ist kein statistisches Aggregat von Einstellungen, sondern die vorherrschende Meinung zwischen Sprechern der öffentlichen Arena. Wimmer bezeichnet sie auch als „fiktionale öffentliche Meinung“. Durch diese Differenz sind Verzerrungen zu erwarten, die sich auf politische Entscheidungen auswirken können. Weiterhin wird darauf verwiesen, dass die tatsächliche politische Agenda nicht in vollem Umfang öffentlich diskutiert werden kann. Auch hier überwiegt die Darstellung von politischen Vorgängen mit Ereignischarakter oder sonstigen Merkmalen, die massenmediale Aufmerksamkeit begünstigen. So gibt es also politische Entscheidungsprozesse, zu denen keine öffentliche Meinung existiert. Damit kann auch die Orientierungsfunktion von der bestehenden massenmedialen Öffentlichkeit nicht erfüllt werden. (Wimmer 2007: 123)

Insgesamt kann also festgehalten werden, dass die empirische Öffentlichkeit den normativen Ansprüchen nicht gerecht werden kann und damit ihre (ebenfalls normativ gefasste) politische Funktion als nicht erfüllt gelten muss.

## 2.2 Gegenöffentlichkeit

### 2.2.1 Allgemeine Begriffsbestimmung

Der Begriff Gegenöffentlichkeit suggeriert eine Gegenposition zur dem in Kapitel 2.1 dargestellten Öffentlichkeitsbegriff und eröffnet damit die Unterscheidung zwischen einer dominierenden und einer alternativen Öffentlichkeit. Gegenentwürfe zur dominierenden Öffentlichkeit entstehen, wenn diese bestimmte Themen und Meinungen nicht in ausreichender Weise repräsentiert.

„Klassischerweise werden mit Gegenöffentlichkeit insbesondere die Organisations- und Kommunikationsformen all jener sozialen Akteure bezeichnet, die mit ihren Erfahrungen und Interessen aus der hegemonialen Öffentlichkeit ausgeschlossen bleiben.“ (Wimmer 2007: 162f)

Hier ist anzumerken, dass auch Gegenöffentlichkeit nicht monolithisch gedacht werden kann. Vielmehr ist von „marginalisierten Teilöffentlichkeiten“ (siehe Kapitel 2.2.2; Wimmer 2007: 174) auszugehen, die in der (massenmedialen) Öffentlichkeit ungenügend berücksichtigt werden. Für die Entstehung gegenöffentlicher Strukturen, Formen und Strategien ist dabei das subjektive Empfinden der Ausgrenzung zentral.

Nach Wimmer nimmt moderne Gegenöffentlichkeit ihren Anfang mit der Studentenbewegung der 1960er Jahre und der darauf folgenden Neuen Sozialen Bewegungen. Zwar lassen sich auch frühere Formen publizistischer Gegenthematisierung nachweisen<sup>14</sup>, Wimmer zielt jedoch auf eine engere Definition von Gegenöffentlichkeit ab.

Diese umreisst er unter Bezug auf die Komplexitätsebenen von Öffentlichkeit mit den Begriffen alternative Öffentlichkeiten, partizipatorische Öffentlichkeiten und Medienaktivismus (Wimmer 2007: 153ff), die im Folgenden vorgestellt werden.

---

<sup>14</sup> „Flugschriften der Reformatoren im 15. und 16. Jahrhundert oder die Kampfschriften der Arbeiterbewegung im 19. Jahrhundert“ (Wimmer 2007: 153)

### 2.2.2 *Marginalisierte Teilöffentlichkeiten*

Unter Bezug auf das Arenen-Modell (vgl. Kapitel 2.1.2) können verschiedene Teilöffentlichkeiten angenommen werden, die sich nicht nur im Hinblick auf die zentralen Themen und Diskurse unterscheiden, sondern in ihrem öffentlichen und gesellschaftlichen Einfluss.

„So bestehen in demokratischen Gesellschaften mehrere Teilöffentlichkeiten, die mit unterschiedlichen Zugangsbedingungen und thematischen Schwerpunkten sowie heterogener Wirkungsmacht ausgestattet sind [...]“ (Wimmer 2007: 182)

Die größte öffentliche Arena ist die der massenmedialen Vermittlung. Dort kann Einfluss auf die öffentliche Meinung und damit auf politische Entscheidungen genommen werden. Allerdings sind sowohl die Kapazitäten der Massenmedien für öffentliche Kommunikation als auch die Aufmerksamkeit des Publikums begrenzte und damit begehrte Ressourcen. Das bedeutet, dass Selektion nötig wird, und nicht alle Themen oder Sprecher hier Zugang erhalten können. Durch ein Zusammenwirken von Kapazitätsbeschränkungen, Formatvorgaben, Kriterien der Nachrichtenauswahl und Publikumserwartungen werden möglicherweise bestimmte Themen und Diskurse bevorzugt und andere ignoriert. So kann es zur Marginalisierung bestimmter Themen und Interessen kommen. Allerdings ist auch bewusste Ausgrenzung der Belange bestimmter Gruppen denkbar. Negt/Kluge (1972) sprechen unter Bezug auf das Konzept der bürgerlichen Öffentlichkeit von einem Blockierungszusammenhang. (vgl. auch Wimmer 2007: 175) Dabei werden in einer Klassengesellschaft die Erfahrungen und Interessen der Arbeiterschicht von öffentlicher Repräsentation weitgehend ausgeschlossen, um bürgerliche und kapitalistische Interessen nicht zu gefährden. Auch wenn man das zu Grunde gelegte Gesellschaftsbild nicht übernehmen will, besitzt die Perspektive Relevanz für die Betrachtung von Gegenöffentlichkeit. Kritik an der bestehenden Öffentlichkeit richtet sich häufig gegen vermutete Vermachtung und Manipulation. Mit dem Hegemonie-Begriff der Cultural Studies lässt sich die Marginalisierung bestimmter Interessen als Teil gesellschaftlicher Prozesse erfassen. Die Cultural Studies gehen davon aus, dass ein sozialer Zusammenhang immer von Machtverhältnissen geprägt ist, welche ihm die jeweilige Gestalt verleihen, und dass die soziale Macht ständig umkämpft ist. (Winter 1997: 47) Hegemonie als gesellschaftliche (soziale, kulturelle, wirtschaftliche etc.) Macht beruht dabei weniger auf der Ausübung von

Zwang als auf der Produktion von Bedeutungen und dem Erlangen von Zustimmung.<sup>15</sup> Zentrales Element in diesem Prozess ist der Diskurs, denn dort werden nach Ansicht der Cultural Studies Bedeutungen ausgehandelt.

„Moderne Machtausübung besteht im Wesentlichen aus effektiver Diskurskontrolle [...]. Macht versteckt sich in den organisatorischen Details der Diskursformation.“  
(Auer 1999: 237)

Demnach ist die Öffentlichkeit als Raum gesellschaftlicher Diskurse von Machtverhältnissen geprägt, die sich darauf auswirken, welchen Themen, Erfahrungen und Meinungen welche Bedeutungen zugewiesen werden. Hegemonie ist dabei als dynamischer Prozess der Aktualisierung von Bedeutungen zu verstehen und kann als ständiges Ringen um kulturelle und soziale Macht gesehen werden. Der Gegensatz zwischen vorherrschenden und marginalisierten Positionen erscheint hier als logischer Teil des Konzepts. Unter diesen Voraussetzungen kann also von einer hegemonialen Öffentlichkeit gesprochen werden, die sich als dominierend darstellt. Gegenöffentlichkeit umfasst dann die Positionen und Zusammenhänge, welche danach trachten, die herrschenden Machtverhältnisse zu beeinflussen und zu verändern. Außerdem muss Gegenöffentlichkeit dann als Teil der gesamten gesellschaftlichen Öffentlichkeit angesehen werden. Ein ‚Außerhalb‘ kann es nur in kompletter Isolation geben; ein solcher Kommunikationsraum wäre jedoch nicht mehr als öffentlich zu betrachten. Unter Gegenöffentlichkeit können also marginalisierte Teilöffentlichkeiten verstanden werden, deren Beschreibung sich an den bereits vorgestellten Modellen von Öffentlichkeit orientieren muss.

### 2.2.3 Strukturen der Gegenöffentlichkeit

Als Grundlage zur Beschreibung von Gegenöffentlichkeit dient wiederum die Unterscheidung dreier Komplexitätsebenen: (massen-)medial hergestellte Öffentlichkeit, Themen-zentrierte Öffentlichkeit und die Öffentlichkeit einfacher Interaktionszusammenhänge. Diese werden hier als Makro-, Meso- und Mikro-Ebene bezeichnet.

Als Gegenöffentlichkeit auf der **Makro-Ebene** werden „kritische Teilöffentlichkeiten definiert, die ihren als marginalisiert empfundenen Positionen [...] mit Hilfe von alternativen

---

<sup>15</sup> „The process by which consent is sought and won is called *hegemony*.“ (Hartley 1990: 59)

Medien und Aktionen innerhalb der massenmedialen Öffentlichkeit Gehör verschaffen möchten [...]“ (Wimmer 2007: 237). Damit verbunden sind auch Aktionen, die auf massenmediale Resonanz ausgerichtet sind.

Zentral für die Betrachtung der gegenöffentlichen Makro-Ebene sind mediale Strukturen und Strategien, die die darauf zielen, eine breite Öffentlichkeit zu erreichen und zu beeinflussen. Sie werden als alternative Medien bezeichnet, da sie sich als Option zu den etablierten Massenmedien betrachten. Ihr Ziel ist es, der eigenen Sichtweise Geltung im öffentlichen Diskurs zu verschaffen. Die mediale Verbreitung erweiterter oder abweichender Darstellungen von Ereignissen oder Themen wird als Gegenthematisierung bezeichnet. Daran ist die Hoffnung geknüpft, Wahrnehmungen und Einstellungen von Rezipienten zu verändern. Im sogenannten Megaphonmodell (vgl. auch Wimmer 2007: 158f) wird ein Zusammenhang hergestellt zwischen der Publikation bisher unterdrückter Informationen, der Einstellungsänderung von Rezipienten und verändertem politischen Handeln. Dieser Zusammenhang kann wirksam werden, ist jedoch nicht als Kausalkette zu betrachten. Es wird darauf hingewiesen, dass Informationen nur zu verändertem Verhalten führen, wenn diese mit bestimmten Handlungsmöglichkeiten verknüpft werden können. (autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe/Blissett/Brünzels 2001: 189ff) Trotzdem widmen sich gegenöffentliche Medien häufig der Publikation der „unterbliebenen Nachricht“ (Wimmer 2007: 159f). Im Zusammenhang damit steht eine kritische Perspektive auf die Kriterien und Mechanismen der Nachrichtenselektion in den Massenmedien. Nicht selten wird an dieser Stelle Manipulation und bewusste Ausgrenzung vermutet.

Ein Beispiel für Projekte der Gegenthematisierung und der Verbreitung unterbliebener Nachrichten ist das Internetangebot ‚projectcensored‘.<sup>16</sup>

„The mission of Project Censored is to teach students and the public about the role of a free press in a free society – and to tell the News That Didn’t Make the News and Why.“ (www.projectcensored.org 2010)

Das Projekt richtet sich gegen Zensur und Einflussnahme auf die journalistische Arbeit. Der subtilen und ständigen Verzerrung medialer Realität durch politische, ökonomische oder rechtliche Druckausübung soll Widerstand geleistet werden. Nach Ansicht der Begründer des Projektes haben Journalisten auf Grund begrenzter medialer Kapazitäten

<sup>16</sup> An diesem Vorbild orientiert sich die deutsch-sprachige Seite [www.nachrichtenaufklaerung.de](http://www.nachrichtenaufklaerung.de).

Selektionsentscheidungen zu treffen. Diese sollten sich jedoch nur an der Bedeutung einer Nachricht für die Öffentlichkeit orientieren und frei von anderen Einflüssen stattfinden können. Gegenthematisierung und die Publikation unterbliebener Nachrichten sind Strategien, die auf die Ergänzung und Veränderung hegemonialer und meist massenmedialer Öffentlichkeit zielen.

Die Kritik an der massenmedialen Öffentlichkeit bezieht sich unter anderem auf deren Strukturen und Produktionsweisen. Dazu werden in der Gegenöffentlichkeit Alternativen entworfen. Veränderte Schriftformen, Produktionsbedingungen und -formen kommen zur Anwendung, um sich von der hegemonialen Öffentlichkeit abzugrenzen sowie um Kritik und eigene Inhalte authentisch zu kommunizieren. (Wimmer 2007: 239) Authentizität soll erreicht werden, indem Betroffene direkt von ihren Erfahrungen berichten, ohne dass ihre Berichte von professionellen Sprechern oder Vermittlern überformt werden. Nur so könne sichergestellt werden, dass die jeweiligen gesellschaftlichen Verhältnisse und Bedürfnisse in adäquater Weise artikuliert werden. (Wimmer 2007: 155) Damit wird auch der Forderung nach emanzipativem Mediengebrauch Rechnung getragen. Mediale Strukturen sollen jedem die Möglichkeit bieten, zum Sprecher zu werden. Dezentralisierung, Selbstorganisation und Feedback-Prozesse sind weitere Elemente zur Schaffung wirklicher Alternativen zur hegemonialen und massenmedialen Öffentlichkeit. (Wimmer 2007: 172)

Besonders die sogenannten neuen Medien geraten hier in den Blick, weil sie diesen Forderungen am ehesten gerecht werden könnten. Ihnen kommt in der gegenöffentlichen Kommunikation ein immer größerer Stellenwert zu. Möglichkeiten der Vernetzung multimedialer Angebote, geringe Hierarchisierung und die Möglichkeit, vielen Sprechern Raum zu geben, schaffen ideale Bedingungen für Kommunikation abseits der Massenmedien. Diese kann auch für die Öffentlichkeit zur Ressource werden:

„Gegenöffentliche Internetauftritte können für die Gesellschaft den Platz eines Recherche- und Präsentationsmediums einnehmen und vermitteln gerade dadurch auch Wissen an die Öffentlichkeit weiter.“ (Wimmer 2007: 219)

Die neuen Medien bieten der gegenöffentlichen Kommunikation besondere Möglichkeiten, diese beinhalten aber auch die Gefahr einer Fragmentisierung kritischer Teilöffentlichkeiten.



Auf der **Meso-Ebene** „bezeichnet Gegenöffentlichkeit auch kollektive und dabei vor allem politische Lern- und Erfahrungsprozesse innerhalb alternativer Organisationszusammenhänge [...]“ (Wimmer 2007: 237).

Eine zentrale Rolle spielen dabei bewegungseigene Medien, die sich vorwiegend der internen Kommunikation widmen. Sie werden anders als die alternativen Medien auf der Meso-Ebene von Gegenöffentlichkeit verortet, weil sie häufig den Kern partizipatorischer Zusammenhänge bilden. Bewegungseigene Medien erfüllen organisatorische Funktionen und tragen zur Konstruktion und Stabilisierung bestimmter Identitäten bei, indem sie eine eigene Öffentlichkeit schaffen.

„Inhaltlich geschieht das hauptsächlich durch radikale politische Stellungnahmen und durch das Aufgreifen subkultureller Themen und Codes.“ (Wimmer 2007: 240)

Dabei stehen meist die Partizipation und der emanzipative Gebrauch von Medien im Vordergrund. In der Realität sind alternative und bewegungseigene Medien häufig nicht trennscharf zu unterscheiden, da meist vielfältige Überschneidungen in Bezug auf Akteure, Strukturen und Ressourcen bestehen. Ebenfalls auf der Meso-Ebene anzusiedeln sind alle Arten von Versammlungsöffentlichkeit wie z.B. Vorträge, Workshops, Infoläden und Demonstrationen. Die Formen sind hier sehr vielfältig und deshalb schwer zu systematisieren.

Als Beispiel für partizipatorische Öffentlichkeiten können Wohn- und Kulturprojekte der Hausbesetzerszene dienen.<sup>17</sup> Dort werden alternative Formen des Wohnens, Lebens und der Kultur praktiziert, die sich von der Gesellschaft abgrenzen wollen. Sie werden von ihren Mitgliedern als ‚Freiräume‘ bezeichnet, in denen die Regeln und Zwänge der Gesellschaft außer Kraft gesetzt und durch eigene Werte ersetzt werden. Die daraus entstehenden Öffentlichkeiten sind zum einen organisatorischer Natur, zum anderen wird auch versucht, Rezipienten zu erreichen, die nicht Teil des alternativen Zusammenhangs sind. Konzerte, Ausstellungen und andere Veranstaltungen stehen meist jedem Besucher offen und werden entsprechend öffentlich beworben. Solche alternativen Projekte sind immer wieder in ihrer Existenz bedroht, wenn Eigentümer die Räumung besetzter Häuser fordern. Um dies zu verhindern, wird häufig in breiterer Öffentlichkeit Unterstützung gesucht.

---

<sup>17</sup> Zum Beispiel das „Köpi“ in der Köpenicker Straße 137, Berlin Kreuzberg.

Auf der **Mikro-Ebene** wird Gegenöffentlichkeit von Wimmer als Medienaktivismus verstanden und damit als „die versuchten Einflussnahmen zumeist unorganisierter Aktivisten auf die massenmediale Öffentlichkeit [...]“ (Wimmer 2007: 237). Kennzeichnend sei hier der Projekt-Charakter von Aktivitäten, die zumeist auf Individuen oder kleine Gruppen ohne institutionelle Einbindung zurückgehen. Dabei sollte das Verständnis von Gegenöffentlichkeit auf der Mikro-Ebene erweitert und nicht nur im Hinblick auf Massenmedien und massenmediale Öffentlichkeit beschrieben werden. Verschiedene Kommunikationsformen (wie das Anbringen von Plakaten oder Aufklebern) zielen nicht auf (massen-)mediale, sondern auf die lokale Öffentlichkeit des allgemein zugänglichen Raumes. Zentral scheinen die Merkmale der Individualität und der alternativen und kreativen Form von Kommunikation, welche die massenmediale Öffentlichkeit nutzt, kritisiert oder bewusst umgeht.

Das Konzept der **Kommunikationsguerilla** kann zum Teil auf die Mikro-Ebene von Gegenöffentlichkeit bezogen werden. Im Zentrum steht hier eine „Strategie der Taktiken“, in der es darum geht, „in konkreten Situationen die taktische Alltagsbewältigung der Individuen aufzugreifen, sie bewusst zu machen [und] politisch wirksam zu artikulieren“ (autonome a.f.r.i.k.a. gruppe/Blisset/Brünzels 2001: 31). Dabei steht die Orientierung an konkreten Situationen im Vordergrund und weniger die (massen-)mediale Vermittlung oder Wirkung, auch wenn diese manchmal Teil bestimmter Kommunikationspraktiken sein kann. Der Ansatz geht von „kultureller Grammatik“ aus, die als System gesellschaftlicher Normen, Regeln, Konventionen und Bedeutungen zu verstehen ist. Die Anwendung dieser kulturellen Grammatik aktualisiert meist unbemerkt bestimmte gesellschaftliche Verhältnisse und hegemoniale Zusammenhänge. (autonome a.f.r.i.k.a. gruppe/Blisset/Brünzels 2001: 17)

„Wenn Kultur die gesamte Gesellschaft durchdringt, können Kultur und Politik nicht als getrennte Bereiche gesehen werden. Eine Veränderung kultureller Formen hat auch politische Implikationen.“ (autonome a.f.r.i.k.a. gruppe/Blisset/Brünzels 2001: 25)

Die Kommunikationsguerilla sehen es als ihre Aufgabe, die kulturelle Grammatik begreifbar zu machen und die durch sie getragenen Verhältnisse zu hinterfragen. Dabei setzen sie hauptsächlich auf die Formen der Irritation weil gewohnte und konventionalisierte Wahrnehmungen und Abläufe durch Störungen aufgebrochen und der kritischen Betrachtung zugänglich werden.

