

Räumliche Konversionen / kulturelle Effekte / urbane Übersetzungen

Peter MÖRTENBÖCK

Dipl.-Ing. Mag. Dr. Peter Mörtenböck, TU Wien, Institut für künstlerische Gestaltung, Karlsplatz 13, A-1040 Wien
pmoerten@email.archlab.tuwien.ac.at

Der Autorname hat seinen Ort nicht im Personenstand der Menschen, nicht in der Werkfiktion, sondern in dem Bruch, der eine bestimmte Gruppe von Diskursen und ihre einmalige Seinsweise hervorbringt. Folglich könnte man sagen, dass es in einer Kultur wie der unseren eine bestimmte Anzahl von Diskursen gibt, die die Funktion ‚Autor‘ haben, während andere sie nicht haben. (...) Ein anonymer Text, den man an einer Hauswand liest, wird einen Verfasser haben, aber keinen Autor. Die Funktion Autor ist also charakteristisch für Existenz-, Verbreitungs-, und Funktionsweisen bestimmter Diskurse in einer Gesellschaft.

(M. Foucault, *Was ist ein Autor?* 1974/1999, 38)

Im Blickwinkel der heute vorhandenen technologischen Möglichkeiten digitaler Aufzeichnung, Vervielfältigung, Manipulation und Distribution stellt sich die Frage, ob die von Foucault so klar skizzierten Verhältnisse von anonymen Verfassern und individualisierten Autoren nicht grundlegend neu zu überdenken sind. Aufgrund der Hands-On-Erfahrung des Internets ist der diktierte Blick auf das Objekt zu einem Do-it-yourself-Ansatz und zu einem unüberschaubaren Austausch von Bildern über uns geworden. Inmitten dieses Umbruchs ist nicht zuletzt die Produktion von Architektur selbst herausgefordert, ihre Rolle neu zu denken. Gibt es den post-strukturalistischen, post-kolonialen, post-urbanen Autor?

Ich möchte mich dieser Frage über die Beschäftigung mit zwei Aspekten von urbaner Kultur nähern, die gegenwärtig zu einigen entscheidenden Veränderungen innerhalb dieser Kultur führen, und zwar nicht in einer Lesart, die diese Aspekte als geschlossene Kategorien versteht, sondern ich werde mich vor allem damit befassen, in welche neuen Verbindungen sie miteinander eintreten: Zum einen ist das die Frage des Strebens nach Identifizierungen in unserer urbanen Umwelt – eine Suche nach urbanen Rollen und Bedeutungen, die einen selbst mit den neuen kulturellen Imperativen unserer Zeit besser in Übereinstimmung bringen sollen. Zum anderen geht es um die neuen technologische Möglichkeiten, wie sie heute in planerischen Überlegungen und in Prozessen der Stadterneuerung zum Ausdruck kommen, wobei diese Möglichkeiten oft nur eine Protorealität für zukünftige urbane Szenarien ausbilden und damit aber bereits die Veränderung urbaner Erfahrung entscheidend vorantreiben.

1. VOM FLANEUR ZUM INTERNET

Dem Konvergieren dieser beiden Aspekte – einer veränderten Suche nach Identifizierungen auf der einen Seite und der Erweiterung unserer technologischen Möglichkeiten auf der anderen Seite – entsprechend, erscheint es sinnvoll sich zunächst mit einigen Leitfiguren dieser Entwicklung auseinandersetzen, durch die unsere Vorstellungen von Stadt geprägt sind: Der theoretische Apparat, mit dem wir an die Erklärung von urbaner Erfahrung im Zeitalter der Moderne herangehen, bevorzugt Begriffe wie Entfremdung, Unruhe, Masse oder Schock als zentrale Figuren der Erfahrung urbaner Modernität.

