

Glossar

Adbusting	Adbusting setzt sich aus advertising (engl. = Werbung) und to bust (engl. = wegmachen, zerstören) zusammen und beinhaltet das Verfremden und Verfälschen von Reklame, Markennamen, Logos und Slogans zum Zweck der kritischen Antiwerbung.
Battle	(engl. = Kampf) Wettbewerb zwischen Graffiti-Writern. Es gibt „wilde“ und „geregelt“ Battles. Bei geregelten Battles bekommen die Writer gleichgroße Flächen, die gleiche Anzahl an Dosen sowie die gleiche Zeit zum Besprühen einer Wand.
Blowing-Up	(engl. to blow up = Vergrößern): In der Urban Art werden Vergrößerungen v.a. durch technische Hilfsmittel (Computer) vorgenommen. So kann ein Motiv in ein riesiges Format (z. B. bei Cut-Outs) übertragen werden.
Bombing	Massenhaftes Verteilen (Bombardieren) von Stickern, tags u. a. Das Bombing wird in Form von Seed-Bombs (Beuteln mit Saatgut) auch im Guerilla Gardening verwendet.
Character	Bildhafte, figürliche Darstellung von Mensch, Pflanze oder Tier.
Crews	Gruppen, die gemeinsam arbeiten.
Crossing	(engl. to cross = durchkreuzen): bezeichnet – in der Graffiti-Szene – das Übermalen eines anderen Namens bzw. Graffitis.
Culture Jamming	Störung kultureller (v. a. massenmedialer) Kommunikation mit dem Ziel, deren Strategien zu durchleuchten und / oder alternative, oppositionelle Lesarten anzubieten. Es entstehen u. a. vermeintliche Werbespots oder Plakate, die die Sprache der Werbeindustrie imitieren, ihre Botschaften jedoch umkehren.
Cut-Out	Ein Motiv wird auf Papier ausgedruckt bzw. gezeichnet und entlang der Umrisslinie ausgeschnitten. Cut-Outs werden mit Tapetenkleister an Häuserwände und Mauern geklebt.
Flashmob / Flash	(engl. flash = Blitz) (engl. mob = aufgewiegelte Volksmenge, Pöbel) Flashmobs (kurz: Flashes) sind kurze, scheinbar spontane Menschaufläufe auf öffentlichen oder halböffentlichen Plätzen, bei denen sich die Teilnehmer persönlich nicht kennen und ungewöhnliche Dinge tun. Flashmobs werden über Online-Communitys, Weblogs, E-Mail oder Handy organisiert.
Gentrifizierung	Beschreibt einen sozialen Umstrukturierungsprozess in einem (armen) Stadtteil. Der Stadtteil wird durch den Zuzug von Menschen mit kulturellem Kapital und höherem Einkommen aufgewertet, dadurch kommt es zu Verdrängungsprozessen der ursprünglich ansässigen Bevölkerung.
Getting-Up	Bekanntwerden bzw. Bekanntmachen des Aliasnamen sowohl innerhalb als auch außerhalb der Szene.
Making-Of	(Einsichten in den) Entstehungsprozess.

- Murals** (engl. = Wandbild): Murals sind fassadenfüllende Bilder, bei denen auch die Architektur eines Gebäudes bzw. des Umraumes mit einbezogen wird.
- Paste-Up** Ein mit Kleister und Leim aufgezogenes Plakat.
- Roll-On** Direkter Farbauftrag mithilfe einer Malerrolle. Diese Technik wird benutzt, um bisher unerreichbare Orte zu bemalen.
- Segregation** Segregation beschreibt die räumliche Verteilung / Ausgrenzung von Bevölkerungsgruppen in einer Stadt nach Merkmalen wie sozialer Schicht, ethnisch-kulturellem Hintergrund oder Lebensstil.
- Sell-Out** Ein Akteur wird des Sell-Outs (engl. = Ausverkauf) beschuldigt, wenn er den Anschein erweckt, dass Geldverdienen für ihn die Hauptmotivation für das Anbringen von Arbeiten im urbanen Raum ist.
- Stencil** Stencils oder Pochoirs (frz. = Schablone) nennt man die Arbeiten, die mithilfe einer Schablone auf Wände und Mauern gesprüht oder gemalt werden.
- Sticker** Aufkleber, die im öffentlichen Raum angebracht werden.
- tag** (engl. = Markierung, Etikett, Schild): Signaturkürzel, welches das Pseudonym eines Writers darstellt. Häufig als „Unterschrift“ unter gesprühten Bildern (Graffiti) zu finden, gilt aber auch in der jugendlichen Gang-Kultur als territoriale Markierung.
- Tape-Art** Es entstehen Bilder und Objekte durch die Verwendung von Klebeband. Klebeband lässt sich auch ziehen und dehnen, sodass nicht nur gerade, sondern auch gebogene Linien geklebt werden können.