„Kommunikationsguerilla ist in dem Sinne demokratisch, daß sie die Bürgerinnen nicht nur mit irgendwelchen Aussagen konfrontiert, sondern die Widersprüche und Erfahrungen in deren eigenem Leben aufgreift und von da aus zum Weiterdenken und -handeln anregt. Konkrete Aktionen können den hegemonialen Konsens für Augenblicke ins Wanken bringen [...].“ (autonome a.f.r.i.k.a. gruppe/Blisset/Brünzels 2001: 8)

Die Aktionen der Kommunikationsguerilla sind als Taktiken zu verstehen, mit denen die kulturelle Grammatik für Momente außer Kraft gesetzt wird. Dabei ist man sich der Tatsache bewusst, dass Aktionen die Rezipienten nur erreichen, wenn sie mit deren Alltagswelt verknüpft werden können. Gesellschaftliche und politische Wirkung entsteht erst, wenn bestimmte Praktiken im kollektiven Bewusstsein verankert sind.

Ebenso wie bei der Beschreibung von Öffentlichkeit müssen auch die Komplexitätsebenen der Gegenöffentlichkeit als analytische Konstrukte begriffen werden, zwischen denen in der Realität vielfältige Wechselwirkungen und Vernetzungen bestehen und deren Grenzen fließend sind.

#### *2.2.4 Normative Ansprüche und Funktion von Gegenöffentlichkeit*

Ebenso wie an die Öffentlichkeit werden auch an Gegenöffentlichkeit bestimmte Funktionserwartungen gerichtet, die mit normativen Ansprüchen verknüpft sind. (Wimmer 2007: 154ff) Es wird erwartet, dass Gegenöffentlichkeit authentische und emanzipative Kommunikation ermöglicht und somit demokratiefördernd wirksam wird. Dabei werden sowohl rechts- wie auch linksextremistische Teilöffentlichkeiten von einem normativen Gegenöffentlichkeitsbegriff ausgeschlossen. Diese sind zwar häufig ähnlich strukturiert, richten sich aber gegen Demokratie und Emanzipation. (Wimmer 2007: 165f)

Kommunikation wird als authentisch und emanzipativ betrachtet, wenn jeder Bürger die Möglichkeit erhält, direkt über seine Erfahrungen zu berichten und seine Interessen zu artikulieren. Die massenmediale Kommunikation genügt diesen Ansprüchen nicht. Selektion, Bearbeitung und mögliche Verzerrung von Diskursen schaffen eine Öffentlichkeit, welche die Alltagswelt der meisten Rezipienten nicht repräsentiert und ihnen keine Möglichkeit bietet, aus der Publikumsrolle hervorzutreten. Deshalb müssten Zusammenhänge geschaffen werden, die authentische und emanzipative Kommunikation ermöglichen und Einfluss auf

die gesamtgesellschaftliche Öffentlichkeit ausüben können. Ausgangspunkt können verschiedene Entwürfe und Strukturen von Gegenöffentlichkeit sein, in denen professionelle mediale Produktionstechniken hinter integrativen und partizipativen Strukturen zurücktreten. Unter solchen Bedingungen kann Gegenöffentlichkeit demokratiefördernd wirken, indem sie einen Pluralismus der Perspektiven und Positionen ermöglicht und ihnen Geltung im öffentlichen Diskurs verschafft. Damit können hegemonialen Interessen die speziellen Erfahrungen und Bedürfnisse vieler sozialer Gruppen wirksam gegenüber gestellt werden. (Wimmer 2007: 155ff)

Negt/Kluge (1972) treiben diese Überlegungen ins Extrem und entwerfen das Ideal einer proletarischen Öffentlichkeit, welche die bürgerliche oder dominierende Öffentlichkeit nicht ergänzen, sondern ablösen soll. Gegenöffentlichkeit stellt in ihren Überlegungen lediglich eine Vorstufe dar, weil sie sich auch strukturell auf die hegemoniale (bürgerliche) Öffentlichkeit bezieht, die als Ausdruck und Forum kapitalistischer Interessen gesehen wird. Die proletarische Öffentlichkeit hingegen soll autonom und frei von hegemonialen und bürgerlichen Einflüssen sein und die Interessen und Erfahrungen des Proletariats vermitteln. Sie ist das Forum des Klassenkampfes, in dem sich das Proletariat von den kapitalistischen Produktionsinteressen emanzipiert. Dabei wird wiederum auf die neuen Medien verwiesen, die breite Partizipation an der Medienproduktion ermöglichen könnten. (Wimmer 2007: 176)

Aus normativer Sicht wird also von Gegenöffentlichkeit insgesamt erwartet, dass sie den Defiziten und Ausschlussmechanismen der dominierenden Öffentlichkeit begegnet. Durch Authentizität, Partizipation und Emanzipation in Bezug auf Artikulation, Medienproduktion und -Nutzung kann sie einen stärkenden Einfluss auf die liberale, repräsentative Demokratie ausüben, wenn sie in der Lage ist, in der gesamtgesellschaftlichen Öffentlichkeit Wirkung zu entfalten.

### 2.3 Öffentlicher Raum

Der öffentliche Raum als struktureller Bestandteil von Öffentlichkeit, speziell auf den Ebenen der Begegnungs- und Versammlungsöffentlichkeit, wurde bisher nicht betrachtet. Für die Einordnung von Graffiti im Allgemeinen und politischen Stencil-Graffiti im Besonderen (vgl. Kapitel 3) muss er als Kontext reflektiert werden.

Der öffentliche Raum als Infrastruktur hat drei grundlegende Funktionen: Er bietet Möglichkeiten

- der Mobilität,
- des Warenaustauschs und
- der Interaktion.

In sozialer Hinsicht hat er die Funktion „die Komplexität der Lebenswelt und der Lebensformen öffentlich sichtbar zu machen“ (Schäfers 2006: 153). Im öffentlichen Raum wird die Gemeinschaft, der ein Individuum angehört, sichtbar und reflektierbar. Es müssen Orte vorhanden sein, an denen soziale Identitäten und Widersprüche behandelt werden und ihren Ausdruck finden können. Dazu gehört auch, dass niemand aus dem öffentlichen Raum ausgeschlossen wird. Die Gestaltung des öffentlichen Raumes unterliegt weitgehend staatlicher Autorität.

In zunehmendem Maße üben aber auch private und ökonomische Interessen Einfluss auf die Gestaltung aus. Dabei können Strukturen entstehen, die keine Rücksicht auf die speziellen Interessen der Bevölkerung nehmen.

„[A]ls Verfallserscheinungen gelten – neben ästhetischen Brüchen und Unzulänglichkeiten – auch die fortschreitende soziale Fragmentierung des Stadtraums, vor allem aber seine Ökonomisierung und Kolonialisierung durch Konsumpraktiken sowie die Privatisierung vormals öffentlicher Güter [...].“(van den Berg 2007: 211)“

Im Zusammenhang mit der Errichtung von Einkaufszentren und Bürokomplexen werden Stadtbereiche häufig neu gegliedert und die soziale Funktion des öffentlichen Raumes dabei zum Teil außer Acht gelassen.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Als Beispiel aus Berlin kann das Projekt Media Spreebw. Die Protestaktionen dagegen angeführt werden (vgl. [www.ms-versenken.org](http://www.ms-versenken.org))

„Vormals traditionsreicher und veritabler öffentlicher Raum wird transformiert in uniformen privaten Raum. Nur gelegentlich wird dieser Prozess gestört durch Bürgerwiderstand und erfolgreiche Bürgerentscheide.“ (Simon 2007:162)

Schäfers spricht auch von der „Schließung öffentlicher Räume“ durch die „Einrichtung halböffentlicher Räume und die Okkupation öffentlicher Räume durch bestimmte Gruppen“ (Schäfers 2006: 159).<sup>19</sup> Hier wird unter anderem verwiesen auf das „Mall-Prinzip“ oder die Gentrifizierung bestimmter Stadtteile. (Simon 2007: 161; Schäfers 2006: 163ff) Solche Prozesse zerstören gewachsene Strukturen des öffentlichen Raumes und können zur Marginalisierung bestimmter sozialer Gruppen führen. Simon spricht von einer „Zurücksetzung des Sozialen hinter den Verwertungsgedanken“ bei der Um- und Ausgestaltung von Städten, in denen Standortfaktoren immer wichtiger werden. Ebenso vermutet er einen Bedeutungsverlust der Kommunikation im öffentlichen Raum gegenüber (massen-)medialer und elektronischer Kommunikation. (Simon 2007: 156ff) Allerdings entstehen auch neue Strategien der Nutzung und Aneignung öffentlicher Räume. Im Sportbereich finden sich viele Formen organisierter und auch individueller Betätigung (Stadt-Marathon, Skateboarding, Parcour). Zum Teil wird auch das Produzieren von Graffiti als Markierung und Aneignung öffentlicher Strukturen verstanden. (vgl. Simon 2007: 170)

In politischer Hinsicht muss der öffentliche Raum auch begriffen werden als „der historisch begründete Ort für die Herstellung von Öffentlichkeit im Sinne der Ermöglichung politischer Auseinandersetzung“ (Simon 2007: 156). Besonders für die Ebenen der Begegnungs- und Versammlungsöffentlichkeit spielt der öffentliche Raum eine wichtige Rolle. Deshalb wird weiterhin (vgl. Kapitel 3) zu klären sein, wie politische Stencil-Graffiti hier verortet werden können.

---

<sup>19</sup> „Zum Offenhalten städtischer Räume gehört auch, dass sie angstfrei genutzt und passiert werden können. Hier gibt es Entwicklungen, bei denen nicht rechtzeitig gegengesteuert wurde. Die nun mehr und mehr eingerichteten Video-Überwachungen öffentlicher Räume (halb-öffentlicher ohnehin) sind keine Abhilfe. Im Gegenteil: Sie zerstören das Element der von den Bürgern selbst wahrzunehmenden sozialen Kontrolle des öffentlichen Raumes und stärken letztlich staatlich kontrollierte Überwachungen“ (Schäfers 2006: 160).

### 3 Stencil-Graffiti

---

#### 3.1 Unautorisierte Zeichen im öffentlichen Raum

Der öffentliche Raum ist dominiert von den Zeichen des Staates und denen des ökonomischen Systems. Verkehrs- und Hinweisschilder dienen der Orientierung, Markennamen, Logos und Werbebotschaften sollen die Aufmerksamkeit potentieller Konsumenten erregen. Daneben finden sich begrenzte Zonen mit Hinweisen auf kulturelle Veranstaltungen und Flächen die für Kunstprojekte freigegeben sind. Individuelle und unabhängige Zeichenproduktion ist nicht vorgesehen, wird aber in bestimmten Bereichen zeitweise geduldet.

Als pauschaler Begriff für unautorisierte Zeichenproduktion wird häufig ‚Graffiti‘ verwendet, weil diese Form der Zeichen weite Bereiche des Stadtbildes optisch beherrscht. Seit 2005 kann Graffiti konsequent als Sachbeschädigung behandelt werden. Zuvor musste nachgewiesen werden, dass das Besprühen einer Sache deren Funktion oder Substanz beeinträchtigt. Nach den Zusätzen zu den Paragraphen 303 und 304 des Strafgesetzbuches (StGB) gilt das unbefugte, erhebliche und dauerhafte Verändern einer fremden Sache als Sachbeschädigung.<sup>20</sup> Graffiti wird kriminalisiert und zum Teil mit anderen Arten von Kriminalität in Zusammenhang gebracht. Die Sprüher selbst begehen zum Teil Delikte wie Diebstahl (von Sprühdosen), Einbruch (z. B. in Gelände von Verkehrsbetrieben) und Körperverletzung (gegen Polizei oder Wachdienste), die eng mit der Produktion von Graffiti verknüpft sind. Weiterhin existiert auch die Ansicht, dass die Existenz von Graffiti in bestimmten Zonen ein Klima der Unsicherheit schafft, welches kriminelle Delikte allgemein begünstigt. In diesem Zusammenhang wird behauptet, dass auf Graffiti Unordnung, Vandalismus, Einbruch, Raub und Weiteres folgen würden. Auf solcher Grundlage wurde in

---

<sup>20</sup> StGB § 303: „(1) Wer rechtswidrig eine fremde Sache beschädigt oder zerstört, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft. (2) Ebenso wird bestraft, wer unbefugt das Erscheinungsbild einer fremden Sache nicht nur unerheblich und nicht nur vorübergehend verändert. (3) Der Versuch ist strafbar.“ (vgl. <http://dejure.org> 2010) Der Paragraph 304 bezieht sich auf gemeinschaftliche Sachbeschädigung und wurde um den zitierten Abschnitt (2) ergänzt.

New York eine rigorose Politik der Entfernung von Graffiti und der Kriminalisierung der Sprüher vorangetrieben.

Graffiti, Street-Art und Stencil-Graffiti durchbrechen die Ordnung der autorisierten Zeichen, indem sie ungeachtet der Eigentumsverhältnisse fast überall zu finden sind.<sup>21</sup> Die Gesetzgebung schützt das Aussehen von juristischen „Sachen“ und spricht dem Eigentümer weitgehende Gestaltungsfreiheit zu.<sup>22</sup> Nicht zuletzt deshalb wird das eigenmächtige Umgestalten von fremdem Eigentum vielfach als Missachtung bestehender Normen und als Angriff auf die öffentliche Ordnung empfunden. Graffiti-Produzenten nehmen sich das Recht, in den geregelten Zusammenhang des öffentlichen Raumes einzugreifen. Indem sie ohne Autorisierung Zeichen produzieren, stellen sie geltende Regeln und Gesetze implizit in Frage.

„Die Frage der Verfügungsgewalt über den Raum stand seit jeher im Kontext allgemeiner Machtfragen.“ (Simon 2007: 162)

Auch wenn dies nicht reflektiertes Ziel von Graffiti-Produzenten sein muss, wird ihr Tun doch zum politischen Thema. Graffiti wird als Störung der öffentlichen Ordnung empfunden, vom Gesetz als Sachbeschädigung behandelt und als Problem an das politische System verwiesen, von dem wiederum Lösungsvorschläge erwartet werden. Jedes Graffiti als politischen Akt zu betrachten, ginge jedoch zu weit.<sup>23</sup> Um politische Stencil-Graffiti als Gegenstand dieser Arbeit zu erfassen, wird im Folgenden ein Überblick über die verschiedenen Formen von Graffiti gegeben, aus denen sich allgemeine Merkmale für die Betrachtung von Stencil-Graffiti ableiten lassen. Der Begriff Street-Art baut zum Teil darauf auf, ist jedoch als

---

<sup>21</sup> Offenbar existiert in verschiedenen Szenen der verbreitete Konsens, auf bestimmten historischen oder wichtigen Gebäuden (wie z.B. Kirchen) keine Werke zu produzieren. Allerdings kann vermutet werden, dass die Ansichten und Grundsätze eher aus gruppenspezifischen Zusammenhängen entspringen und sich mit der Zeit verändern. (vgl. Boese 2003: 16ff)

<sup>22</sup> In architektonischer Hinsicht verbittet sich der Gesetzgeber allerdings jegliche Verunstaltung des Straßen-, Orts- oder Landschaftsbildes. (vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung 2009: §9)

<sup>23</sup> Die Motivationen und Absichten der Graffiti-Produzenten sind zu vielfältig und teilweise zu unreflektiert, um hier grundlegend politische Absichten vermuten zu können. Außerdem basiert die Faszination von Graffiti weitgehend auf der illegalen Natur des Tuns, es sollte darum nicht als Forderung nach Legalisierung verstanden werden.



Zusammenhang speziellerer Formen zu betrachten, in dem Stencil-Graffiti verortet werden können.

## 3.2 Formen von Graffiti

### 3.2.1 Der Begriff Graffiti

Als Ursprünge des Begriffs Graffiti gelten die Verben ‚graphein‘ (griech.) und ‚graphire‘ (lat.), die schlicht ‚schreiben‘ bedeuten. (Stahl 1990: 5) Des Weiteren wird häufig auf den Begriff Sgraffito verwiesen, welcher im Italienischen eine „spezielle Kratzputztechnik zur Fassadengestaltung“ bezeichnet (Van Treeck 1998: 101. In der Archäologie wird der Ausdruck Graffito für bestimmte Zeichen am Boden antiker Vasen benutzt, die Auskunft über den Hersteller geben. (Metzger 1969: 33) Diese Begriffe verweisen auf das Anbringen, Kratzen oder Schreiben von Zeichen als Markierung oder Schmuckelement.

Heute ist unter Graffiti allgemein das (eigenmächtige) Anbringen von Zeichen an öffentlichen Orten zu verstehen. Der amerikanische Forscher Robert Reisner (1967) prägte den Begriff in einer Veröffentlichung über Toiletten-Inschriften, welcher von der Öffentlichkeit bereitwillig aufgenommen wurde. Die eigentliche Pluralform Graffiti (Singular: Graffito) wird heute auch zur Bezeichnung einzelner Werke benutzt. Einige Autoren verfolgen die Geschichte solch eigenmächtigen Schreibens zurück bis in die Zeit Pompejis, wo in Wände geritzte Botschaften nachgewiesen werden konnten. Zum Teil wird Graffiti auch mit steinzeitlichen Fels- und Höhlenzeichnungen in Frankreich und Australien in Zusammenhang gebracht. Ebenso sei hier verwiesen auf den Text „Mene mene tekeli u-parsin“, welcher in der biblischen Geschichte wie von Geisterhand (oder göttlicher Hand) auf der Wand erschien und den Untergang für König Belsazer und das babylonische Reich prophezeite.<sup>24</sup> (vgl. Van Treeck 1998: 168 und Neumann 1991: 23) Solchen Versuchen, die Ursprünge von Graffiti möglichst weit in die Vergangenheit zu rücken, kann kritisch begegnet werden. Eine Abgrenzung des Begriffs kann über das Merkmal der Eigenmächtigkeit der Zeichenproduktion erfolgen, die einer allgemeinen Autorität oder einem allgemein akzeptierten Zweck entgegensteht.

---

<sup>24</sup> Die entsprechende Geschichte befindet sich in: Die Bibel. Altes Testament. Der Prophet Daniel. 5. Belsazers Gastmahl.

Formen des eigenmächtigen und öffentlichen Schreibens sind unter anderem christliche Symbole in den Katakomben Roms, Erinnerungsritzungen an touristischen Sehenswürdigkeiten, Gaunerzinken, Kinderzeichnungen an Hauswänden, Zeichen auf Schultischen usw. Sie alle werden unter den Begriff Graffiti gesammelt. Der Gründer des Wiener Graffiti-Archivs, Norbert Siegl, versucht die gemeinsamen Merkmale der verschiedensten Formen so zu fassen:

„Graffiti (Einzahl Graffito) ist ein Oberbegriff für viele thematisch und gestalterisch unterschiedliche Erscheinungsformen. Die Gemeinsamkeit besteht darin, dass es sich um visuell wahrnehmbare Elemente handelt, welche „ungefragt“ und meist anonym, von Einzelpersonen oder Gruppen auf fremden oder in öffentlicher Verwaltung befindlichen Oberflächen angebracht werden.“

(Siegl 2010 zitiert unter <http://www.graffitieuropa.org> 2010)

Als zentral für den Begriff des Graffiti erscheinen die Merkmale der fehlenden Autorisierung, der Anonymität und der Öffentlichkeit. Das eigenmächtige Hinterlassen von Spuren und Zeichen im öffentlichen Raum wird intuitiv als Graffiti begriffen. Trotzdem gelingt es nicht, alle Formen, die als Graffiti bezeichnet werden, mit der allgemein gehaltenen Definition zu erfassen. So gelten allgemein alle künstlerischen Arbeiten, die mit Sprühdosen ausgeführt werden, als Graffiti, auch wenn sie autorisiert wurden oder in privatem Raum entstehen. Auf der anderen Seite begreifen Künstler, die speziell gestaltete Kacheln im öffentlichen Raum anbringen, ihr tun nicht als Graffiti, auch wenn es in die Definition Siegls passt.

Graffiti soll in dieser Arbeit als die unautorisierte Produktion visueller Zeichen im öffentlichen Raum begriffen werden. Damit werden die Merkmale der Eigenmächtigkeit der Produzenten, der visuellen Wahrnehmbarkeit und der Platzierung des Werkes im öffentlichen Raum als wesentlich angesehen. Um verschiedene Formen und Begriffe eigenmächtiger Zeichenproduktion im öffentlichen Raum gegeneinander abzugrenzen, werden im Folgenden die Begriffe Writing, Street-Art und Stencil-Graffiti betrachtet.