Das Individuum der Moderne befindet sich in einer beobachtenden Distanz zur Masse. Sein Begriff der Identität entsteht dabei gerade aus dieser Distanz heraus – aus dem, was nicht mit anderen geteilt wird, aus dem Anonymen und Privaten. Diese charakteristische Form von Identität in der Moderne wurde in Film, Literatur, Wissenschaft und Alltag zu anschaulichen Bildern und Erzählungen verdichtet. Der Flaneur, wie wir ihn von Baudelaire und Benjamin kennen, ist die klassische Gestalt solcher Erzählungen, in denen diese distanzierte Beziehung zwischen der Stadt und dem Subjekt der Moderne ausgedrückt wurde. Der Flaneur, der sich selbst in den Schaufenstern der Warenwelt spiegelt und in Gestalt dieser Spiegelung im Bild der Stadt präsent ist.

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts wird das lokale Schaufenster, das die Stadt des Flaneurs symbolisiert, in seiner kulturellen Bedeutung zunehmend von Internet-Shopping und globaler elektronischer Bildkultur abgelöst. Digitale Medien verlagern die Identitätserfahrung, sich selbst in einem gemeinsamen Rahmen mit den Versatzstücken eines erstrebten kulturellen Milieus zu sehen, vom Stadtraum auf den Bildschirm. Gleichzeitig ist umso mehr zutreffend, dass auch der Flaneur und die Flaneuse des neuen Millenniums sich selbst sehen und erfahren wollen. In einer neuen Reklameserie von Calvin Klein wird diese gesuchte Identifizierung als reale Möglichkeit suggeriert, per Email den begehrten Idealen authentischer Stadtkultur nahe zu sein. Hier werden junge Durchschnittsmenschen in ihren unaufgeräumten Stadtapartments gezeigt, wie sie 30 Sekunden lang nicht anderes tun als einfach nur abzuhängen. Jeder der Werbeclips dieser Serie endet mit der Einblendung einer Emailadresse, die der gezeigten Person zu gehören scheint. Wir können, so die Werbung, über diese Adresse mit unseren Wunschbildern in persönlichen Kontakt kommen. Was in diesen Bildern für uns erreichbar gemacht wird, ist nicht ein Produkt, das wir haben wollen, sondern etwas, das wir sein wollen. Von einem psychoanalytischen Verständnis ausgehend können wir sagen, dass mit dem fortschreitenden Brüchigwerden unseres Glaubens an vorhandene Symbolordnungen und Autoritäten in unserer Gesellschaft keineswegs die Macht dieser Systeme gebrochen ist, sondern lediglich Ersatzinstanzen geschaffen werden, entlang deren Idealentwürfen wir Identifikationen ausbilden.

Was urbanes Leben im Zeichen heutiger Medienkultur betrifft, verändern sich so die Figuren der Moderne, die Identität durch das Getrennte, das Private und das Anonyme herzustellen versprochen, zugunsten einer bestimmten Form von persönlicher Nähe zu jenen, die für uns entfernt bleiben (und aufgrund ihres phantasmatischen Charakters auch entfernt bleiben müssen). Anders als in der Stadt der Moderne identifizieren wir uns heute immer mehr über das, was wir mit anderen teilen. So ist eine der Forderungen, die das Medienzeitalter an uns stellt, die der andauernden Verbundenheit. Dies geschieht durch ein immer größeres Aufgebot an Bildern, Bezeichnungen und Texten, die entfernte Subjektivitäten mittels Identifizierung und räumlichen Phantasien erreichbar erscheinen lassen. Abseits der bisherigen Dimensionen von Stadt als starres Gefäß einer entfremdeten Masse ist dieses Aufgebot nun dabei, einen neuen Maßstab anzunehmen, der nicht nur in psychische Strukturen eingreift, sondern auch die materiellen Elemente der Stadt entsprechend seinen eigenen Gesetzmäßigkeiten neu organisiert.