### 3.2.2 Writing

Das Writing, New York Graffiti oder auch American Graffiti entstand in den 1970er Jahren in den Metropolen der USA. (vgl. Van Treeck 1998: 11, 298) Weit verbreitet ist die Geschichte eines der ersten Writer mit dem Alias Taki183.<sup>25</sup> Als Bote in New York arbeitend, hinterließ er mit einem Stift überall sein Kürzel und dieses erlangte Bekanntheit, auch wenn er als Person vorerst anonym blieb. Als die New York Times im Juli 1971 einen Artikel über Demetrius alias Taki183 veröffentlichte<sup>26</sup>, hatte das taggen offenbar schon Nachahmer gefunden. Er selbst verwies auf einen gewissen Julio 204, von der er die Form übernommen haben wollte. Taki183 erlangte durch das massenhafte Anbringen seines *tags* Popularität, die durch den Zeitungsartikel noch gesteigert wurde. Damit wurde das Thema Graffiti als Phänomen einer Jugendkultur etabliert. Der Zusammenhang zwischen dem massenhaften Schreiben eines Alias und der Anerkennung unter Gleichgesinnten ist seither bestimmend für das Feld des Writing.

Eine neue Form des Writing entwickelte sich aus der Benutzung von Sprühdosen. Das grundlegende Prinzip dafür wurde schon 1927 von dem norwegischen Ingenieur Erik Andreas Rotheim patentiert. Allerdings machte Edward Seymour die Erfindung erst 1949 nutzbar, um damit Farbe zu versprühen. (vgl. inventors.about.com 2010) Unter Einsatz der Sprühdose entwickelten sich größere und komplexere Formen. Heute kann grundlegend zwischen *tags* (stilisiertes Alias, einfarbig unter Verwendung von Linien), *bombings* (großformatig und -flächig, eventuell mehrfarbig, Blockbuchstaben) und *pieces* (großflächig, mehrfarbig, kunstvoll) unterschieden werden. Beherrschend für diese Formen ist der Einsatz der Sprühdose, auch wenn für Tags alle Arten von Schreib- und Kratzgeräten vorkommen und Bombings mit Malerrollen und sogar mit farbgefüllten Feuerlöschern oder Gasflaschen produziert werden. Zentral bei allen Formen ist die Verbreitung des (gruppen-) eigenen Alias, um Anerkennung und Respekt in der Szene zu erlangen. Dies kann erreicht werden durch massenhaftes Anbringen von Schriftzügen, durch besonders kunstvolle Gestaltung oder durch das Schreiben an besonders gefährlichen und schwierigen Stellen. Häufig werden alle diese Möglichkeiten in Abhängigkeit von örtlichen Gegebenheiten genutzt.

---

<sup>25</sup> Reinecke verweist darauf, dass, obwohl die Entstehung des Graffiti in New York verortet wird, verschiedene Writer in anderen Städten aktiv waren. (Reinecke 2007:20)

<sup>26</sup> Der Artikel ist einsehbar unter [http://taki183.net/\\_pdf/taki\\_183\\_nytimes.pdf](http://taki183.net/_pdf/taki_183_nytimes.pdf).

### 3.2.3 Street-Art

Der Begriff Street-Art umfasst eine Vielzahl von Formen und Techniken der eigenmächtigen und öffentlichen Zeichenproduktion. Seit einigen Jahren hat sich die Bezeichnung gegenüber anderen Vorschlägen<sup>27</sup> durchgesetzt. Gleichwohl herrscht keine Einigkeit darüber, was der Begriff einschließt und wie das Verhältnis zum Kunst-Begriff und den Formen des Writing bestimmt werden soll. (Reinecke 2007:15) Street-Art als Oberbegriff, der sowohl das Writing als auch legale Formen von Kunst einbezieht, ist nicht akzeptiert. Versuche, Street-Art dem Begriff Graffiti unterzuordnen, scheitern an der Verschiedenartigkeit der Formen, der Zielsetzungen und des Selbstverständnisses. Street-Art als Post-Graffiti hingegen verweist auf einen Entwicklungszusammenhang und gesteht der Street-Art gewisse Unabhängigkeit gegenüber dem Graffiti zu. Doch diese Beziehung ist für die sich schnell und ständig verändernden Formen der Street-Art allenfalls von historischem Interesse. Die Begriffe stehen nebeneinander, auch wenn sie einige Gemeinsamkeiten und vielfältige Beziehungen aufweisen. Der Fokus der Bezeichnung Street-Art liegt auf urbaner Umgebung und ästhetischen Aspekten. Zur Abgrenzung von legalen und autorisierten Formen öffentlicher Zeichenproduktion, die anderen Entstehungsbedingungen unterliegen, wird die eigenmächtige Produktion von Werken hier weiter als zentral erachtet. Bei Reinecke findet sich auch der Begriff „autonomes Publizieren“ (Reinecke 2007: 15; 89), der inhaltliche, ästhetische und kommunikative Aspekte integriert, sich aber bisher nicht verbreitet hat. Street-Art dient also als Sammelbegriff für alle visuellen Produkte, die im öffentlichen Raum und ohne Autorisierung angebracht werden und die sich vom Writing im Hinblick auf Materialien, Ausführung oder Inhalt unterscheiden. Trotz der Vielfalt können einige Grundformen unterschieden werden:<sup>28</sup>

- **Zeichnungen** werden mit Schreib- oder Malwerkzeugen direkt auf eine Oberfläche aufgetragen.
- Das **Pasting** ähnelt dem Plakatieren, doch ist die Form des Trägermaterials (Papier, Tapete, o.Ä.) meist dem Motiv angepasst. Die Werke sind häufig unter Einsatz

---

<sup>27</sup> Andere Vorschläge waren „Post-Graffiti“ (Reinecke 2007: 15) oder auch die Unterordnung unter den allgemeinen Graffiti-Begriff.

<sup>28</sup> Ein Überblick über verschiedene Techniken und Formen mit Beispielen aus dem Berliner Raum findet sich auch bei Jakob (2009: 73ff).

verschiedenster Techniken kunstvoll gestaltet. Aufkleber können unter Umständen als eigenständige Form betrachtet werden.

- Als **Installation** ist das Anbringen von Objekten durch Kleben, Schrauben oder Nageln zu verstehen. Hier kommen auch Bildträger wie Fliesen oder Holzplatten zum Einsatz.

Zum Teil werden auch Objekte im öffentlichen Raum ohne Befestigung hinterlassen bzw. ausgesetzt.

- Unter **Stencil-Graffiti** sind Werke zu verstehen, die unter Benutzung einer Schablone durch Farbauftrag auf einer Oberfläche im öffentlichen Raum entstehen.

#### 3.2.4 Stencil-Graffiti

Stencil-Graffiti sind dem Bereich der Street-Art zuzuordnen und stellen eine bestimmte Technik der eigenmächtigen, öffentlichen Zeichenproduktion dar. Dazu wird eine Schablone erstellt, indem ein Motiv in ein bestimmtes Material (Karton, Folie, Holz etc.) geschnitten wird. Die Schablone wird auf eine Oberfläche gelegt und mit Farbe übermalt oder besprüht. Dabei gelangt nur an den ausgeschnittenen Bereichen Farbe durch die Schablone und auf den Untergrund. So entsteht das Motiv auf der Oberfläche.

Stencil-Graffiti werden für verschiedenste Zwecke eingesetzt. Sie sind bekannt als Mittel zur Bezeichnung von Säcken oder Kisten mit Waren oder auch militärischem Gerät. Die dazu benutzten Schriftarten sind im Hinblick auf das Anbringen mittels Schablone optimiert. Die breiten, reduzierten Buchstaben weisen Brücken auf, die jedoch die Lesbarkeit nicht beeinträchtigen. In der Öffentlichkeit findet man heute vielfach Markierungen auf provisorischen Verkehrszeichen, Absperrungen und Baugerät, die mittels Schablone und häufig auch mit der Sprühdose von Baufirmen angebracht worden sind, um Eigentum zu kennzeichnen.

Die Popularität der Stencil-Technik zur eigenmächtigen Zeichenproduktion im öffentlichen Raum nahm in den 1980er Jahren ihren Anfang. Als „Begründer der französischen Pochoir-Bewegung“ gilt Xavier Prou alias „Blek le Rat“. (Reinecke 2007:42) Seine Schablonenmotive in den Straßen von Paris gelten als der Beginn einer bis heute wachsenden Stencil-Szene. Eine weitere zentrale Figur der Street-Art- und Stencil-Szene ein Künstler mit dem Pseudonym ‚Banksy‘, dessen Identität bis heute nicht geklärt ist. Seine Werke verknüpfen

häufig gesellschaftskritische und politische Botschaften mit kunstvollen Motiven und spektakulären Aktionen und erzielen Resonanz sowohl in den Massenmedien als auch auf dem Kunstmarkt. (vgl. Reinecke 2007: 57; Banksy 2005) Besonders die politische Dimension vieler seiner Arbeiten verleiht diesen Relevanz über den Kontext von Kunst, Graffiti und Street-Art hinaus und kann in das Konzept der Kommunikationsguerilla eingeordnet werden. Beispiele dafür sind mehrere Motive auf der von Israel errichteten Grenzmauer zum Westjordanland oder die Erklärung einiger Wände zu offiziellen Graffiti-Zonen durch die Nachahmung amtlicher Symbole und Ausdrucksweisen. (vgl. Banksy 2005: 110ff; 53)

Stencil-Graffiti werden mittlerweile auch von der Werbeindustrie eingesetzt, zum Teil bieten Agenturen diese Art des Guerilla-Marketing offen an.<sup>29</sup> Dabei kommen häufig Techniken und Materialien zum Einsatz, die einfaches Entfernen von Botschaften ermöglichen, um rechtlich weniger angreifbar zu sein. Die Lebensdauer der Werbebotschaften ist dann begrenzt und das Vergehen der Sachbeschädigung weniger schwerwiegend. Auch das sogenannte ‚reverse-graffiti‘ wird verwendet, um Sachbeschädigung zu vermeiden. Dabei wird eine verschmutzte Oberfläche selektiv gereinigt, sodass die gewünschte Botschaft erscheint. Hierfür werden ebenfalls Schablonen eingesetzt. (vgl. www.promoductions.com 2010) Diese Mittel werden auch von nicht-professionellen Akteuren benutzt, um Werbebotschaften für Ereignisse wie Veranstaltungen oder Parties zu verbreiten. Stencil-Graffiti werden also zur Verbreitung verschiedenster Inhalte mit unterschiedlichsten Absichten verwendet. Die speziellen Merkmale der Kommunikation durch dieses Medium werden im Folgenden beschrieben.

### 3.3 Kommunikation mittels Stencil-Graffiti

Stencil-Graffiti kann als Medium betrachtet werden. Unter Medium wird hier der Zusammenhang von Kommunikationskanal, Zeichensystem und Zeichenproduktion begriffen. Stencil-Graffiti nutzen den Kanal visueller Kommunikation unter Verwendung schrift-sprachlicher und grafischer Zeichensysteme. Das Kommunikationsprodukt besteht in materieller Hinsicht aus Farbe, die sich auf einer öffentlichen Fläche befindet. Das

---

<sup>29</sup> Beispiel: Werbung für den Hersteller von Mobiltelefonen Nokia durch die Promoductions GmbH (vgl. www.promoductions.com 2010)

Kommunikationsangebot wird geformt durch die Verwendung des technischen Produktionsmittels ‚Schablone‘. Die Produktion selbst ist mit Druckverfahren vergleichbar. Damit kann das Stencil-Graffiti als sekundäres Medium gelten. (Vgl. Maltzke, Gerhard 1998: 53f) Zentral für die Abgrenzung zu anderen Formen und Medien ist, dass das eigentliche Kommunikationsprodukt erst im öffentlichen Raum entsteht und nicht, wie bei anderen Techniken, schon vorproduziert und im öffentlichen Raum nur platziert wird. Die Oberfläche, auf der das Kommunikationsangebot entsteht, ist materieller Bestandteil desselben und prägt es in formaler Hinsicht mit. Im Unterschied zum Writing sind Form und Inhalt eines Stencil-Graffiti schon produziert, sie liegen allerdings als Negativ vor. Das Motiv wird erst durch den Farbauftrag realisiert. Dieser spezielle Zusammenhang der Realisation (und nicht der Platzierung) eines Kommunikationsangebots auf einer öffentlichen Fläche wird hier als Medium verstanden.<sup>30</sup>

Bei der Kommunikation unter Verwendung des Mediums Stencil-Graffiti können drei Phasen unterschieden werden:

- Die **Vorbereitung des Kommunikationsangebots** umfasst die Erstellung einer Motiv-Vorlage, die Übertragung der Vorlage auf das Schablonenmaterial und die Herstellung der Schablone durch einen ‚Ausschneide‘-Prozess, der sich an der Motiv-Vorlage orientiert.
- Die **Realisation des Kommunikationsangebots** erfolgt durch Farbauftrag unter Einsatz der Schablone auf einer Fläche im öffentlichen Raum. Hier entsteht das eigentliche Kommunikationsangebot.
- Die **Rezeption des Kommunikationsangebots** kann nur am Ort seiner Realisation erfolgen. Da sich dieser Ort per Definition im öffentlichen Raum befindet, ist der Kreis potentieller Rezipienten unbegrenzt.

Die Kommunikation mittels Stencil-Graffiti kann als öffentlich, indirekt, einseitig und massenhaft beschrieben werden.<sup>31</sup> Diese Merkmale beschreiben den Normalfall, Ausnahmen

---

<sup>30</sup> Zum Teil wird auch vom Medium ‚Wand‘ gesprochen. Trägermaterialien von Zeichen mit bestimmten Eigenschaften als Medium zu bezeichnen, greift allerdings zu kurz.

<sup>31</sup> Die Kommunikation mittels Stencil-Graffiti kann auch als authentisch betrachtet werden, weil sich hier Personen auf individuelle Weise und frei von organisationalen und institutionellen Vorgaben oder

sind vorstellbar. Die öffentliche Platzierung eines Stencil-Graffiti macht jeden Passanten zum potentiellen Rezipienten. Das Publikum, welches sich diesem Kommunikationsangebot zuwendet, muss als unüberschaubar und dispers gelten. Durch die Wahl des Anbringungsortes kann der Produzent einen Einfluss – wenn auch einen geringen – auf die Zusammensetzung des Publikums ausüben.<sup>32</sup>

Die Kommunikation ist indirekt, weil die Kommunikationsteilnehmer gegenseitig anonym bleiben und eine zeitliche Differenz zwischen der Produktion des Kommunikationsangebots und der Rezeption desselben besteht. Grundlegend einseitig ist die Kommunikation, weil der Rezipient auf Grund zeitlicher Differenz und Anonymität meist nicht in der Lage ist, dem Produzenten zu antworten. Er ist allerdings in der Lage, auf das Kommunikationsangebot selbst zu reagieren: durch Entfernung, Beschädigung, Ergänzung oder Produktion eines eigenen Stencil-Graffiti. Dabei bleibt jedoch auch für diesen unklar, ob der erste Produzent zum Rezipienten wird. Das wechselseitige Hinterlassen von Botschaften ist vorstellbar, wurde jedoch nicht beobachtet. Die Kommunikation über Stencil-Graffiti kann als massenhaft beschrieben werden, weil sie sich durch ihre öffentliche Zugänglichkeit an ein unüberschaubares und disperses Publikum richtet. Allerdings muss die Reichweite von Stencil-Graffiti geringer eingeschätzt werden als die Reichweite konventioneller Massenmedien, auch wenn die Schablonentechnik vielfache Reproduktionen erlaubt.

Harding/Kunze/Oestrich (2006) bezeichnen Graffiti explizit als Massenkommunikation. In ihrer Studie wird Graffiti als öffentliche Kommunikation begriffen, die zwar ohne Autorisierung stattfindet, sich aber ähnlich wie Werbung an öffentlicher Wirksamkeit orientiert.

„Graffiti ermöglichen zum Niedrigpreis eine dauerhafte Präsenz im öffentlichen Raum, sei es zur Herstellung von Reputation oder zur Übermittlung einer Botschaft [...].“ (Harding/Kunze/Oestrich 2006: 22)

---

Anforderungen artikulieren können. Authentizität ist eine der normativen Vorstellungen von gegenöffentlicher Kommunikation.

<sup>32</sup> Durch die Platzierung eines Stencil-Graffiti an einer Schule, einer Szenekneipe oder einer S-Bahn-Station werden unterschiedliche Gruppen von Personen fokussiert, der Produzent hat jedoch keine Kontrolle und meist auch keine Rückmeldung darüber, wer sein Werk wahrnimmt.



Die Autoren überprüften in ihrer Untersuchung Zusammenhänge zwischen Menge und Art von Graffiti und den Bedingungen des Anbringungsortes im Hinblick auf Öffentlichkeitswirksamkeit und potentielltem Verfolgungsdruck. Dazu wurden 452 Hauswände im Stadtgebiet von Halle untersucht und 2489 Graffiti gezählt. Die Auswertung ergab, dass Wände mit hoher Öffentlichkeitswirkung vermehrt Graffiti aufweisen. Außerdem wurde festgestellt, dass sich auf eher exponierten Wänden (in Bezug auf die Menge der Passanten, Verkehr oder Anwohner) vermehrt einfache Formen von Graffiti finden. Komplexe und kunstvolle Werke wurden nur an Orten gefunden, wo die Gefahr einer Entdeckung des Sprüherers gering erscheint. Die Studie weist nach, dass die öffentlichkeitswirksame Platzierung eines Graffiti und die Gefahr der Entdeckung beim Sprühen wichtige Einflussfaktoren bei der Graffiti-Produktion sind.

„Graffiti tritt nicht willkürlich auf. Wie die Werbung so befindet sich auch Graffiti gehäuft an Orten, die von vielen Menschen gesehen werden können. Graffiti ist gerichtete Kommunikation, Empfänger ist die Öffentlichkeit. Graffiti ist also Massenkommunikation.“ (Harding/Kunze/Oestrich 2006: 27f)

Auch wenn Graffiti zum Teil nur von Mitgliedern der Szene gelesen oder dekodiert werden können, gelten dabei ähnliche Prinzipien, wie in anderen Bereichen öffentlicher Kommunikation: Aufmerksamkeit wird erlangt durch öffentlichkeitswirksame Platzierung und besondere Ausführung von Form, Farbe oder Größe. Die die zu befürchtende strafrechtliche Verfolgung auf Grund fehlender Autorisierung begrenzt dabei die Entfaltung im Hinblick auf Menge und Form. Unklar ist, ob Harding/Kunze/Oestrich in ihrer Studie auch Stencil-Graffiti berücksichtigt haben. Ihre Schlussfolgerungen scheinen aber prinzipiell auf alle Formen von Graffiti übertragbar zu sein.

Da Stencil-Graffiti sehr schnell angebracht werden können, ähnlich wie *tags* meist ein geringes Format besitzen und daher nur einen geringen Aufwand beim Sprühen erfordern<sup>33</sup>, wäre zu erwarten, dass sie auch an besonders öffentlichkeitswirksamen Orten im Sinne der Studie zu finden sind.

---

<sup>33</sup> Belegbar ist dies an den für diese Arbeit dokumentierten Stencil-Graffiti in Berlin. Diese sind meist einfarbig und das DIN-A4-Format wird nur selten überschritten. Die im Raum Berlin beobachteten *Tags* dagegen sind an kein Format gebunden und in der Regel größer ausgeführt als Stencil-Graffiti.

Können Stencil-Graffiti als öffentliche und massenhafte Kommunikation also auf der Öffentlichkeitsebene der massenmedialen Kommunikation verortet werden? Das mediale Produkt – das Kommunikationsangebot ‚Stencil-Graffiti‘ – ist im öffentlichen Raum ortsgebunden, ähnlich wie Wahlplakate oder andere Plakat-Kampagnen. Kommunikation kann nur an den speziellen Orten stattfinden, wo sich diese Medien befinden. Weiterhin ist anzunehmen, dass die Produzenten von Stencil-Graffiti mehrheitlich individuell und gegenseitig anonym agieren. Zwar gibt es Hinweise darauf, dass Stencil-Graffiti in einigen Fällen in organisierte Strukturen eingebunden sind und als Medium zur massenhaften Vermittlung bestimmter Inhalte dienen, dies kann jedoch nur in wenigen Fällen belegt werden.<sup>34</sup> Für die meisten Stencil-Graffiti muss daher angenommen werden, dass sie nicht auf organisatorische oder institutionelle Produktionszusammenhänge zurückzuführen sind. Die Kommunikation mittels Stencil-Graffiti ist also potentiell massenhaft, entspricht aber nicht dem Begriff von Massenmedien, der auf Presse, Rundfunk und Fernsehen angewandt wird. Möglicherweise können Stencil-Graffiti – gerade im Hinblick auf politische Inhalte – als Kommunikationsstrategie der Mikro-Ebene von Gegenöffentlichkeit zugeordnet werden. Diese Möglichkeit wird im nächsten Kapitel diskutiert.

### 3.4 Politische Stencil-Graffiti

Stencil-Graffiti wurden offenbar schon vor dem Beginn der künstlerischen Stencil-Bewegung zur Vermittlung politischer Inhalte benutzt. Einige Autoren verweisen auf faschistische Propaganda in Italien und Deutschland und auch Widerstandsbewegungen und -gruppen nutzten offenbar diese Form zur Artikulation von Protest. (vgl. Hainzl 2004: 86ff; Manco 2002: 9; Ganz 2004: 8)

MacPhee (2004) verweist auf Beispiele aus dem Südamerika der 1970er Jahre:

---

<sup>34</sup> Ein Beispiel dafür sind Internet-Angebote der ‚Antifa‘, auf denen zur Verbreitung verschiedener bereitgestellter Motive aufgefordert wird. (vgl. <http://aargb.blogspot.de> 2010) Einige der dort angebotenen Vorlagen stimmen mit realisierten Stencil-Graffiti in Berlin überein. Die weite Streuung verschiedener Versionen von Motiven lässt darauf schließen, dass die Vorlagen auch tatsächlich genutzt werden (z. B. Flaggen, White Pride, Antifa). Andernfalls könnte vermutet werden, dass der Produzent einer Vorlage möglicherweise auch der Einzige ist, der das spezielle Motiv verwendet.

„In Nicaragua, the stencil became popular in the 1970s as part of the campaign by Sandinista revolutionaries against the Somoza dictatorship.” (MacPhee 2004:13)

Beispiele für politisches Graffiti und politische Stencils in der jüngeren Geschichte finden sich im Rahmen des Konflikts im mexikanischen Oaxaca im Jahre 2006. Dem Protest gegen den Gouverneur des Bundesstaates wurde auch in Form von Wandbildern, Graffiti und Stencils Ausdruck verliehen. (vgl. Denham 2008: 180ff und Nevaer/Sendyk 2009)

Manco beschreibt die Möglichkeiten des Ausdrucks politischer Meinungen mittels Stencil-Graffiti wie folgt:

„The motivation for stencil makers is often a strong belief or message: for some it is a desire to make a statement of protest. Stencils are an effective medium for political graffiti, being easily reproduced and of a powerful graphic simplicity. They are an immediate commentary on current issues with the message literally and symbolically on the streets.” (Manco 2002: 60)

Politische Stencil-Graffiti werden begriffen als Mittel, die individuelle Meinung nicht nur zu veröffentlichen, sondern auch zu verbreiten. MacPhee geht noch spezieller auf den Protestcharakter solcher Botschaften ein und verweist auf typische Themen von Protestbewegungen:

“When you don’t see your beliefs reflected on television, in the newspapers or on billboards, stencils make it easy to show dissent and rejection and share it with the public. [...] Animal rights, anti-fascism, feminism, queer liberation, political prisoners, anti-capitalism, national liberation, police brutality, prison abolition are all issues popularly dealt with in stencils.” (MacPhee 2004: 62f)

Politische Motive werden häufig als eigene inhaltliche Gruppe im Feld Stencil-Graffiti wahrgenommen. MacPhee unternimmt den Versuch, bestimmte Kategorien zu unterscheiden und führt dabei politische Motive als eine Gruppe auf:

„A sharp eye should be able to find these four main types: (1) utilitarian (industrial/decorative), (2) anonymous, often cryptic, message or image, (3) political and (4) the traditional graffiti usage of ego markings. These types are in no way mutually exclusive.” (MacPhee 2004: 21)

Dabei betrachtet er die Kategorien eher als Orientierung, da diverse Mischformen möglich sind.

Eine Studie der „Leipziger Forschungsgruppe Soziales e.V.“ (vgl. 2007; 2008a, 2008b; 2009) orientierte sich an der Einteilung von MacPhee und erfasste unter anderem die Anteile der verschiedenen Gruppen an der Gesamtmenge der Funde im Untersuchungsgebiet.<sup>35</sup> Die Gruppe der politischen Stencil-Motive wurde mit einem Anteil von 12,6 Prozent gezählt.<sup>36</sup> Da die Werte der jeweiligen Erhebungszeitpunkte nur leichte Abweichungen zum Durchschnittswert zeigen, ist die Interpretation der zweiten Erhebung auf den Endstand übertragbar. Im Hinblick auf die Gruppe der politischen Inhalte wird hier vermerkt:

„Von einer engen Verknüpfung zwischen der Schablonentechnik und politisch motivierten Aktionen von Schablonengraffiti-Akteuren, die in der Literatur über Schablonenmotive wiederholt auftaucht [...], kann also zumindest für das untersuchte Gebiet immer weniger gesprochen werden.“ (Philipps 2008a: 5)

Die statistische Auswertung beruht auf Grundgesamtheiten von 489, 555 und 595 dokumentierten Funden während der einzelnen Erhebungszeitpunkte. Dabei wurden jedesmal alle angetroffenen Stencil-Motive erfasst. Es bleibt leider offen, welcher Anteil von politischen Inhalten als bedeutsam anzusehen wäre. Vergleichbare Daten sind bisher nicht erhoben bzw. publiziert worden. Vorherrschend im Bereich politischer Inhalte der Leipziger Studie sind offenbar „Themen wie Krieg und Atomkraft, also klassische Topoi (Frieden, Umwelt, Atomkraft, Menschenrechte) der Neuen Sozialen Bewegungen, oder rebellische Ausrufe anarchistischer Couleur gegen Hierarchien und Konsumzwang“ (Philipps 2008b: 11). Politische Stencil-Graffiti sind als inhaltliche Kategorie also bereits etabliert und werden heute hauptsächlich mit Protest in Verbindung gebracht. Sie sind Medium politischer Artikulation, die sich der Kontrolle durch gesellschaftliche oder staatliche Institutionen entzieht und im öffentlichen Raum stattfindet.

Fahlenbrach betrachtet die „Straße“ als Ort politischer Artikulation:

---

<sup>35</sup> An drei Zeitpunkten wurde Material in einem begrenzten (1,7 km x 1 km) Stadtgebiet von Leipzig erhoben.

<sup>36</sup> Durchschnittlicher Anteil an der untersuchten Grundgesamtheit aller drei Erhebungszeitpunkte. Weitere Werte: Kryptische Motive: 40,8% - Ego-Marking 44,3% - Werbung 2,3%. Dabei wurden alle Funde ausgewertet, die unter Einsatz einer Schablone produziert wurden. Es wurden neben direkt aufgetragenen Motiven auch solche erfasst, die sich auf Aufklebern oder anderen Materialien befanden, welche im öffentlichen Raum platziert wurden. Die durchschnittliche, prozentuale Verteilung stellt sich wie folgt dar: direkt aufgetragen: 43,6% - Aufkleber 53,2 %.

„Soziale Bewegungen, Protestbewegungen, Jugendbewegungen – sie alle haben die Straße als kulturellen ‚Aktionsraum‘ in unseren westlichen Gesellschaften entscheidend geprägt. Sie nutzen die Straße sowohl als Ort der performativen Vergewisserung geteilter Werte, Ziele und Weltansichten sowie als Ort der politischen und kulturellen Einflussnahme.“ (Fahlenbrach 2009: 98)

Protestbewegungen nutzen die Straße zur öffentlichkeitswirksamen Artikulation politischer Meinungen, denn hier haben sie die Möglichkeit, öffentliche Ordnung „performativ“ zu stören. (vgl. Fahlenbrach 2009: 98; 106) So erscheint es plausibel, dass Stencil-Graffiti von Protestbewegungen benutzt werden, um ihre politischen Interessen im öffentlichen Raum zu artikulieren. Diese bleiben so über den begrenzten Zeitraum von Aktionen und Versammlungsöffentlichkeiten hinaus wahrnehmbar.

Die bisherigen Betrachtungen lassen vermuten, dass sich politische Stencil-Graffiti als Medium gegenöffentlicher Kommunikation eignen, was wie folgt zusammengefasst werden kann:

- Die fehlende Autorisierung von Stencil-Graffiti und drohende Strafverfolgung machen es wahrscheinlich, dass etablierte politische Akteure von dieser Form der öffentlichen Kommunikation Abstand nehmen. Gesetzesverstöße und Störungen der öffentlichen Ordnung beschädigen ihre Glaubwürdigkeit und können Vertrauensverlust nach sich ziehen.

Deshalb ist zu vermuten, dass politische Stencil-Graffiti von Akteuren eingesetzt werden, die in der Nutzung dieses Mediums keine Gefahr für ihre Glaubwürdigkeit sehen.

- Die Kommunikation über Stencil-Graffiti hat eine vergleichsweise geringe Reichweite. Sie ist ortsgebunden und das Publikum nicht einzuschätzen.
- Von etablierten politischen Akteuren kann angenommen werden, dass sie massenmedialen Zugang haben und dessen Möglichkeiten denen der Kommunikation über Stencil-Graffiti vorziehen. So kann vermutet werden, dass das Medium Stencil-Graffiti hauptsächlich von Akteuren ohne massenmedialen Zugang genutzt wird.

- Da der Staat die Zeichen im öffentlichen Raum autorisiert und kontrolliert, ist es sehr wahrscheinlich, dass Botschaften des Protests und des Widerstands illegal angebracht werden. Es wurde ausführlich auf den Einsatz von Stencil-Graffiti im Zusammenhang mit politischen Protesten gegen staatliche Unterdrückung verwiesen.<sup>37</sup>

Die aufgeführten Punkte umreißen die Vermutung, dass politische Stencil-Graffiti für gegenöffentliche Kommunikation prädestiniert sind. Um festzustellen, ob diese Vermutung zutrifft, müssen die Inhalte, Themen und Positionen untersucht werden, was im Folgenden in einer qualitativen Analyse anhand von Stencil-Graffiti aus dem Raum Berlin durchgeführt wird.

---

<sup>37</sup> Offenbar wurden Stencil-Graffiti auch zur Verbreitung von staatlicher Propaganda benutzt. Sie sind dann aber vom Staat autorisiert und nicht als Graffiti im engeren Sinne anzusehen.

## 4 Ergebnisse einer Erhebung politischer Stencil-Graffiti in Berlin

---

### 4.1 Methodisches Vorgehen

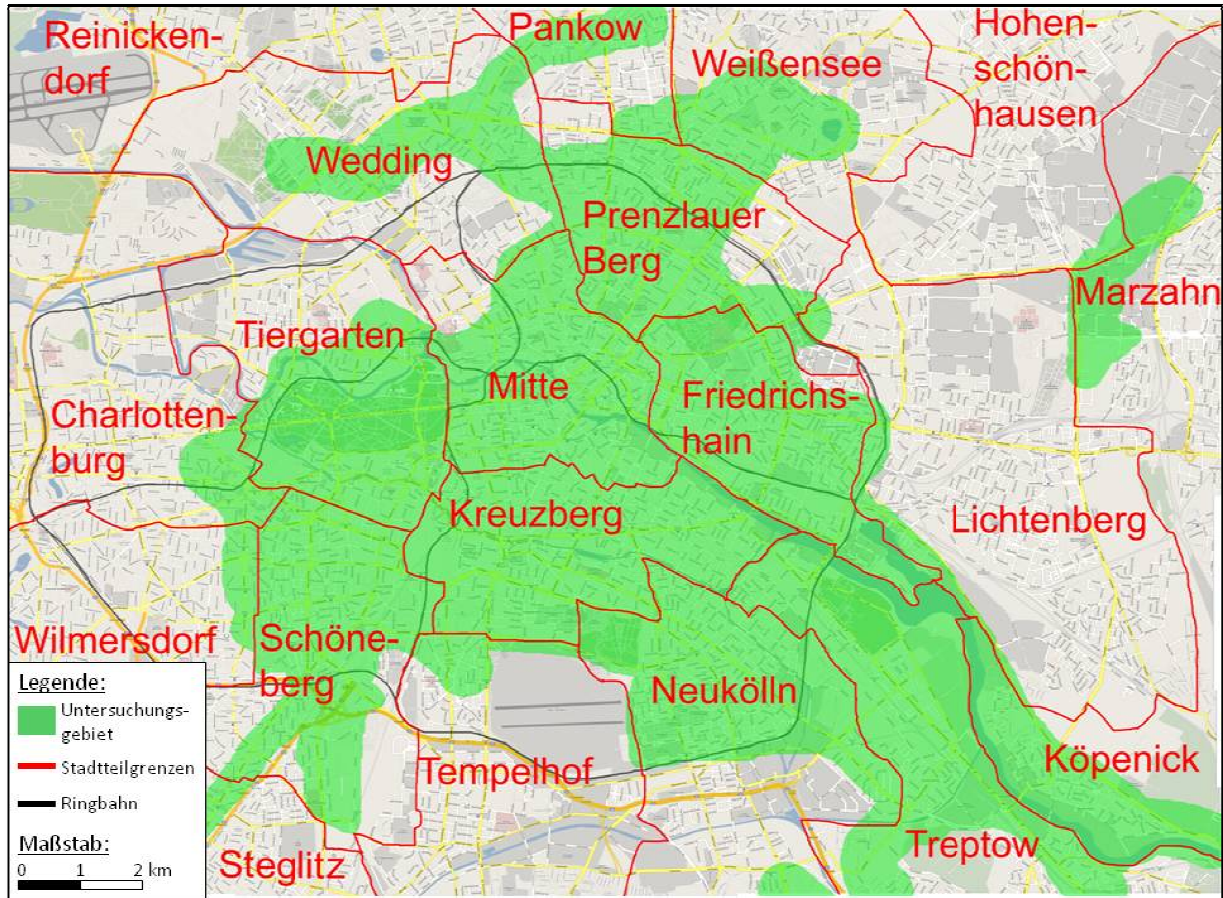
#### 4.1.1 Erhebung des Datenmaterials

Das Material dieser Untersuchung wurde im Stadtgebiet von Berlin erhoben.

Grundsätzlich wurde der Bewegungsbereich des Autors im Hinblick auf Stencil-Graffiti erforscht und zusätzlich bewusst erweitert. Einige Stadtgebiete wurden aufgesucht, weil dort entweder besonders viele oder besonders wenige Stencil-Graffiti vermutet wurden. So wurde z. B. die Rigaer Straße in Friedrichshain besucht, da im Umfeld besetzter Häuser Graffiti, Street-Art und Stencil-Graffiti vermutet werden können. Ebenso wurden bewusst die Stadtteile Köpenick, Zehlendorf und Marzahn aufgesucht, weil dort weniger Stencil-Graffiti vermutet wurden. Aus den Beobachtungen bei der Datenerhebung lässt sich ableiten, dass Stencil-Graffiti vermehrt in Bereichen anzutreffen sind, in denen sich kulturelle Angebote wie Bars, Clubs und Konzerträume konzentrieren. In reinen Wohngebieten finden sich dagegen tendenziell weniger Stencil-Graffiti.

In Abbildung 1 ist das Untersuchungsgebiet dargestellt.

Abbildung 1: Karte des Untersuchungsgebietes



Quelle: Eigene Darstellung

Dabei ist anzumerken, dass die Datenerhebung nicht systematisch, sondern eher zufällig erfolgte. Es ist wahrscheinlich, dass einige Straßen nicht oder nur teilweise begangen wurden.<sup>38</sup>

Der Zeitraum der Erhebung erstreckte sich zwischen dem 03.09.2007 und dem 23.01.2010, dabei wurden an 33 Tagen Daten gesammelt.

Alle angetroffenen, verschiedenartigen Stencil-Graffiti-Motive wurden fotografisch aufgenommen. Die Wahl des Bildausschnitts orientierte sich an Erkennbarkeit und

<sup>38</sup> Eine genaue und systematische Dokumentation der untersuchten Straßen liegt nicht vor. Allerdings wird mit einiger Sicherheit angenommen, dass das erhobene Material einen repräsentativen Querschnitt darstellt im Hinblick auf den Anteil politischer Motive und deren Inhalte. Diese Annahme gilt jedoch nur für den Untersuchungszeitraum, da sich das Feld der Stencil-Graffiti in ständiger Veränderung befindet und immer wieder auf aktuelle (politische) Entwicklungen reagiert wird.



Lesbarkeit des erfassten Motivs. Außerdem wurde sowohl der Fundort durch die Erfassung des Straßennamens als auch der Zeitpunkt der Aufnahme dokumentiert.

Auf eine genauere Bestimmung des Fundortes durch Hausnummern oder weitere Beschreibung wurde verzichtet, da eine Erhebung solcher Daten einen erheblich höheren Aufwand bedeutet hätte und diese für das Ziel der Untersuchung nicht relevant erschienen. Ebenso wurde darauf verzichtet, mehrfache Ausführungen desselben Motivs zu erfassen.<sup>39</sup> Diese Einschränkungen wurden gemacht, um die Erhebung und Auswertung des Materials durch eine Person leisten zu können.

Das dokumentierte Material besteht aus 608 individuellen Motiven ohne die Berücksichtigung von Reproduktionen. Bei der Bereinigung des Datensatzes wurden außerdem alle Aufnahmen entfernt, die als autorisierte Zeichen identifiziert werden konnten.<sup>40</sup> Der bereinigte Datensatz enthält also nicht die Menge aller angetroffener Stencil-Graffiti im Untersuchungsgebiet, sondern die Menge aller verschiedenartiger Stencil-Graffiti, die als nicht-autorisiert gelten können. Die Analyse des Datensatzes und die daraus zu ziehenden Schlüsse müssen unter diesem Gesichtspunkt betrachtet werden.

#### 4.1.2 Auswertung des Datenmaterials

Um politische Stencil-Graffiti betrachten zu können, müssen sie aus der Gesamtmenge der erhobenen Daten herausgefiltert werden.

Dazu wird hier eine weit gefasste Definition von Politik zu Grunde gelegt (vgl. Kapitel 2.1.5):

*Politik ist der Prozess, welcher allgemein verbindliche und legitimierte Entscheidungen zum Ziel hat, auf deren Grundlage gesellschaftliche Ordnung gestaltet wird.*

---

<sup>39</sup> Die Erfassung jedes einzelnen Stencil-Graffiti hätte den Umfang des Materials wahrscheinlich mehr als verdoppelt. Auf Grundlage einer solchen Datenerhebung könnte die Anzahl von Reproduktionen und die Verbreitung bestimmter Motive ermittelt werden. Damit ließen sich unter anderem Erkenntnisse über den Tätigkeitsbereich bestimmter Produzenten gewinnen. Auch könnten bestimmte Motive oder auch Themen in Bezug auf ihre Verbreitung und damit auf mögliche öffentliche Wirkung verglichen werden. Solche Betrachtungen könnten Bestandteil weiterer Studien sein.

<sup>40</sup> Dies sind hauptsächlich Zeichen von Baufirmen oder Verleihern von Geräten, die ihr Material mit Stencil-Graffiti kennzeichnen.