Als in der englischen Stadt Norwich im Sommer 2001 eine Parkbank mit Internet-Zugang von Microsoft aufgestellt wurde, sprachen erste Berichte von einer großen Begeisterung der anwohnenden Bevölkerung über diese neue Idee. Diese Parkbank, die über eine

Modemverbindung mit vier Anschlüssen verfügt, soll beispielsweise – wie in der Abbildung illustriert – möglich machen, dass besonders geschäftstüchtige Menschen ihre Berichte noch in der Mittagspause vom Laptop weg per Email verschicken können. Der kulturelle Imperativ der Verbundenheit drückt sich hier gleich doppelt aus: einerseits als virtuelle Verbindung über das Internet und andererseits – und das ist der dabei interessantere Aspekt – über das Identifizieren des Betrachters mit einem idealisierten Bild, das den öffentlichen Raum mit einem spezifischen Ausdruck von prosperierender Lebenskultur, Erfolgsbewußtsein und sozialem Prestige zeichnet und gestaltet. Internet-Generation und Stadtumraum modellieren einander hier in gegenseitigen Reflexen entlang den Gentrifizierungsschüben innerstädtischer Areale.

Die heute stattfindende Gentrifizierung solcher Gebiete braucht Bilder dieser Generation, die zum Identifizieren anregen können genauso dringend wie neue Technologien, die in vorhandene und veraltete Stadtstrukturen eingefädelt werden. So wird in einem Prozeß von urbanen Übersetzungen zwischen Materialien, Subjekten und den Dimensionen ihres Begehrens das Bild eines zukünftigen Kollektivs gemalt, das die rundum erneuerte Stadt mit sichtbarer Präsenz bewohnen wird. Die Neuformulierung von öffentlichem Raum in diesen Stadtgebieten ist somit ganz wesentlich am Entstehen einer direkten räumlichen Überblendung der vorhandenen oder geplanten baulichen Artefakte mit den Subjektbildern der Zielklientel interessiert.

2. DIE ÜBERLAGERUNG DES LOKALEN

Der New Yorker Times Square hat dies in einem erweiterten Maßstab mit einer hypermedialen Fassade an einem Haus von Disney/ABC vorgemacht. Diese Fassade lädt nicht nur zum Sehen ein, sondern inszeniert den Stadtraum in der Art eines interaktiven Terminals. Das lange Zeit wiederholte Bild des Times Squares als Inbegriff der Großstadt der Moderne mit ihren schockierenden und anonymen Randzonen ist scheinbar plötzlich durch die räumliche Präsenz neuer Technologien entkräftet worden. An seine Stelle ist eine Kultur des Mitspielens getreten, in der eine neue Generation einen gleichsam schrankenlosen Zugriff auf „alle Teile“ der Stadt bekommt. Die Entwicklung von derartigen kulturellen Effekten und urbanen Gestaltungen benötigt das Begehren, selbst zu dieser Generation zu gehören, also Identifikationen mit einer bestimmten Art von Umbruchkultur aufnehmen zu wollen, deren Ziel es ist, die Stadt neu zu schreiben.

Mit einem solchen Phänomen scheinen wir es bei der jüngsten Gebietsaufwertung des Londoner Stadtteils Bankside im Bezirk Southwark zu tun zu haben: Bankside, ein zentrales, durch Eisenbahnviadukte, leerstehende Lagerhallen und verlassene Bürohochhäuser stark fragmentiertes Viertel mit einer äußerst kontrastierenden Identitätspolitik, liegt unmittelbar südlich der Themse und ist in jüngster Zeit durch die Eröffnung von Tate Modern („Bankside Tate“), Millennium Bridge, Globe Theatre und einer neuen U-Bahn-Linie zu einem wichtigen Anziehungspunkt für den Tourismus in London geworden. Damit verbunden hat ein tiefgehender Wandel auf Makro- und Mikroebenen eingesetzt, der die vorhandene Identität des Gebiets stark beeinflusst.