*Politisch sind alle Inhalte zu nennen, die die Gestaltung gesellschaftlicher Ordnung auf lokaler, regionaler, nationaler oder globaler Ebene betreffen. Das sind alle Themen, Fragen und Probleme, die entweder schon im politischen System behandelt werden oder die an das politische System verwiesen werden.*

Die Identifikation politischer Inhalte stützte sich auf bestimmte Indikatoren:

- **Symbole** und **Abkürzungen** für politische Ideologien, Organisationen, Gruppen und Ereignisse (z.B. Hakenkreuz, Anarchisten-„A“, Antifa, G8)
- **Namen** oder **Portraits** politischer Akteure (z.B. Wolfgang Schäuble, Che Guevara, Mahatma Gandhi)
- **Begriffe**, die auf politische Ideologien, Themen oder Ereignisse verweisen (z.B. Kapitalismus, Faschismus, Nazi, Abschiebung, Wiedervereinigung)

Diese Arten von Merkmalen wurden als Leitfaden verstanden. Damit auch Motive erfasst werden konnten, die keine solchen Merkmale aufweisen, beruhte diese erste Unterscheidung auf der Interpretation aller grafischen und textlichen Elemente eines Motivs.

Um dabei Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten, wurden Texte notiert und grafische Elemente kurz und neutral beschrieben. (vgl. Anhang 2, Datentabelle)

Auf dieser Grundlage wurden alle Motive ermittelt, die einen politischen Bezug erkennen ließen. Zweifelhafte Fälle wurden gesondert gruppiert und werden nach der Analyse der politischen Motive erneut betrachtet.

Das Ziel der Untersuchung ist die Darstellung der Themenstruktur des Materials. Diese muss in gewisser Weise als von den Motiven losgelöst betrachtet werden. Sie ist weniger ein Raster für die Zuordnung von Motiven, sondern eher ein Gliederungs- und Beschreibungsversuch der Inhalte der hier erfassten Motive in ihrer Gesamtheit.

Diesem Ziel liegt die Annahme zu Grunde, dass die Produzenten politischer Stencil-Graffiti eher unorganisiert und individuell agieren und daher eine große Vielfalt von Inhalten und Ausdrucksformen zu erwarten ist. In Anbetracht der Fallzahl könnte eine Beschreibung und Kategorisierung konkreter Formen das Material fragmentisieren und den Erkenntnisgewinn

im Hinblick auf das Konzept der Gegenöffentlichkeit reduzieren. Deshalb wird hier versucht, durch einen gewissen Grad der Abstraktion die inhaltliche Ebene in den Blick zu nehmen.

Mit dem Ziel, die Gesamtheit der Themen zu erfassen, werden inhaltliche Kategorien induktiv aus dem Material entwickelt. Grundlage dafür sind die textlichen und grafischen Bestandteile der politischen Stencil-Motive. Aus diesem werden die Themen ermittelt und gesammelt. Als Thema wird der ‚Gegenstand‘ eines Kommunikationsangebots begriffen, über den etwas ausgesagt wird oder zu dem Position bezogen wird.<sup>41</sup> Dabei wurde allerdings nicht streng linguistisch vorgegangen. Zum einen, weil die Linguistik bisher kein Verfahren zur eindeutigen ‚Destillation‘ von Themen aus Texten anbietet (vgl. Linke/Nussbaumer/Portmann 2001: 237), zum anderen, weil auch Bilder und grafische Darstellungen berücksichtigt werden müssen. Die ermittelten Gegenstände werden gruppiert und strukturiert, um Oberbegriffe bilden zu können. Diese Begriffe sind als thematische Kategorien zu betrachten und bilden die Grundlage der weiteren Untersuchung. Im Hinblick auf das weitere Erkenntnisinteresse müssen sie wertfrei formuliert werden und ein eher geringes Abstraktionsniveau aufweisen.

Im zweiten Schritt werden für jedes Motiv die entsprechenden Gegenstände mit den zuvor gebildeten Begriffen bezeichnet und die dazu ausgedrückten Positionen bestimmt.

Dabei wird binär zwischen den Positionen Zustimmung und Ablehnung unterschieden, die als ‚pro‘ und ‚contra‘ zu codieren sind. Diese Unterscheidung orientiert sich nur bedingt an der sprachlichen ‚Oberflächenstruktur‘. Textelemente wie ‚für‘, ‚ja‘, ‚no‘, oder ‚fuck‘ können hier Anhaltspunkte bieten, sie sind allerdings wiederum im Kontext des gesamten Motivs zu interpretieren. Die Unterscheidung in Pro- und Contra-Positionen bezieht sich auf die semantische Tiefenstruktur der Motive. Nicht die sprachlichen und grafischen Ausdrucksformen stehen hier im Vordergrund, sondern die tatsächlich bezogene Position.

---

<sup>41</sup> Dies erfolgt in Anlehnung an das Thema-Rhema-Schema aus der Textlinguistik: „Das Thema [...] ist der Kerninhalt, der auch bei radikaler Kürzung eines Textes nicht verloren gehen darf und den wir meinen, wenn wir danach fragen, wovon ein Text ‚handle‘.“ (Vgl. Linke/Nussbaumer/Portmann 2001: 237)

Der Aufruf zu Protest- oder Widerstandsaktionen ist der ‚Oberflächenstruktur‘ folgend eine affirmative Botschaft. Im Hinblick auf den vorher bestimmten Gegenstand der Aussage, den thematischen Kern, drückt das Motiv jedoch Ablehnung aus.

Außerdem ist zu berücksichtigen, dass in einem Motiv mehrere Gegenstände und Positionen ausgedrückt werden können. Diese sind entsprechend zu trennen und zu markieren. Vorstellbar sind weiterhin Motive, in denen die Positionierung zu einem Thema durch Ironie oder andere Stilmittel erreicht wird, oder deren Interpretation spezielles Wissen voraussetzt. Solche Varianten der indirekten Positionierung müssen möglicherweise diskutiert werden. Darstellungen ohne weitere konkretisierende Elemente werden als positiv bewertet verstanden.

In einem dritten Analyseschritt wird untersucht, in wie weit sich die politischen Stencil-Graffiti besonderer drastischer Ausdrucksmittel bedienen. Als drastisch wird die Aufforderung zu oder die Darstellung von Gewalt und Zerstörung betrachtet. Beides ist unter dem Begriff ‚Gewalt‘ zusammengefasst. Das Vorkommen von Invektiven (Beleidigungen, Schmähungen) ist im Bereich politischer Stencil-Graffiti auf Grund der Abwesenheit von Regeln und Saktionsmöglichkeiten erwartbar, sie werden deshalb nicht als drastische Ausdrucksform angesehen. Ebenso werden Darstellungen von Waffen nicht als Gewalt betrachtet, sofern unklar bleibt, gegen wen sie eingesetzt werden sollen. Betrachtet werden sowohl textliche, als auch grafische Darstellungen. Beispiele von Gewalt sind ‚wegtreten‘, oder ‚burn‘ und Darstellungen des Tretens von Personen und das Anzünden von Gegenständen. In einem Fall (vgl. Anhang 1, Bild 059) wird eine schematisierte, offenbar verummte Person dargestellt, die ausholt, um einen Brandsatz zu werfen. Der Text ‚BURN COPS‘ ist als Aufforderung zu Gewalt gegen Polizeibeamte zu verstehen. In diesem Motiv drückt sich eine radikale Haltung aus. Auch wenn man nicht annehmen will, dass sich der Produzent dieses Stencil-Graffiti an Straßenschlachten beteiligt, wird das Thema ‚Polizei‘ eindeutig mit Gewalt gegen Ordnungskräfte assoziiert.

Auch in Fällen, in denen solche Darstellungen zum Zweck der Dramatisierung verwendet werden und nicht zwangsläufig als reale Drohung zu begreifen sind, weisen sie auf eine gewisse Radikalität der Position hin, die hier erfasst werden soll. Insgesamt ist zu beachten,

dass Gewalt und Zerstörung auch in kritischer Weise dargestellt werden können, um eine Distanzierung von den Ausübenden der Gewalt zu vermitteln. Solche Darstellungen sind anders zu bewerten als Drohungen oder Aufrufe zu Gewalt und Zerstörung.

## 4.2 Ergebnisse

### 4.2.1 Allgemeine Merkmale

In der Grundgesamtheit von 608 unterschiedlichen Stencil-Motiven wurden 120 als politisch klassifiziert (Fotodokumentation vgl. Anhang 1; Datentabelle vgl. Anhang 2). Die allgemeinen Merkmale dieses Materials, die sich einfach quantitativ ermitteln ließen, sind folgende:

Von 120 politischen Motiven wurden 75 mit schriftlichen und grafischen Elementen realisiert. Nur textbasiert sind 34 Motive und 9 sind rein grafischer Natur. Außerdem wurden zwei politische Stencil-Graffiti dokumentiert, die zusätzlich zu grafischen Elementen einen handgeschriebenen Text aufweisen, der die Motive als politisch kontextualisiert.<sup>42</sup> Verbale Ausdrucksmittel werden gegenüber grafischen also offenbar bevorzugt.

Im Bezug auf die benutzte Farbe ist anzumerken, dass 65 der Motive in Schwarz realisiert sind. Wesentlich daneben ist nur noch die Gruppe der Rot-Töne bei 28 Motiven. Alle anderen Farben (Gelb, Orange, Blau, Violett, Pink, Braun, Grün, Weiss) wurden mit nur wenigen Fällen gezählt. Außerdem wurden nur sechs Motive mit mehreren Farben produziert. Die hauptsächlichen Farben politischer Stencil-Graffiti sind also Schwarz und Rot.

### 4.2.2 Räumliche Konzentration

In einigen Bereichen des Untersuchungsgebietes wurden besonders hohe Konzentrationen von Stencil-Graffiti (auch von Graffiti und Street-Art) festgestellt. Dies sind die Zonen um die Oranienstrasse und den Görlitzer Bahnhof (Kreuzberg), die Kastanienallee (Prenzlauer Berg) und die Rigaer Straße (Friedrichshain). In diesen Bereichen befinden sich zum Teil besetzte Häuser und alternative Kulturprojekte. Ein Zusammenhang zwischen einem alternativen und

---

<sup>42</sup> Die Texte in diesen beiden Fällen entstanden nicht unter Benutzung einer Schablone, sie qualifizieren die Motive aber als politisch. (Darstellung einer Handgranate mit dem Text „Für Bonzen“, Portrait einer Person mit dem Text „Kajo SPD“) Deshalb werden die Motive in die Betrachtung mit einbezogen.

kulturell aktiven Umfeld und der Produktion von Street-Art ist wahrscheinlich, kann hier aber nicht belegt werden.

#### 4.2.3 Themenkategorien

Die induktive Kategorienbildung (Übersicht zur Kategorienbildung vgl. Anhang 3) aus der Gesamtheit der Motive heraus ergab die in Tabelle 1 dargestellte Liste.

**Tabelle 1: Auflistung der Themenkategorien**

Abschiebung	Freiräume	Macht-Eliten	Sexismus
Aktivismus	Frieden	Nationalismus	Solidarität
Anarchie	Gentrifizierung	öffentliche Ordnung	Staaten
Antifaschismus	Globalisierung	politische Gruppierungen	Stadumstrukturierung
Atomenergie	Graffiti	politische Inhaftierung	Strafvollzug
Atomwaffen	Hilfe	Polizei	Überwachung
Bildung	Kapitalismus	Prekarisierung	Widerstand
Faschismus	Kommunismus	Rassismus	
Feminismus	Krieg	Revolution	

Quelle: Eigene Darstellung

Einige Kategorien müssen näher bestimmt werden:

- **Aktivismus** ist eine Sammelkategorie für alle Inhalte, die Personen zu konkreten oder allgemeinen Aktivitäten auffordern.
- Die Kategorie **Antifaschismus** soll, im Unterschied zur Kategorie Faschismus, Inhalte erfassen, die nicht nur Ablehnung von Faschismus ausdrücken, sondern ausdrückliche Identifikation mit der Rolle eines Antifaschisten leisten.
- **Freiräume** sind Kultur- und Wohn-Projekte, die sich meist in besetzten Häusern befinden und immer wieder in ihrem Fortbestehen bedroht sind.
- **Gentrifizierung** bezieht sich auf die Aufwertung bestimmter Stadtteile, die für wohlhabende Mieter attraktiv gemacht werden sollen. Solche Versuche werden von Anwohnern häufig kritisch beurteilt.
- **Graffiti** ist dann ein politisches Thema, wenn die Verfügungsgewalt über den öffentlichen Raum oder Methoden der Strafverfolgung thematisiert werden.

- **Politische Inhaftierung** erfasst Fälle, in denen es um die Inhaftierung aus politischen Gründen geht.
- **Prekarisierung** bezeichnet die Verarmung bestimmter gesellschaftlicher Schichten und wird meist im Zusammenhang mit Globalisierung und Kapitalismus gesehen.
- Die Kategorie **Politische Gruppierungen** dient zur Erfassung aller Hinweise auf konkrete Parteien, Organisationen oder Gruppen.

Die in Tabelle 1 aufgelisteten Begriffe erfassen die thematischen Gegenstände des Untersuchungsmaterials und sollen deshalb als Themenbereiche verstanden werden. Sie werden nicht als trennscharf angesehen und weisen kein einheitliches Abstraktionsniveau auf. Im Vordergrund stand die Kategorienbildung aus dem Material heraus, um alle Gegenstände erfassen zu können. Die Formulierung der Begriffe orientierte sich außerdem an dem Ziel, im nächsten Analyseschritt zwischen Zustimmung und Ablehnung in Bezug auf den jeweiligen Gegenstand unterscheiden zu können.

#### 4.2.4 Positionierung

Das aus dem Material entwickelte Kategoriensystem wurde wiederum auf dieses angewandt. Dabei zeigte sich, dass vielen Motiven mehrere Themen zugeordnet werden müssen. Die Kategorien eignen sich also weniger zur genauen Klassifikation konkreter Motive, sondern eher zur Erfassung der inhaltlichen Dimension des Untersuchungsmaterials. Zusammen mit der Bestimmung der Gegenstände eines Motivs wurden die dazu ausgedrückten Positionen als ‚pro‘ für Zustimmung und ‚contra‘ für Ablehnung codiert. In Tabelle 2 ist die quantitative Auswertung dargestellt, wodurch deutlich wird, wie häufig welche Themen mit welcher Positionierung vorkamen.

**Tabelle 2: Themenhäufigkeit und Positionierung**

Themenkategorien	Pro	Contra
Abschiebung		3
Aktivismus	10	
Anarchie	3	
Antifaschismus	10	
Atomenergie		2
Atomwaffen		2
Bildung	2	
Faschismus		11
Feminismus	1	
Freiräume	11	
Frieden	2	
Gentrifizierung		2
Globalisierung		6
Graffiti	6	
Hilfe	1	
Kapitalismus		4
Kommunismus	4	

Themenkategorien	Pro	Contra
Krieg		13
Macht-Eliten		1
Nationalismus		2
öffentliche Ordnung		4
politische Gruppierungen	11	
politische Inhaftierung		5
Polizei		5
Prekarisierung		2
Rassismus		3
Revolution	1	
Sexismus		2
Solidarität	1	
Staaten		5
Stadumstrukturierung		3
Strafvollzug		1
Überwachung		5
Widerstand	1	

Quelle: Eigene Darstellung



Hier wird deutlich, dass thematische Schwerpunkte in den Bereichen Krieg, Faschismus, Antifaschismus, Freiräume und politische Gruppierungen zu sehen sind. Weiterhin wurde in 64 Fällen Zustimmung und in 82 Fällen Ablehnung bestimmter Themen ausgedrückt.<sup>43</sup>

Im Hinblick auf die zu den Themen ausgedrückten Positionen wird deutlich, dass die jeweiligen Themen in allen Motiven, in denen sie vorkommen, auf dieselbe Weise behandelt werden. Jedes der Themen erfährt entweder nur Zustimmung oder nur Ablehnung. Die Ursache dafür könnte in der Benennung der Kategorien gesucht werden, allerdings sind die Begriffe weitgehend wertfrei formuliert. Nur die Kategorie ‚Antifaschismus‘ weist schon eine Wertung auf. Wenn ihre Elemente der neutral benannten Kategorie ‚Faschismus‘ zugeordnet werden sollten, müssten die Positionen der einzelnen Motive unter umgekehrten Vorzeichen formuliert werden und sind dann als Ablehnung von Faschismus zu deuten. Die Konsistenz der Positionierung bleibt davon unbeeinflusst. Die Ursachen dafür sind also nicht im Kategoriensystem zu suchen. Mögliche Erklärungsansätze werden in Kapitel 5 aufgezeigt.

---

<sup>43</sup> Die Summe der Themen und Positionen ist größer als die Zahl der untersuchten Motive, weil bei einigen mehrere Themen identifiziert wurden.

#### 4.2.5 Gewaltdarstellung

Weiterhin wurden die Motive auf Gewaltdarstellungen in Bild oder Schrift untersucht. Tabelle 3 stellt den Zusammenhang zwischen Gewaltdarstellungen und Themen unter Einbezug der Häufigkeiten dar.

**Tabelle 3: Zusammenhang zwischen Gewaltdarstellungen und Themenkategorien**

Themenkategorien	Motive mit Gewaltdarstellung	Themenkategorien	Motive mit Gewaltdarstellung
Abschiebung		Krieg	1
Aktivismus		Macht-Eliten	1
Anarchie		Nationalismus	
Antifaschismus		öffentliche Ordnung	3
Atomenergie		politische Gruppierungen	
Atomwaffen		politische Inhaftierung	
Bildung		Polizei	5
Faschismus	6	Prekarisierung	
Feminismus		Rassismus	3
Freiräume	2	Revolution	
Frieden		Sexismus	
Gentrifizierung		Solidarität	
Globalisierung		Staaten	
Graffiti	1	Stadumstrukturierung	2
Hilfe		Strafvollzug	
Kapitalismus	2	Überwachung	1
Kommunismus		Widerstand	

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt wurden 27 Motive mit Darstellungen von Gewalt ermittelt. Dabei zeigt sich, dass Gewaltdarstellungen nur im Zusammenhang mit einigen Gegenständen vorkommen. Als Schwerpunkte erscheinen hierbei die Themen Faschismus und Polizei.

Allerdings müssen die ermittelten Fälle daraufhin untersucht werden, ob die dargestellte Gewalt dazu dient, die eingenommene Position als kompromisslos zu kennzeichnen oder ob

sie Mittel der Distanzierung ist. Folgende Motive (vgl. Abbildung 2) können hier herausgehoben werden:

Abbildung 2: Beispielmotive (1)



Quelle: Eigene Fotos

In diesen Fällen wird die Darstellung von Gewalt benutzt, um bestimmte Verhältnisse zu kritisieren. Sie wird nicht befürwortet, sondern abgelehnt und dient zur Dramatisierung des Motivs mit dem eigentlichen Ziel, der Distanzierung von bestimmten Verhältnissen.

Das bekannte Bild der KZ-Häftlinge (vgl. Abbildung 2, Foto links)<sup>44</sup> dient als Symbol nationalsozialistischer Verbrechen gegen die Menschlichkeit und wird hier im Zusammenhang mit dem Wort ‚Bombs‘ als generelles Symbol für die Unmenschlichkeit von Kriegen benutzt. Seine abschreckende und mahnende Wirkung ist höchstwahrscheinlich beabsichtigt.

Das Motiv des im Lauf erschossenen Graffiti-Sprühers (vgl. Abbildung 2, zweites Foto von links) basiert auf Vorlagen, die schon für Anti-Kriegs-Botschaften verwendet wurden. Hier kann es verstanden werden als Kritik an der zunehmenden Kriminalisierung und Verfolgung von Graffiti-Produzenten. Der Text ‚Why not?‘ befürwortet scheinbar ein hartes Vorgehen gegen Sprüher. Da das gesamte Motiv jedoch von einem Sprüher angebracht wurde, muss es als sarkastische Verdrehung gedeutet werden.

Die piktografische Darstellung der Szene, in der eine Person einer anderen eine Pistole an den Kopf hält (vgl. Abbildung 2, drittes Foto von links), ist als Kapitalismuskritik zu begreifen.

<sup>44</sup> Bei dem Bild handelt es sich um ein Foto von Häftlingen im KZ Buchenwald nach der Befreiung durch die Amerikanische Armee. Das Lager wurde am 11. April 1945 befreit, das Foto wurde am 16. April 1945 von Private H. Miller aufgenommen. (vgl. [www.hagalil.com](http://www.hagalil.com) 2010)

Der Text ‚Capitalism‘ dient als Erklärung: ‚Das ist Kapitalismus.‘<sup>45</sup> Zum Teil wird das Motiv mit einer Hinrichtungsszene aus dem Vietnamkrieg in Zusammenhang gebracht. Insgesamt stellt das Motiv Kapitalismus als ‚mörderisches System‘ dar und distanziert sich davon. Das Stencil-Graffiti ‚Capitals!m K!lls‘ (vgl. Abbildung 2, viertes Foto von links) ist in gleicher Richtung zu interpretieren.

In diesen vier Motiven wird die Position derer, die (reale oder metaphorische) Gewalt ausüben, angegriffen. Der Betrachter soll sich mit der Seite der Opfer identifizieren.

In allen anderen Motiven ist (reale oder metaphorische) Gewalt Ausdruck der Position, mit der sich der Produzent identifiziert und sich der Betrachter identifizieren soll. Die Darstellung von Gewalt vermittelt die Kompromisslosigkeit der ausgedrückten (eigenen) Position und richtet sich unter anderem gegen die Polizei oder gegen Anhänger faschistischer Ideologien.

Abbildung 3: Beispielmotive (2)



Quelle: Eigene Fotos

Beispielhaft wird dies in Abbildung 3 verdeutlicht. Speziell der Text ‚Good Night, White Pride‘ ist weit verbreitet im Zusammenhang mit Variationen eines grundlegenden grafischen Motivs. Eine schematisch dargestellte Person tritt oder schlägt eine andere. Hier wird kompromissloser und gewaltbereiter Widerstand gegen rassistische und faschistische Ideologien signalisiert. Eine weitere Variation zeigt das 3. Bild von links in Abbildung 3: hier wird dieselbe grafische Darstellung verwendet, wobei sich die dargestellte Gewalt gegen Kontrolleure der BVG richten soll.

<sup>45</sup> Die Interpretation, dass Kapitalismus als personifiziertes Feindbild erschossen wird oder werden soll, ist nicht plausibel. Für eine solche Botschaft müsste der Text enger mit der bedrohten Person verknüpft sein.

## 4.2.6 Zusammenfassung der Ergebnisse

Tabelle 4 stellt den Zusammenhang zwischen Themen, Positionierung und Gewalt unter Berücksichtigung der Häufigkeiten dar. Auf Grund der eindeutigen und ausschließlichen Positionierung zu den jeweiligen Themen können diese gegenübergestellt werden. Die hellblau gefärbten Bereiche markieren Gewaltdarstellung zur Distanzierung in den vier bereits besprochenen Fällen.

**Tabelle 4: Zusammenhang zwischen Themen, Positionierung und Gewalt**

Gewalt	Themenkategorien	Position		Themenkategorien	Gewalt
		pro	contra		
3	14	64	82	20	24
2	Freiräume	11	13	Krieg	1
	politische Gruppierungen	11	11	Faschismus	6
	Antifaschismus	10	6	Globalisierung	
	Aktivismus	10	5	Polizei	5
1	Graffiti	6	5	öffentliche Ordnung	3
	Kommunismus	4	5	politische Inhaftierung	
	Anarchie	3	5	Überwachung	1
	Frieden	2	5	Staaten	
	Bildung	2	4	Kapitalismus	2
	Widerstand	1	3	Stadumstrukturierung	2
	Revolution	1	3	Rassismus	3
	Solidarität	1	3	Abschiebung	
	Feminismus	1	2	Nationalismus	
	Hilfe	1	2	Prekarisierung	
			2	Gentrifizierung	
			2	Atomwaffen	
			2	Sexismus	
			2	Atomenergie	
			1	Macht-Eliten	1
			1	Strafvollzug	

Quelle: Eigene Darstellung

Hier werden die verschiedenen Schwerpunkte der Pro- und Contra-Positionen deutlich. Die Ergebnisse lassen sich in allgemeiner Form wie folgt zusammenfassen:

- Die Positionierung im Hinblick auf die Themen erfolgt konsistent in der Weise, dass im Untersuchungsmaterial zu jedem Thema nur jeweils eine Position vorkommt.
- Ablehnende Positionen sind in der Mehrheit gegenüber zustimmenden Positionen.
- Darstellungen von Gewalt sind überwiegend mit Themen verknüpft, zu denen eine ablehnende Haltung ausgedrückt wird.
- 
- In dieses generelle Bild fügen sich auch die Motive, die bei der Gewinnung des Untersuchungsmaterials als zweifelhafte Fälle gesondert gruppiert wurden. (vgl. Kapitel 4.1.2) Die Motive dieser Gruppe ließen sich nicht schlüssig interpretieren. Unter dem Eindruck der Analyse der als politisch klassifizierten Motive scheinen einige der zweifelhaften Fälle die gebildeten Kategorien zu stützen. Sie sind in Anhang 1 abgebildet unter der Bezeichnung ‚Möglicherweise politische Motive‘ (vgl. Bild 121-150) Sie werden nicht analysiert, sondern sind in ihrer Gesamtheit als Reflexionsebene der gebildeten Kategorien zu verstehen. Dabei erscheint es sinnvoll, bei weiteren Untersuchungen die Kategorie ‚Drogen‘ zu berücksichtigen. Speziell die Legalisierung von Marihuana ist häufiger ein Thema von Street-Art, auch wenn derartige Fälle hier nicht dokumentiert werden konnten.
- 
-

### 4.3 Einordnung der Ergebnisse in den Kontext von Gegenöffentlichkeit

Als Gegenöffentlichkeit wurden in Kapitel 2.2.2 marginalisierte Teilöffentlichkeiten bezeichnet, die keinen dauerhaften Zugang zur massenmedialen Öffentlichkeit und keinen Einfluss im politischen System haben. Die Verwendung von Stencil-Graffiti erscheint unter diesen Voraussetzungen als eine mögliche Strategie der Kommunikation zur Artikulation marginalisierter Interessen und Positionen. Sie kann grundlegend als Medienaktivismus auf der Mikro-Ebene von Gegenöffentlichkeit beschrieben werden. Dabei besteht die Möglichkeit, Stencil-Graffiti gezielt zu massenhafter Kommunikation einzusetzen und es als bewegungseigenes oder alternatives Medium zu nutzen.

Um der Frage nachzugehen, in wie weit die untersuchten politischen Stencil-Graffiti inhaltlich und ihrer Funktion nach gegenöffentlich zu nennen sind, werden im Folgenden die Ergebnisse aus Kapitel 4.2 im Zusammenhang betrachtet.

#### 4.3.1 Position

Die Ablehnung staatlicher Machtausübung und Kontrolle kann grundsätzlich als gegenöffentlich betrachtet werden. Die Auswertung der Motive ergab Positionen gegen Polizei, öffentliche Ordnung, Überwachung, Strafvollzug und Abschiebung.

Ebenso sind Positionen gegenöffentlich, welche die radikale Änderung des wirtschaftlichen Systems und der (westlichen) Gesellschaftsordnung fordern. Hier sind Forderungen nach Revolution und Kommunismus und Ablehnung von Kapitalismus und Globalisierung zu nennen.

Weiterhin sind partikuläre Interessen gegenöffentlich, die versuchen, sich gegen Ziele des ökonomischen und auch des politischen Systems zu behaupten. Im Untersuchungsmaterial geht es hier um den Erhalt von Freiräumen und Mitspracherecht im Bezug auf Maßnahmen der Stadtumstrukturierung.

Solche und ähnliche Positionen, Interessen und Themen erfahren keine ständige massenmediale Repräsentation. Sie sind im Hinblick auf massenmediale Selektionskriterien zu allgemein, zu radikal oder zu unwichtig.

Themen wie Frieden, Abrüstung von Atomwaffen oder Hilfe für Entwicklungsländer sind im politischen Diskurs etabliert und können heute mehr nicht unbedingt als gegenöffentlich

angesehen werden. Allerdings waren und sind dies klassische Themen von Protestbewegungen.

#### 4.3.2 Gewalt

Gewalt-Darstellungen wurden als Hinweis auf eine radikale Position im Hinblick auf bestimmte Themen gewertet, sofern sie nicht als Mittel zur Distanzierung eingesetzt werden.

Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass radikale Positionen besonders im Hinblick auf die Themen Faschismus, Polizei und öffentliche Ordnung ausgedrückt werden (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Beispielmotive (3)



Quelle: Eigene Fotos

Für die Ausübung von Gewalt besitzt der Staat das Monopol. Dieses wird offenbar von einigen Gruppen in Frage gestellt. Gewalt gegen die Polizei kann als direkter Angriff auf die Staatsmacht gesehen werden. Die Zerstörung von Eigentum betrifft die öffentliche Ordnung und Sicherheit. Auch wenn sich ein Vorgehen gegen Anhänger faschistischer Ideologien grundlegend mit den Interessen der breiten Öffentlichkeit und mit denen des Staates deckt, ist Gewalt dabei wiederum ein abgrenzendes Merkmal bestimmter Gruppen.

Insgesamt müssen gewaltbereite Gruppen als marginalisiert betrachtet werden, weil sie das Gewaltmonopol des Staates und damit eine Grundbedingung unserer gesellschaftlichen Ordnung in Frage stellen. Dass die in Stencil-Graffiti dargestellte Gewalt nicht nur Symbolik oder Dramatisierung ist, wird belegt durch Konfrontationen zwischen gewaltbereiten autonomen Gruppen und der Polizei, Konfrontationen zwischen Links- und Rechtsradikalen



und einer anhaltenden Serie von Brandstiftungen an Fahrzeugen meist prestigetächtiger Marken (vgl. Verfassungsschutz 2009: 22). Aus diesem Grund werden Motive mit Gewaltdarstellungen als Ausdruck gegenöffentlicher Positionen gewertet.

#### 4.3.3 Politische Gruppierungen

Einige der untersuchten Motive enthalten Hinweise auf bestimmte Gruppen, Organisationen und Bewegungen.

Antifa, RAF und Action Directe können als radikale Gruppen mit unterschiedlichen Zielen angesehen werden.

Die DKP und die Pirtatenpartei sind Parteien, die im politischen System bisher allerdings nur geringen Einfluss haben.

Köpi 137, Rigaer 94, Brunnen 183, Liebig 14 und Yorck 59 sind sogenannte ‚autonome Freiräume‘ und stehen damit für Gruppen von Bewohnern und Personen, die am Erhalt dieser Freiräume interessiert sind. Häufig werden die Interessenkonflikte zwischen den Mitgliedern der Freiräume und privaten Eigentümern oder Investoren ins politische System getragen. In diesem Zusammenhang fielen mehrere Motive auf, die sich auf das „Köpi“ beziehen. Einige Beispiele sind in Abbildung 4 dargestellt.

Abbildung 5: Beispielmotive (4)



Quelle: Eigene Fotos

Sie wurden in mehrfachen Reproduktionen nicht nur im Umkreis der Köpenicker Straße, sondern in mehreren Teilen des Untersuchungsgebietes beobachtet. Dies deutet auf

mehrere, sehr aktive Produzenten hin und läßt ein gewisses Maß an Koordination vermuten. Die Parole „Köpi bleibt“ wurde auch in Variationen über Aufkleber und Plakate verbreitet. Man kann hier von einer öffentlichen Kampagne für den Erhalt des „Köpi“ sprechen. Weiterhin existieren zu den verschiedenen Freiräumen Internet-Präsenzen, die untereinander und mit anderen Online-Angeboten vernetzt sind. Sie dienen der Information und Koordination und stellen eine Teilöffentlichkeit her. Sie kann als marginalisiert betrachtet werden, weil ihr in der massenmedialen Öffentlichkeit nur selten Aufmerksamkeit zu Teil wird. Diese steht meist im Zusammenhang mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen oder mit Konfrontationen mit der Polizei. Sie muss deshalb als Gegenöffentlichkeit bezeichnet werden.

Die Internetadressen [www.redhalbe.de.vu](http://www.redhalbe.de.vu), [www.uepd.de](http://www.uepd.de) und [www.camp06.org](http://www.camp06.org) verweisen auf Online-Präsenzen verschiedener Gruppen. ‚Redhalbe‘ ist mit hoher Wahrscheinlichkeit eine linksorientierte Gruppe die sich unter anderem dem Kampf gegen faschistische Ideologien widmet, was aus den antifaschistischen Begleittexten der Stencil-Motive hervorgeht (vgl. Abbildung 4, 1. Bild von links). Genauer kann dies nicht nachvollzogen werden, weil die Internetadresse nicht mehr existiert. Auch die Adresse [www.camp06.org](http://www.camp06.org) besteht nicht mehr, verweist aber auf die Protestbewegung gegen den G8-Gipfel, der im Jahre 2006 in Heiligendamm stattfand und damit allgemein auf die Bewegung der Globalisierungsgegner.

Mit Ausnahme der Piratenpartei und der SPD können die genannten Gruppen als gegenöffentlich gelten.

Die SPD ist seit langem eine etablierte und einflussreiche Partei, die ihre Interessen in der massenmedialen Öffentlichkeit vertritt. Das Motiv (vgl. Anhang 1, Bild 006) verweist also nicht auf eine gegenöffentliche Position oder Gruppierung. Weiterhin muss man davon ausgehen, dass Stencil-Graffiti nicht zu den akzeptierten und organisierten Formen von Wahlwerbung der SPD gehören und individuell produziert wurde.

Die Piratenpartei hat sich inzwischen teilweise etabliert und erhält massenmediale Aufmerksamkeit. Sie befindet sich im Übergang von der Gegenöffentlichkeit in die Öffentlichkeit und in das politische System.

Einige politische Gruppierungen vertreten radikale Positionen und Ziele und stellen die gesellschaftliche Grundordnung in Frage und andere versuchen bestimmte Räume gegen

politische und ökonomische Interessen zu verteidigen. Insgesamt können die Interessen dieser Gruppen wiederum marginalisiert und gegenöffentlich genannt werden.

Außerdem werden Stencil-Graffiti hier offenbar mit dem Ziel eingesetzt, Aufmerksamkeit auf die jeweiligen Gruppen zu lenken. Die Verbreitung von Internetadressen weist außerdem darauf hin, dass in den neuen Medien Teilöffentlichkeiten bestehen (oder bestanden), die nicht nur der bewegungsinternen Kommunikation dienen, sondern auch für eine breite Öffentlichkeit zugänglich sein wollen.

#### 4.3.4 Funktion

Die Funktion politischer Stencil-Graffiti kann grundlegend darin gesehen werden, die Aufmerksamkeit des Betrachters auf einen bestimmten Gegenstand oder ein Thema zu lenken. Dabei finden sich auch in Motiven, die der Interpretation viel Raum lassen, gewisse Hinweise, aus denen die Richtung und Tendenz des Gemeinten geschlossen werden kann. Als speziellere Funktion kann der explizite Ausdruck einer bestimmten Position, Meinung oder Forderung gelten. Diese wird meist knapp und parolenhaft realisiert.

Wie gezeigt, werden Stencil-Graffiti auch eingesetzt zur Werbung für Parteien, politische Gruppen oder Online-Angebote. Diese Werbung erfolgt in der Regel durch die Darstellung des Logos oder der Abkürzung bestimmter Parteien (zum Teil auch mit direkten Wahlauforderungen) oder durch die Nennung bestimmter Internet-Adressen.

Weiterhin werden Stencil-Graffiti benutzt, um Personen für konkrete Aktivitäten zu mobilisieren. Dabei geht es meist um Demonstrationen, deren Zeit- und Startpunkt durch das Stencil-Motiv angegeben werden.

Als eine grundlegende Funktion ist auch die Markierung und Aneignung öffentlichen Raums zu sehen. So kann die mehrfache Reproduktion von Antifa-Motiven einen Stadtbereich symbolisch in Besitz nehmen, er wird somit zu einem Territorium antifaschistisch eingestellter Personen. Die verwendeten Motive müssen dabei nicht unbedingt eine Klartext-Botschaft enthalten. Es genügt, dass bestimmte Symbole zugeordnet werden können. Abbildung 6 zeigt vier Motive, an denen verschiedenen Funktionen beispielhaft deutlich werden.

Abbildung 6: Beispielmotive (5)



Quelle: Eigene Fotos

„No Control“ ist eine Parole, mit welcher die Forderung artikuliert wird, staatlich Überwachungsmaßnahmen im öffentlichen Raum nicht weiter auszudehnen. Gleichzeitig wird auf die Internet-Präsenz der Antifa verwiesen. „Liste 11 DKP“ ist als Wahlwerbung zu begreifen. Das Motiv mit dem Text „Rock the Nazis“ hat mobilisierende Funktion. Hier werden Zeit und Ort einer Demonstration gegen Rechtsextreme bekanntgegeben verküpft mit der Aufforderung, teilzunehmen. Das Motiv der zwei Flaggen im Kreis ist ein Antifa-Symbol und dient der Markierung öffentlichen Raumes.

## 5 Fazit und Ausblick

---

Ungefähr jedes fünfte Motiv der für diese Arbeit dokumentierten Stencil-Graffiti hat politischen Inhalt. Politisches Stencil-Graffiti stellt also in Berlin eine eigene Kategorie dar. Die erwartete thematische Vielfalt des Materials konnte auf Grund der induktiven Kategorienbildung gut erfasst werden. Zur trennscharfen Kategorisierung konkreter Motive eignet sich das Kategoriensystem allerdings weniger, da viele Motive mehrere thematische Gegenstände aufweisen. In der quantitativen Auswertung wurden bestimmte Schwerpunkte sichtbar, wobei das Thema der autonomen Freiräume einen lokalen Bezug herstellte.

Die Überprüfung der Positionierung zeigte unerwartete Konsistenz. Unter der Annahme, dass die Mehrheit der Produzenten individuell agiert und nicht organisiert ist, müsste geschlussfolgert werden, dass politische Stencil-Graffiti von Personen mit ähnlichen politischen Einstellungen und Ansichten produziert werden. Möglicherweise kann die offenbar grundlegende Übereinstimmung in diesem Bereich mit einer losen Vernetzung kritischer Positionen und Meinungen erklärt werden. Vorstellbar wäre auch, dass die Bedingungen des Mediums Stencil-Graffiti selektierend darauf wirken, wer dieses Medium nutzt. Für Produzenten politischer Stencil-Graffiti kann vorausgesetzt werden, dass sie in gewisser Weise politisch interessiert und engagiert sind, und dass sie einen Rechtsverstoß in Kauf nehmen, um ihre politische Meinung öffentlich auszudrücken. Möglicherweise sind dies vorwiegend Personen, die sich in ihren Ansichten ähneln.

Abgesehen davon verweisen mehrere Motive auf konkrete gegenöffentliche Strukturen.

Im Kontext der autonomen Freiräume, speziell des „Köpi“, erscheinen Stencil-Graffiti als Teil einer öffentlichen Kampagne, welche auf die Herstellung einer breiten Öffentlichkeit zielt. Im Kontext der Antifa sind politische Stencil-Graffiti als Strategie der Kommunikation explizit eingebunden und erfüllen unter anderem die Funktion der Markierung und symbolischen Aneignung öffentlichen Raums.

Als weitere Funktionen konnten die Werbung für politische Parteien, Gruppierungen und Internetauftritte bestimmt werden. Einige Motive dienen auch der Mobilisierung von Personen für Demonstrationen und Protestaktionen. Die Inhalte deuten in einigen Bereichen auf Positionen des ‚linken‘ politischen Spektrums, insgesamt ist eine Zuordnung jedoch

problematisch, da klassisch linke Themen mittlerweile von den verschiedensten Gruppen adaptiert und instrumentalisiert worden sind.

In Erwartung drastischer Ausdrucksformen erwies sich die Erfassung von Gewalt als nützliches Element für die nähere Charakterisierung bestimmter Positionen. Die Analyse zeigte einen starken Zusammenhang zwischen Gewalt-Darstellungen und Contra-Positionen insgesamt. Einige dieser Kombinationen weisen auf Konflikte im Zusammenhang mit den Themen Polizei, Faschismus und öffentliche Ordnung hin, die in der Berliner Öffentlichkeit zum Teil auch gewalttätig ausgetragen werden.