Über lange Zeit war diese Gegend dadurch definiert, wo sie nicht ist: östlich von South Bank und südlich der City. Jetzt wird seitens der Bezirksverwaltung der Versuch unternommen, den Zustrom von Millionen an Besuchern dafür zu nutzen, eine eigene Identität unter dem Namen Bankside zu kreieren, um das Gebiet auf diesem Weg sanft zu erneuern. Nun ist im Zusammenhang mit den begonnenen Bezeichnungs- und Identitätspraktiken aber ein äußerst kontroversiell geführter Diskurs über Funktion und Nutzen dieses Gebiets als öffentlicher Raum entstanden, der das soziale und ökonomische Gefälle zwischen lokaler Bevölkerung und anvisierten neuen Nutzern widerspiegelt. Es stellen sich zahlreiche Grundfragen: Mit welchem Anspruch kann die Identität eines Stadtgebiets „künstlich“ geschaffen werden? Auf welche verschiedene Arten ist die Identität eines Ortes mit den jeweiligen Personen, die sich dort aufhalten, verknüpft? Gibt es die wirkliche oder wahre Identität eines Gebiets? Kann ein Weg der Erneuerung darin bestehen, eine zumeist als „historisch gewachsen“ bezeichnete Bedeutung aufzuspüren und an ihr anzuknüpfen? Gibt es „authentischere“ Bezeichnungen oder „wirkliche“ Autoren und haben diese mehr Berechtigung als andere? Wie werden über solche Einschreibungsvorgänge Kollektivitäten geformt und performiert? Die Gefahr, die sowohl Befürworter als auch engagierte Gegner urbaner Veränderungsprozesse betrifft, besteht darin, an einer Vergangenheit festzuhalten, die nur als Bild präsent ist. In diesem Prozeß sind Kollektivitäten oft in Bilder ohne zugewiesene Bedeutung eingeschrieben, gerade wenn in solchen Umbruchsituationen das im Bild präsente Kollektiv häufig verschwindet oder bereits verschwunden ist. Bevölkerungsgruppen ziehen etwa aus dem Gebiet aus und hinterlassen in ihrer Abwesenheit Vergangenheitsmythen in Form von Bildern und Bezeichnungen. Die im Bild und Zeichen gesehene Beweiskraft regt leicht dazu an, einer „wahren“ Geschichte nachzuspüren, die mehr Berechtigung hätte als andere Erzählungen. Die Prozeßhaftigkeit dieser Mythenbildung hat etwa Gayatri Spivak an den Konflikten um die Gentrifizierung des New Yorker Stadtteils Harlem festgemacht, in denen Bürgerinitiativen für eine denkmalpflegerische Konservierung der gegenwärtigen städtischen Texturen kämpfen. Der Umstand, dass jemand etwas gesagt hat, macht aber dessen Aussage nicht authentischer, sondern addiert lediglich eine Meinung zu anderen.

3. KUNST UND STÄDTISCHE VERÄNDERUNG

In diesem Unternehmen des Spurenlesens und Fährtenlegens in der Stadt hat Kunst eine vielfältige Bedeutung. Rosalyn Deutsche und Cara Ryan berichteten in ihrem Essay *The fine art of gentrification* (1984, 91-111), wie die beispiellose Vermarktung von Kunst in den 1980er Jahren mangels politischer Selbstreflexion der Künstler begann, dominante Kultur zu reproduzieren. Graffiti verlagerte sich von der Straße in die Kunstgalerie. Streetstyle wurde chic. Neil Smith (1996, 19) argumentiert am Beispiel des New Yorker East Village, dass Kunst die Umgebung zähmte, indem sie eine exotische, aber letzten Endes zuträgliche Gefahrenzone inszenierte, die das East Village zu einer abgepackten Ware mit verkaufbarer „Persönlichkeit“ werden ließ und dadurch einen Bedarf am Immobilienmarkt erzeugte. Die in den 1980er Jahren einsetzende Kulturindustrie, die dieses Gebiet als kulturelles Mekka repräsentierte und patronisierte, zog Touristen, Konsumenten, Galeriebesucher und Immigranten an, die alle Teil des folgenden Gentrifizierungsprozesses wurden.