Insgesamt konnten in der vorliegenden Arbeit politische Stencil-Graffiti als Medium gegenöffentlicher Kommunikation gekennzeichnet werden. Die Analyse ihrer Inhalte lieferte Hinweise auf konkrete Strukturen, Interessen und Einstellungen. Weitere Studien könnten klären, wie die Kommunikation über Stencil-Graffiti aus Sicht gegenöffentlicher Akteure beurteilt wird und wie sie in verschiedenen Zusammenhängen eingebunden ist. Eine geografische Erfassung der Reproduktionen bestimmter Motive könnte Stencil-Graffiti als massenhafte Kommunikation kennzeichnen und Aufschluss über bestimmte Strategien der Stencil-Produzenten geben. Generell wäre auch zu klären, welche öffentliche Wirkung politische Motive überhaupt erzielen.

Grundsätzlich erscheint es lohnend, den Bereich der Street-Art und der Stencil-Graffiti systematisch und wissenschaftlich zu erforschen. Die Relevanz solcher Ansätze wurde hier belegt, indem gezeigt wurde, dass politische Stencil-Graffiti Teil von Gegenöffentlichkeit sind.

Am Schluss dieser Arbeit sei auf das Motiv des Deckblattes verwiesen, das nach Ansicht des Autors politische Öffentlichkeit und auch Gegenöffentlichkeit versinnbildlicht. Basierend auf dem bekannten Motiv dreier Affen, von denen je einer Augen, Ohren und Mund mit den Händen bedeckt, wird hier allerdings das Gegenteil dargestellt. Sehen, Hören und Sprechen anstelle von Wegschauen, Weghören und Schweigen sind die Grundelemente politischer Öffentlichkeit, denen in massenmedialer Vermittlung immer weniger Bedeutung zukommt. In verschiedenen Formen von Gegenöffentlichkeit werden diese Elemente wieder in den Vordergrund gestellt und genutzt, um Alternativen zur gewohnten und etablierten Öffentlichkeit zu entwerfen. Politische Stencil-Graffiti sind Teil davon.

## Literatur

---

autonome a.f.r.i.k.a. gruppe/ Blissett, Luther/ Brünzels, Sonja (2001): Handbuch der Kommunikationsguerilla. 4. Auflage. Berlin.

Auer, Peter (1998): Sprachliche Interaktion. Eine Einführung anhand von 22 Klassikern. Tübingen.

Banksy (2005): Wall and Piece. London.

Boese, Nadine (2003): Graffiti. Essen.

Online verfügbar unter [www.linse.uni-due.de/linse/esel/arbeiten/graffiti.html](http://www.linse.uni-due.de/linse/esel/arbeiten/graffiti.html) (Linguistik-Server Essen).

Burkart, Roland (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 3. Auflage. Wien.

Denham, Diana (2008): Teching Rebellion. Stories from the Grassroots Mobilization in Oaxaca. Oakland.

Fiske, John (1992): Reading the Popular. London.

Fiske, John (2003): Television Culture. 11. Auflage. New York.

Galtung, Johan/ Ruge, Marie Holmboe (1970): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers. In: Tunstall, Jeremy (Hrsg.): Media Sociology. A Reader. S. 259-298. London.

Fahlenbrach, Kathrin (2009): Protest Räume – Medien Räume. Zur rituellen Topologie der Straße als Protestraum. In: Geschke, Sandra Maria: Straße als kultureller Aktionsraum. Interdisziplinäre Betrachtungen des Straßenraumes an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis. S. 98-110. Wiesbaden.

Ganz, Nicholas (2004): Graffiti World: Street Art from five Continents. New York.

Gerhards, J./ Neidhardt, F. (1991): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: Müller-Doohm, S./ Neumann-Braun, K. (Hrsg.): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation (= Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie). S. 31-89. Oldenburg.

Gieber, Walter (1956): Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors. In: Journalism Quarterly 33. S. 423-432.

Habermas, Jürgen. (1969): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt a.M.

Hainzl, Manfred (Hrsg.) (2004): Zeichen an der Wand. Höhlenmalerei – Felsbilder – Graffiti. Wels.

Harding, Peter/Kunze, Konrad/Oestreich, Raimar (2006): Graffiti ist Massenkommunikation. In: Sackmann, Reinhold (Hrsg.): Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem städtischen Problem (= Der Hallesche Graureiher 2006. 1. Forschungsbericht des Instituts für Soziologie der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg). S. 21-28. Halle.

Hartley, John (1990): Understanding Newa. 4. Auflage. London.

Hepp, Andreas (2004): Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. 2. Auflage. Wiesbaden.

Jahn, Detlef (2006): Einführung in die vergleichende Politikwissenschaft. Wiesbaden.



Jakob, Kai (2009): Street Art. Kreativer Aufstand einer Zeichenkultur im urbanen Zwischenraum. In: Geschke, Sandra Maria (Hrsg.): Straße als kultureller Aktionsraum. Interdisziplinäre Betrachtungen des Straßenraumes an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis. S. 73-97. Wiesbaden.

Joch-Robinson, Gertrude (1973): Fünfundzwanzig Jahre "Gatekeeper-Forschung": Eine kritische Rückschau und Bewertung. In: Aufermann, Jörg/ Bohrmann, Hans/ Sülzer, Ralf: Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch. S. 344-355. Frankfurt am Main.

Kepplinger, Hans Mathias (1989): Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In: Kaase M./ Schulz W. (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde (= Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Sozialpsychologie. Heft 30). S. 199-220. Opladen.

Lang, Mabel (1988): Graffiti in the Athenian Agora. Princeton, New Jersey.

Linke, Angelika/ Nussbaumer, Markus/ Portmann, Paul R. (2001): Studienbuch Linguistik. 4. Auflage. Tübingen.

Luhmann, Niklas (2004): Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden.

Lünenborg, Margreth (2005): Journalismus als kultureller Prozeß. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf. Wiesbaden.

MacPhee, Josh (2004): Stencil Pirates. New York.

Maletzke, Gerhard (1998): Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Wiesbaden.

Manco, Tristan (2002): Stencil Graffiti. London.

Metzger, Ingrid R. (1969): Die Hellenistische Keramik in Eretria. Bern.

Mols, Manfred (2001): Politik als Wissenschaft: Zur Definition, Entwicklung und Standortbestimmung einer Disziplin. In: Mols, Manfred/ Lauth, Hans-Joachim/ Wagner, Christian (Hrsg.): Politikwissenschaft: Eine Einführung. S. 23-62. 3. Auflage. Paderborn.

Negt, Oskar/ Kluge, Alexander (1972): Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt am Main.

Neumann, Renate (1991): Das Wilde Schreiben. Graffiti – Sprüche und Zeichen am Rand der Straßen. 2. Auflage. Essen.

Nevaer, Louis E. V./ Sendyk, Elaine (2009): Protest Graffiti Mexico: Oaxaca. New York.

Patzelt, Werner J. (2003): Einführung in die Politikwissenschaft. Grundriss des Faches und studiumbegleitende Orientierung. 5. Auflage. Passau

Philipps, Axel (2007): Schablonengraffiti im Stadtgebiet. Eine empirische Untersuchung der Inhalte und Verteilung (= LFS-Arbeitsbericht Nr. 1). Leipzig.

Philipps, Axel (2008a): Schablonengraffiti im Stadtgebiet (Teil II). Zweite Erhebung zu Inhalten und Verteilung (= LFS-Arbeitsbericht Nr. 2). Leipzig.

Philipps, Axel (2008b): Das politische Schablonengraffiti. Eine Stadtteiluntersuchung (= LFS-Arbeitsbericht Nr. 3). Leipzig.

Philipps, Axel (2009): Motive und Präsenz von Schablonengraffiti im öffentlichen Raum. Dritte Erhebung in einem Stadtgebiet (= LFS-Arbeitsbericht Nr. 4). Leipzig.

Reinecke, Julia (2007): Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld.

Reisner, Robert (1967): Graffiti. Selected Scrawls from Bathroom Walls. New York.

Rhomberg, Markus (2009): Politische Kommunikation. Paderborn.

Sande, Øystein (1971): The Perception of Foreign News. In: Journal of Peace Research 8. S. 221-273.

Schäfers, Bernhard (2006): Stadtsoziologie. Stadtentwicklung und Theorien – Grundlagen und Praxisfelder. Wiesbaden.

Schulz, Winfried (1990): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. 2. Auflage. Freiburg.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (2009): Bauordnung für Berlin.

Online verfügbar unter: [www.Stadtentwicklung.berlin.de/service/gesetzestexte/de/download/bauen/20091118\\_bauobln.pdf](http://www.Stadtentwicklung.berlin.de/service/gesetzestexte/de/download/bauen/20091118_bauobln.pdf)

Simon, Titus (2007): Öffentlichkeit und öffentliche Räume – wem gehört die Stadt? In: Baum, Detlef (Hrsg.): Die Stadt in der Sozialen Arbeit. Ein Handbuch für soziale und planende Berufe. S. 156-172. Wiesbaden.

Snider, Paul B. (1967): Mr. "Gates" Revisited: A 1966 Version of the Case Study. In: Journalism Quarterly 44. S. 419-427.

Stahl, Johannes (1990): Graffiti. Zwischen Alltag und Ästhetik. München.

Van den Berg, Karen (2007): Der öffentliche Raum gehört den anderen. Postheroische Orte, Kaugummis und künstlerische Praxis als Wunschproduktion. In: Jansen, Stephan A./ Priddat, Birger P./ Stehr, Nico (Hrsg.): Die Zukunft des Öffentlichen. Multidisziplinäre Perspektiven für eine Öffnung der Diskussion über das Öffentliche. S. 211-242. Wiesbaden.

Van Treeck, Bernhard (1998): Graffiti Lexikon. Berlin.

Verfassungsschutz, Senatverwaltung für Inneres und Sport (2009): Linke Gewalt in Berlin 2003-2008. Berlin.

White, David Manning (1950): The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. In: Journalism Quarterly 27. S. 383-390.

Wimmer, Jeffrey (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses. Wiesbaden.

Winter, Rainer (1997): Cultural Studies als kritische Medienanalyse. Vom „encoding/decoding“-Modell zur Diskursanalyse. In: Hepp, Andreas/ Winter, Rainer: Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen.

## Internetquellen

---

Alle Internet-Quellen zuletzt eingesehen am 21.02.2010

[www.projectcensored.org](http://www.projectcensored.org) (2010): About Project Censored.

Unter: <http://www.projectcensored.org/about/>

[www.graffitieuropa.org](http://www.graffitieuropa.org) (2010): Definition des Begriffs Graffiti (Norbert Siegl).

Unter: [www.graffitieuropa.org/definition1.htm](http://www.graffitieuropa.org/definition1.htm)

<http://aargb.blogspot.de> (2010): Wir beleben die Provinz. Antifa rgb

Unter: <http://aargb.blogspot.de/spruehschablonen/>

[www.hagalil.com](http://www.hagalil.com) 2010: Ein historisches Foto, drei Biographien und viel dunkle Geschichte.

Unter: [www.hagalil.com/01/de/Juden.php?itemid=330](http://www.hagalil.com/01/de/Juden.php?itemid=330)

inventors.about.com (2010): Inventors – by Category.

Unter <http://inventors.about.com/od/astarinventions/a/aerosol.htm>

www.promoductions.com (2010): Guerilla Media – Stencils – Promoductions GmbH.

Unter: [www.promoductions.com/Potfolio/GuerillaMedia/stencils.php](http://www.promoductions.com/Potfolio/GuerillaMedia/stencils.php)

www.dejure.org (2010): § 303 StGB Sachbeschädigung.

Unter: <http://dejure.org/gesetze/StGB/303.html>

## Anhang 1: Fotodokumentation

### Politische Gruppierungen



Bild 001



Bild 002



Bild 003



Bild 004



Bild 005



Bild 006



Bild 007



Bild 008

### Krieg/ Atomwaffen



Bild 009



Bild 010



Bild 011



Bild 012



Bild 013



Bild 014



Bild 015



Bild 016



Bild 017



Bild 018

Faschismus/ Antifaschismus/ Nationalismus



Bild 019



Bild 020



Bild 021



Bild 022



Bild 023



Bild 024



Bild 025



Bild 026



Bild 027



Bild 028



Bild 029

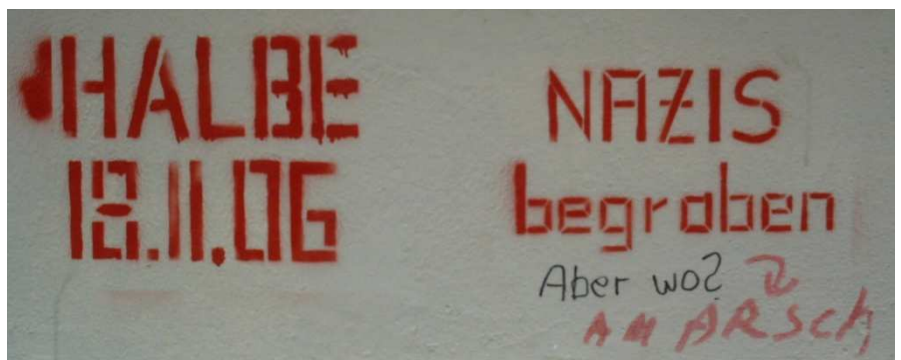


Bild 030





Bild 031



Bild 032



Bild 033



Bild 034



Bild 035



Bild 036



Bild 037



Bild 038



Bild 039



Bild 040

Bild 041

Bild 042

Stadumstrukturierung/ Gentrifizierung/ autonome Freiräume



Bild 043



Bild 044



Bild 045



Bild 046



Bild 047



Bild 048



Bild 049



Bild 051



Bild 050



Bild 052



Bild 053

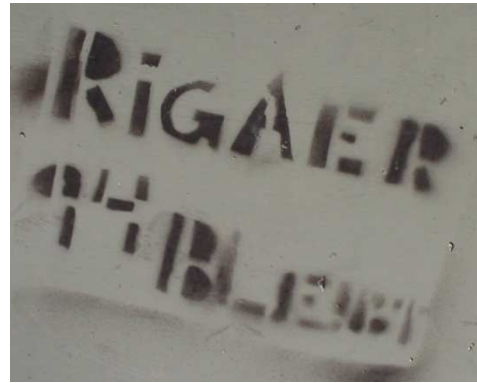


Bild 054



Bild 055



Bild 056



Bild 057



Bild 058

Polizei/ Öffentliche Ordnung/ Anarchie



Bild 059



Bild 060



Bild 061



Bild 062



Bild 063



Bild 064



Bild 065



Bild 066



Bild 067



Bild 068



Bild 069



Bild 070

Graffiti



Bild 071



Bild 072



Bild 073



Bild 074



Bild 075

Aktivismus/ Widerstand



Bild 076

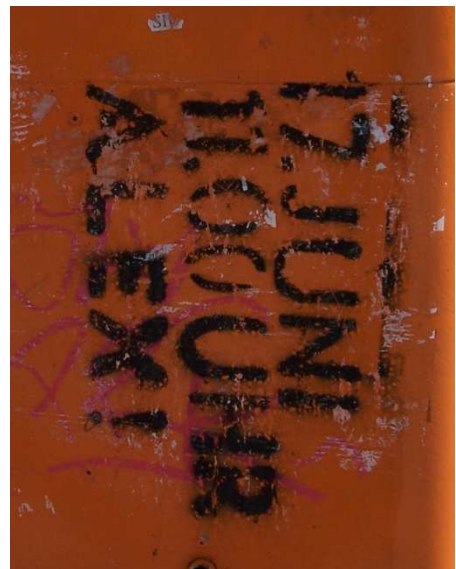


Bild 077





Bild 078



Bild 079

## Überwachung



Bild 080



Bild 081



Bild 082



Bild 083



Bild 084

Strafvollzug/ Abschiebung/ politische Inhaftierung



Bild 085



Bild 086



Bild 087



Bild 088



Bild 089



Bild 090



Bild 091



Bild 092

Kommunismus/ Kapitalismus/ Globalisierung/ Macht-Eliten/ Prekarisierung/ Revolution