Auch im Fall Banksides ist es Kunst, die im Mittelpunkt des städtischen Veränderungsprozesses steht. Zum einen durch Herzog und de Meurons Errichtung der Tate Modern, einem der weltweit bedeutendsten Museen moderner Kunst, das im Mai 2000 eröffnet wurde und bereits jetzt ein völlig neues Massenpublikum in das nähere Umfeld schleust. Zum anderen durch die 1996 von der

Bezirksbehörde Southwark gemeinsam mit der Londoner Architecture Foundation gestartete *Southwark Design Initiative*: In den letzten Jahren entstanden zahlreiche künstlerische Interventionen an Bauanlagen, Häusern, Plätzen und Straßen, die über ein größeres Areal verstreut das Gebiet Bankside markieren und bei denen sowohl das Bezeichnen des Raums als auch das Kommunizieren über den Raum mit seinen Bewohnern im Mittelpunkt stehen. Auf beiderlei Arten, auf diskursivem Weg und als künstlerische Intervention, wurden bewußt neue Texte, Lesarten und Bilder zu Bankside entworfen, die sich zum Vorhandenen addieren, den gegebenen physischen Raum und seine Identitätspolitik nun überlagern und ihn einzunehmen beginnen.

Ausgangspunkt einer Kritik dieser Arbeiten kann Henri Lefebvres Feststellung sein, dass Räume nie per se existieren, sondern gleichzeitig mehrfach vorhanden sind und durch konkurrierende Nutzungen und Symboliken immer wieder neu hergestellt, verhandelt und kodiert werden (LEFEBVRE, 1991, 16-18). Kodes sind ein wichtiger Bestandteil in der Interaktion zwischen Subjekten und räumlicher Umgebung. Ein Projekt von East Architects im Rahmen der Southwark Design Initiative, in dem die Namen der Lokale einer Geschäftsstraße in Bodenplatten aus Terazzo vor den Eingängen wiederholt werden, zeigt bildhaft, wie wir kulturelle Inskriptionen fassen: nicht über ein Ausschneiden und Einfügen, sondern über ein Kopieren und Einfügen. Hier wird das wiederholt und niedergeschrieben, was namentlich vorhanden ist. Vor den Geschäften ist eine umfassende 1:1 Kartographie, ein Einguß ihrer Aktivitäten entstanden; ein geschichtlicher Moment wird vor Ort festgehalten. In einigen Fällen hat mittlerweile der Besitzer des Lokals gewechselt, sodass beispielsweise vor dem Gebäude eines Bankunternehmens nun der Name des Konkurrenten im Boden eingeschrieben ist. Der Name als Repräsentation des Objekts beginnt hier seine Bedeutung zu verlieren. Solche Differenz legt, wie Derrida argumentiert hat, nahe, dass Bezeichnung nur stattfinden kann, weil eben keine Identität zwischen Zeichen und Bezeichnetem besteht, sondern immer ein zwingender Rest vorhanden ist, der nicht das Zeichen und nicht sein Ort ist.

Dem trägt auch eine von Caruso St John Architects' Arbeiten für Bankside Rechnung, die aus großformatigen Inskriptionen des Namens Bankside an verschiedenen Schauplätzen in Southwark besteht. Ohne eine Trennung zwischen den vorhandenen Oberflächen der Stadt und dem neuen Text, eine Zwischenlage oder einen neutralisierten Untergrund für die Schriftzüge vorzubereiten, schreibt sich der Name über vorhandenes Graffiti, entlang von Mauerkanten und auf das Gewebe eines Drahtgitters. Mit seinen riesigen Lettern an Wänden und Fassaden benutzt das Projekt die kommerzielle Sprache des Brandings, mit der sonst Waren angeboten und beworben werden. Ein Schriftzug befindet sich unter einem Eisenbahnviadukt, ein anderer am Gitterzaun eines Kinderspielplatzes, ein dritter an der Uferbefestigung der Themse nahe der Tate Modern. Letzterer wird nur bei Ebbe sichtbar, wenn der Wasserpegel niedrig genug ist. Entgegen der Dauerhaftigkeit des Warencharakters, der mit Branding assoziiert ist, thematisieren die gewählten Materialien von Caruso St Johns Schriftzügen das Vorläufige und Flüchtige des als Bankside Bezeichneten: das Verschmutzen weißer Farbe in einer Autounterführung; das Rosten von Stahl durch Witterungseinfluß; das Versinken und Vermodern von Holz im Wasser der Themse. Am Ende werden die Schriften Caruso St Johns von anderen Texten überlagert sein, die sich gegen die Bezeichnung Bankside behaupten und zugleich selbst zum textuellen Gewebe von Bankside geworden sind.