Bild 093



Bild 094



Bild 095



Bild 096



Bild 097



Bild 098



Bild 099



Bild 100



Bild 101



Bild102



Bild 103



Bild 104



Bild 105



Bild 106

USA/ BRD



Bild 107



Bild 108



Bild 109

Atomenergie

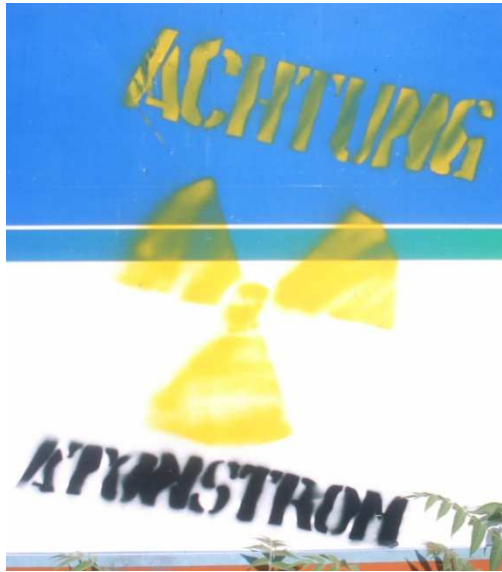


Bild 110



Bild 111

Sexismus/ Feminismus



Bild 112



Bild 113



Bild 114

Mehrfachzuordnungen



Bild 115

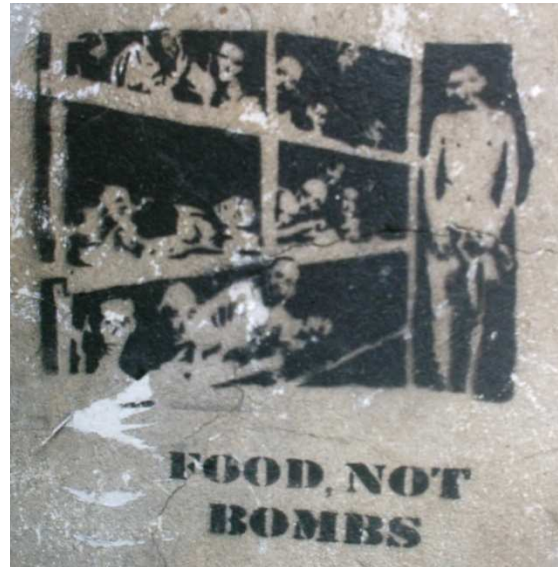


Bild 116



Bild 117

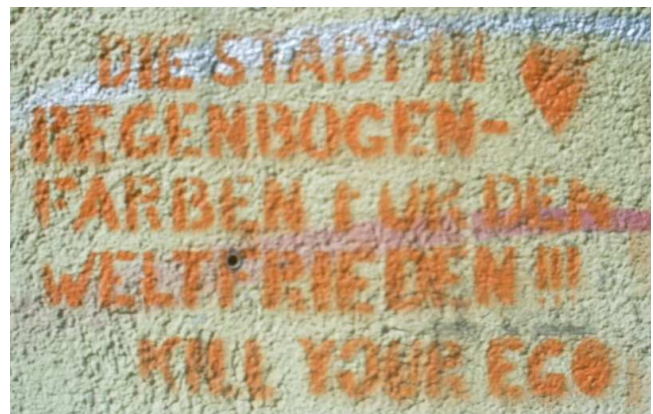


Bild 118



Bild 119



Bild 120



Möglicherweise politische Motive



Bild 121



Bild 122



Bild 123



Bild 124



Bild 125



Bild 126



Bild 127



Bild 128



Bild 129



Bild 130



Bild 131



Bild 132



Bild 133



Bild 134



Bild 135



Bild 136



Bild 137



Bild 138



Bild 139



Bild 140



Bild 141



Bild 142



Bild 143

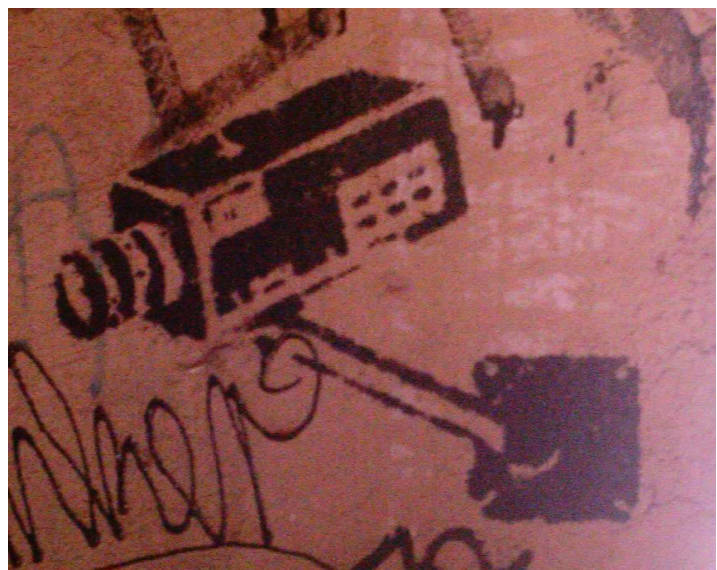


Bild 144



Bild 146

Bild 145



Bild 147



Bild 148



Bild 149



Bild 150

## Anhang 2: Datentabelle

Datum	Fundort	Bild-Nr.	Bild	Text	Thema 1	Thema 2	Position	Gewalt
13.11.2007	Greifswalder Strasse	1	stilisiertes ying-yang-zeichen?	ÜberPartei, www.uepd.de		polit. Gruppierung	pro	
13.11.2007	Greifswalder Strasse	2		<a href="http://www.uepd.de">www.uepd.de</a>		polit. Gruppierung	pro	
13.11.2007	Greifswalder Strasse	3	2 Personen	upd		polit. Gruppierung	pro	
04.09.2007	Boddinstr.	4	Hammer und Sichel	DHKP-C	Kommunismus	polit. Gruppierung	pro	
18.10.2008	Lettestr.	5		Bildung statt Bomben DKP		Bildung/Krieg	pro/con	
27.09.2009	Salvador-Allende-Str.	6	Kajo Wasserhövel	(Kajo SPD)		polit. Gruppierung	pro	
01.10.2009	Revaler Str.	7	Logo der Piraten-Partei			polit. Gruppierung	pro	
05.12.2009	Selkestr.	8	Stern, Hammer und Sichel	Liste 11 DKP	Kommunismus	polit. Gruppierung	pro	
21.12.2007	Grunewaldstr.	9		10.06.89 ja, stören	Aktivismus	Krieg	con	
21.12.2007	Hauptstrasse	10	2 Portraits mit Trauerflor	against us army in south korea, who is next	USA	Krieg	con	
18.10.2008	Lettestr.	11	Stahlhelm, Kalashnikov, Kind?	wanna play?		Krieg	con	
25.11.2009	Boxhagener Str.	12	Friedenstaube mit Bomben		Frieden	Krieg	con	
05.12.2009	Bornsdorfer Str.	13	Panzer=Euro-Symbol	War is Money		Krieg	con	
01.10.2007	Oranienstr.	14	Hubschrauber, Soldaten	Stop		Krieg	con	
06.09.2007	Manteuffelstrasse	15		NATO game over		Krieg	con	
01.10.2007	Warschauer Str.	16		Pershing Cruise Missile Nein		Krieg	con	
16.08.2009	Pistoriusstr.	17	Kopf mit Nuklear-Symbol	who gonna push the button first?		Atomwaffen	con	
13.10.2009	Scharnweberstr.	18	Atompilz	when will i be famous		Atomwaffen	con	
03.09.2007	Kastanienallee	19	Portrait, Stern	Ali Höhler Superstar, Give Fascism the Bullet		Faschismus	con	give bullet
03.09.2007	Kastanienallee	20	Portrait, Schusswunde im Kopf	Horst Wessel Du Nazischwein		Faschismus	con	Einschussloch im Kopf
06.09.2007	Pücklerstr.	21		Nazis begraben		Faschismus	con	begraben
21.12.2007	Ilsestr.	22		Nazis verpisst euch!		Faschismus	con	
06.06.2008	Insel der Jugend	23	Pikto, Hakenkreuz in den Mülleimer			Faschismus	con	
17.05.2009	Charlottenburger Str.	24	Hakenkreuz von Faust zertrümmert	Gegen Nazis		Faschismus	con	Faust zertrümmert
24.09.2009	Wilhelminenhofstr.	25	Flamme	Fascism must burn		Faschismus	con	must burn
27.09.2009	Katzengrabensteig	26	Sterne, eine Person tritt andere zu Boden	Good Night White Pride		Rassismus	con	Person tritt andere
25.11.2009	Rigaer Str.	27	Totenschädel, gekreuzte Knochen	27.01.200(1) No Nazis		Faschismus	con	
04.06.2008	Emser Str.	28	Sterne, Person mit Schirm und Handtasche tritt andere Person	good night white pride		Rassismus	con	Person tritt andere
06.09.2007	Nansenstr.	29	Sterne, Person tritt andere	Good Night White Pride		Rassismus	con	Person tritt andere
05.12.2009	Selkestr.	30		Halbe 18.11.06 (Nazis begraben)		Antifaschismus	pro	
13.11.2007	Amalienstrasse	31		<a href="http://www.reddhalbe.de">www.reddhalbe.de</a> , Nazis aufs Maul	Faschismus	Antifaschismus	pro/con	aufs Maul
21.12.2007	Kulmer Str.	32	vermummtes Gesicht, Flaggen-Symbol	antifascist a??ion		Antifaschismus	pro	

Datum	Fundort	Bild-Nr.	Bild	Text	Thema 1	Thema 2	Position	Gewalt
17.05.2009	Charlottenburger Str.	33	Blüte?	Edelweiß Piraten		Antifaschismus	pro	
27.09.2009	Schnellerstr.	34	Gesicht mit Munschut	Antifa heisst Angriff		Antifaschismus	pro	
01.10.2009	Schlesische Str.	35		Aufmucken Festival		Antifaschismus	pro	
10.10.2009	East-Side-Gallery	36	2 Fahnen im Kreis, Stern			Antifaschismus	pro	
25.11.2009	Rigaer Str.	37	Flaggen im Kreis			Antifaschismus	pro	
04.09.2007	Manteuffelstrasse	38	Flaggen	(Anti)Faschistisch (e) (Ak)tion(n)		Antifaschismus	pro	
01.10.2007	Görlitzer Park	39		Zona Antifa		Antifaschismus	pro	
22.09.2009	Reuterstr.	40	vermummte Person	16 Uhr Antonplatz Rock the Nazis! 21.Mai 05	Aktivismus	Faschismus	pro	
04.09.2007	Naunynstrasse	41	dicker Mann im Unterhemd mit Krone und Flasche	du bist Deutschland	BRD	Nationalismus	con	
05.06.2008	Lychener Str.	42		nationalism i hate that		Nationalismus	con	
22.09.2009	Sonnenallee	43	Haus, Explosion	Privatisierung wird teuer		Stadumstrukturierung	con	Explosion
06.09.2007	Marianenstrasse	44	Stern	nehmen wir uns die stadt zurück	Aktivismus	Stadumstrukturierung	pro	
06.09.2007	Mariannenplatz	45		Smash media Spree, weg mit Stadumstrukturierung		Stadumstrukturierung	con	Smash
03.09.2007	Kastanienallee	46		Yuppisierung ist Apartheit		Gentrifizierung	con	
06.09.2007	Feurig Str.	47	Stern	Köpi bleibt unsa!		autonomer Freiraum	pro	
06.09.2007	Kreuzbergstr.	48		ihr habt die ganze stadt verkauft, köpi bleibt unsa!		autonomer Freiraum	pro	
01.10.2007	Südkreuz	49		Köpi bleibt Risikokapital		autonomer Freiraum	pro	
01.10.2007	Görlitzer Park	50	Stern, Koch? Mit Messer	Yorck59 bleibt, Freiräume erkämpfen		autonomer Freiraum	pro	
01.10.2007	Krossener Str	51		unsa köpi		autonomer Freiraum	pro	
13.11.2007	Am Weissen See	52	brennendes Auto, Polizei?	köpi 137 verteidigen		autonomer Freiraum	pro	brennendes Auto
27.09.2009	Friedrichshager Str.	53		Hände weg vom Mellowpark		autonomer Freiraum	pro	
10.10.2009	Inselstr.	54		Rigaer 94 bleibt		autonomer Freiraum	pro	
13.10.2009	Gormannstr.	55	Anarchisten-A. Umgekipptes Auto (Polizei?)	jede Räumung hat ihren Preis, 18.06.09, Brunnenstr.183, ???	öffentliche Ordnung	autonomer Freiraum	pro	umgekipptes Auto
13.10.2009	Linienstr.	56	Anarchisten-A	Liebig 14 bleibt		autonomer Freiraum	pro	
25.11.2009	Rigaer Str.	57	Mädchen mit verschränkten Armen	Köpi bleibt!		autonomer Freiraum	pro	
17.05.2009	Almstadtstr.	58		Kein Herz für Yuppis		Gentrifizierung	con	
04.09.2007	Waldemar Str.	59	Pikto, vermummter Brandsatzwerfer	Burn Cops		Polizei	con	burn/Brandsatzwerfer
04.09.2007	Waldemar Str.	60	Brandsatz	36 Nic la police, burn cops		Polizei	con	burn
06.09.2007	Muskauer Str.	61	unklar	not arrested copkiller		Polizei	con	Cop-Killer
06.09.2007	Forster Str.	62	Hand mit Sprühdose, brennender Helikopter	Fuck the Police		Polizei	con	brennender Helikopter
01.10.2007	Köpenicker Str.	63	brennendes Polizeiauto	Vorsicht Krisengebiet		Polizei	con	brennendes Polizeiauto
01.10.2007	Wrangel Str.	64	Pikto, eine Person tritt andere zu Boden	Smash BVG, Kontolleurs wegtreten		öffentliche Ordnung	con	smash/wegtreten/Person tritt andere
05.12.2009	Saltykowsrt.	65	brennendes Auto, Sterne	Vorsicht Krisengebiet		öffentliche Ordnung	con	brennendes Auto

Datum	Fundort	Bild-Nr.	Bild	Text	Thema 1	Thema 2	Position	Gewalt
01.10.2007	Köpenicker Str.	66	Anarchisten-A, Picto, Person mit Lanze, Lkw	crash cars!		öffentliche Ordnung	con	crash
04.09.2007	Görlitzer Str.	67	Gasmaske, Brandsätze	Urban Guerilla		öffentliche Ordnung	con	
01.10.2007	East-Side-Gallery	68	Portrait	Louise Michel 1830-1905		Anarchie	pro	
01.10.2007	Oppelner Str.	69	Mensch, Anarchisten A	HAYDI90 A	Prekarisierung	Anarchie	pro	
05.06.2008	Lichtenrader Str.	70	Ratte mit Schild, Anarchisten "A"			Anarchie	pro	
04.09.2007	Lausitzer Str.	71	Berliner Bär mit Farbrolle, Sprühdose	alles vollmalen, pro graffiti, 2006, Aktionstage 22-30.04.06 pro-graffiti.tk	Aktivismus	Graffiti	pro	
04.06.2008	Bergmannstr.	72	Sprüher wird erschossen	why not?		Graffiti	pro	erschossener Sprayer
06.06.2008	Köpenicker Str.	73	Spraydose	One Weapon		Graffiti	pro	
06.06.2008	Kopernikusstr.	74		Plakatieren verboten (übermalt), Schablone geht klar		Graffiti	pro	
22.09.2009	Weserstr.	75	Stern, Gesicht	Bomb! Visual Pollution		Graffiti	pro	
04.06.2008	Danziger Str.	76	Stern	R.A.F.FT euch auf, mila sagt:	polit. Gruppierung	Aktivismus	pro	
16.08.2009	Charlottenburger Str.	77		17. Juni, 11.00 Uhr, Alex!		Aktivismus	pro	
05.06.2008	Kugler Str.	78	Ghandi	satyagraha		Widerstand	pro	
01.10.2007	Görlitzer Bhf	79	Mensch sieht, hört, spricht brennende Überwachungska mera			Aktivismus	pro	
06.09.2007	Hobrechtstr.	80	Wolfgang Schäuble	stasi 2.0		Überwachung	con	brennende Kamera
01.10.2007	Grünberger Str.	81	Überwachungska mera			Überwachung	con	
13.11.2007	Pappelallee	82	Überwachungska mera	watchin' u		Überwachung	con	
06.06.2008	Warschauer Str.	83		Stoppt den Überwachungswahn, politische/kulturelle Aktionen+Workshops, heute Sa 12-???, Raw-Tempel???)	Aktivismus	Überwachung	con	
25.11.2009	Liebigstr.	84	Überwachungska mera	smile u r on tv		Überwachung	con	
05.06.2008	Innstr.	85	???	Knäste zu Baulücken		Strafvollzug	con	
03.09.2007	Kastanienallee	86	Stern	Abschiebeknäste abschaffen, Bleiberecht für alle, 18.März, Tag der politischen Gefangenen	politische Inhaftierung	Abschiebung	con	
06.06.2008	Insel der Jugend	87		Endlich weg (da)mit! ???ste abschaffen		Abschiebung	con	
18.10.2008	Afrikastr.	88		kein Mensch ist illegal		Abschiebung	con	
13.11.2008	Bendastr.	89	Stern	Freiheit für Norbert Brandmeier		politische Inhaftierung	con	
04.09.2007	Boddinstr.	90	Symbol für Weiblichkeit mit Pfeil	Freiheit für Andrea, 8.3.08 14 uhr U-Ebersw		politische Inhaftierung	con	
06.09.2007	Waldemar Str.	91	Stern	Freiheit für die Gefangenen der RAF und action directe, 18 März Tag der politischen Gefangenen	polit. Gruppierung	politische Inhaftierung	con	
04.09.2007	Adalbert-Str.	92	Stern	Freiheit für alle politischen Gefangenen,		politische Inhaftierung	con	

Datum	Fundort	Bild-Nr.	Bild	Text	Thema 1	Thema 2	Position	Gewalt
				18.März Tag der politischen Gefangenen				
22.09.2009	Weserstr.	93	Wesen, Stern	todo para todos		Kommunismus	pro	
05.06.2008	Innstr.	94	Hammer und Sichel, Stern	????		Kommunismus	pro	
03.06.2008	Boddinstr.	95		Kapitalismus Raus		Kapitalismus	con	
03.06.2008	Boddinstr.	96	Stern	capitals!m k!lls		Kapitalismus	con	kills
05.06.2008	Innstr.	97	Pikto, Person hält zweiter Person Pistole an den Kopf	Capitalism		Kapitalismus	con	Pistole an Kopf gehalten
13.11.2007	Greifswalder Strasse	98	Portrait, Carlo Giuliani	Genua 2001 ??? unvergessen		Globalisierung	con	
06.09.2007	Ohlauer Str.	99		200 km bis zum G8!	Aktivismus	Globalisierung	con	
06.09.2007	Gotenstr.	100	McDonals M	fuck mcworld		Globalisierung	con	
01.10.2007	Schlesisches Tor	101	Figur ersteigt Berg (Kothaufen?) mit Flagge	Gipfelstürmer		Globalisierung	con	
01.10.2007	Krossener Str	102		Move against G8		Globalisierung	con	
05.06.2008	Schillerpromenade	103		noG8 camp06.org	polit. Gruppierung	Globalisierung	con	
06.09.2007	Görlitzer Str.	104	Handgranate	(für bonzen)		Macht-Eliten	con	Handgranate
06.09.2007	Waldemar Str.	105	Heiligenbild	San Precario		Prekarisierung	con	
05.06.2008	Innstr.	106	Person mit Strumgewehr, rauchend	Zapata Vive!		Revolution	pro	
13.11.2007	Greifswalder Strasse	107	Flagge der USA	FACIST		USA/Faschismus	con	
13.11.2007	Greifswalder Strasse	108		god s(h)ave america		USA	con	
04.09.2007	Görlitzer Str.	109	Bundesadler am Galgen			BRD	con	
06.06.2008	Köpenicker Str.	110	Radioaktivitäts-Symbol	Achtung Atomstrom		Atomenergie	con	
25.11.2009	Rigaer Str.	111		Castor Stoppen Frühjahr 2001 Infotel. 030/2619812	Aktivismus	Atomenergie	con	
06.09.2007	Auguststr.	112	Space Invader	Space Invaders against Sexism		Sexismus	con	
06.09.2007	Sanderstr.	113	Zeichen für Weiblichkeit als Keule?	Sexismus Raus		Sexismus	con	
06.09.2007	Muskauer Str.	114	Symbol für Weiblichkeit mit Faust			Feminismus	pro	
13.10.2009	Linienstr.	115		Bundeswehr raus aus den Schulen, Wählt DKP		Krieg/polit.Gruppierung	con/pro	
25.11.2009	Rigaer Str.	116	Menschen im KZ	Food, not Bombs		Hilfe/Krieg	pro/con	Bombs/Kz-Häftlinge
04.09.2007	Marianenstrasse	117		Kapitalismus+Politik=Krieg		Kapitalismus/Krieg	con	
04.09.2007	Muskauer Str.	118	Herz?	Die Stadt in Regenbogenfarben für den Weltfrieden!!! Kill your ego		Graffiti/Frieden	pro	
25.11.2009	Rigaer Str.	119	Bush, Bin Laden	Krieg ist Terror		Krieg	con	
06.09.2007	Manteuffelstrasse	120		Solidarität und freie Bildung!! Bildungstreik2009.de		Solidarität/Bildung	pro	



## Anhang 3: Übersicht zur Kategorienbildung

Begriffe und Symbole im Material				Gruppierung	Kategorien
Bombs	Pershing	Cruise Missile		Waffen	Abschiebung
US-Army	NATO	Bundeswehr		Armee	Aktivismus
		War		Krieg	Anarchie
		Atompilz		Atomwaffen	Antifaschismus
				Terror	Atomenergie
Fascism	Facist	Nazi		Faschismus	Atomwaffen
		Nationalism		Nationalism	Bildung
		White Pride		Rassismus	Faschismus
Antifa	Antifascist	Edelweiss-Piraten		Antifaschismus	Feminismus
Abschiebeknäste	Bleiberecht	illegal		Abschiebung	Freiräume
		Knäste		Strafvollzug	Frieden
Freiheit	RAF	Action Directe		politische Inhaftierung	Gentrifizierung
Control	Stasi 2.0	Überwachungswahn	TV	Überwachung	Globalisierung
		Sexism		Sexismus	Graffiti
Police	Cops	Copkiller		Polizei	Hilfe
G8	Genua	Gipfelstürmer	Mc World	Globalisierung	Kapitalismus
Privatisierung	Media Spree	Yuppisierung	Apartheid	Stadtumstrukturierung	Kommunismus
Räumung	Köpi 137	Yorck 59	Liebig 14	Freiräume	Krieg
Rigaer 94	Mellowpark	Brunnenstrasse 183			Macht-Eliten
		Bildungsstreik		Bildung	Nationalism
Money	Capitalism	Capitals!m		Kapitalismus	öffentliche Ordnung
		Kontrolleurs	BVG	ÖPNV	polit. Gruppierungen
Deutschland	America	South Corea		Staaten	politische Inhaftierung
	Castor	Atomstrom		Atomenergie	Polizei
		Satyagraha		Widerstand	Prekarisierung
			Food	Hilfe	Rassismus
				Solidarität	Revolution
Bomb	Schablone	Visual Pollution		Graffiti	Sexismus
	Plakatieren	Regenbogenfarben			Solidarität
uepd	DHKP-C	DKP	SPD	polit. Gruppierungen	Staaten
upd	RAF	action directe			Stadtumstrukturierung
		Mahatma Ghandi		polit. Akteure	Strafvollzug
		Yuppisierung		Gentrifizierung	Überwachung
	Friedenstaube	Weltfrieden		Frieden	Widerstand
	DKP	Hammer und Sichel		Kommunismus	
		Anarchie-Symbol		Anarchie	
		ja, stören		Aktivismus	
		Bonzen		Macht-Eliten	
Symbol für Weiblichkeit mit Faust				Feminismus	
	Brandsätze	brennende Autos		öffentliche Ordnung	
		San Precario		Prekarisierung	
		Zapata		Revolution	