Solche Arbeiten reflektieren den theoretischen Diskurs der letzten Jahrzehnte, in dem seitens verschiedener intellektueller Projekte, Dekonstruktivismus, Feminismus, kritischer Theorie, Cultural und Postcolonial Studies, gegen das historische Modell des isolierten Autors und des Schreibens als Manifestation von Autorenschaft Modelle einer oppositionellen Politik des Lesens entwickelt wurden, die neue Bedeutungen in dargebotenen Texten und alternative Praktiken des Lesens und Schreibens hervorgebracht haben. Die Kritik des Lesers verfolgt in diesen Projekten das Ziel, andere lexikalische Systeme aufzusuchen, die eine Bedeutung dafür anbieten, was an Bildern und Allegorien vorhanden ist, indem sie diese übersetzt und transformiert (SPIVAK, 1999, 98).

Wenn wir uns daher die Frage stellen, welche kulturellen Effekte im urbanen Verteilungskreislauf von kollektiven Phantasien, Bildern und Einschreibungen in diesem Zusammenwirken von neuen urbanen Subjektentwürfen und technologischen Möglichkeiten entstehen, dann liegt einer der Schlüsselpunkte im Begehren, Teil einer Form von phantasierter Kollektivität zu sein, die in urbanen Umbrüchen in Ablöse alter Phantasien von Kollektivität erst hervorgebracht wird und dabei neue Bilder entstehen läßt. Ein solches Verständnis zeigt, dass dieses Phänomen nicht nur Gentrifizierung bedeuten kann oder nur Migration, Gebietsaufwertung oder Kulturveränderung etc., sondern dass hier ein bestimmter Sinn von Zugehörigkeitsstreben und Identifizierungswunsch vorliegt, der eine entsprechende Räumlichkeit sucht, gleichzeitig aber Wertsysteme entwickelt, die kulturelle Ein- und Ausschlüsse regulieren und urbane Bedeutungen festlegen.

Die Produktion von Architektur findet sich in ihrer Positionierung und Autorität dabei grundsätzlich zu einer Neuschreibung ihrer Rolle herausgefordert: welche Konsequenzen hat es, wenn in diesen Prozessen städtischer Gebietsveränderung genau jene Bilder, Texte und Einschreibungen eine tragende Wirkung für die räumliche Neudefinition einer Gegend ausüben, die scheinbar fernab von jeder geplanten Gestaltgebung im Einsatz sind? Entscheidend für das Verständnis solcher urbanen Übersetzungen ist, dass sich das artikulierte Begehren nicht darauf richtet, etwas zu *bekommen*, sondern etwas zu *sein*.

LITERATUR

- DEUTSCHE, R. & RYAN, C.G.: The Fine Art of Gentrification. October 31, 1984
 FOUCAULT, M.: Was ist ein Autor? Zit. nach ders.: Botschaften der Macht. Der Foucault Reader. Stuttgart, Dt. Verlagsanst., 1999
 LEFEBVRE, H.: The Production of Space. Oxford, Blackwell, 1991
 MÖRTENBÖCK, P.: Die virtuelle Dimension: Architektur, Subjektivität und Cyberspace. Wien, Böhlau, 2001
 SPIVAK, G.C.: A Critique of Postcolonial Reason. Cambridge, MA, Cambridge University Press, 1999