

**RESOURCE ARCHITECTURE – XXI WORD CONGRESS OF ARCHITECTURE
22 TO 26 JULY 2002 IN BERLIN**

Workshop 06 Conversion and Revitalisation

Name Prof. Dr. Peter Mörtelböck

Beitrag R 595 – Peter Mörtelböck

Räumliche Konversionen /kulturelle Effekte /urbane Übersetzungen

Prof. Dr. Peter Mörtelböck, TU Wien, Institut für künstlerische Gestaltung, Karlsplatz 13, A-1040 Wien

Der Automate hat seinen Ort nicht im Personenstand der Menschen, nicht in der Werkfiction, sondern in dem Bruch, der eine bestimmte Gruppe von Diskursen und ihre einmütige 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 anonym er Text, den man an einer II auswand 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 von Daten stellt sich die Frage, ob die von Foucault so klar skizzierten Verhältnisse von anonymen Verfassern und legitimierte Autoren nicht grundlegend neu zu überdenken sind. Aufgrund der Hands-On-Erfahrung der Internetkultur ist der diktierte Blick auf das Objekt zu einem Do-it-yourself-Ansatz und zu einem unüberschaubaren Austausch von Bildern über uns geworden (vgl. MÖRTELBOCK, 2001). Inmitten dieses Umbruchs ist nicht zuletzt auch die Produktion von Architektur herausgefordert, ihre Autorenfunktion neu zu denken.

Ich möchte mich dieser Aufgabe über zwei Aspekte von urbaner Kultur nähern, die gegenwärtig zu einigen entscheidenden Veränderungen für unser Verständnis architektonischer Produktion 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 technologischen 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.

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 auseinanderzusetzen, 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 nun das lokale Schaufenster, das die Stadt des Flaneurs charakterisiert, 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 es so 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.

Mit dem fortschreitenden Brüchigwerden unseres Glaubens an vorhandene Symbolordnungen und Autoritäten in unserer Gesellschaft ist keineswegs die Macht dieser Systeme gebrochen, sondern werden lediglich Ersatzinstanzen geschaffen, 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 Angebot 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 Angebot 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 etwa eine Parkbank mit Internet-Zugang von Microsoft aufgestellt wurde, sprachen erste Berichte von einer großen Begeisterung der anwohnenden Bevölkerung: Diese Parkbank, die über eine Modemverbindung mit vier Anschlüssen verfügt, soll unter anderem 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 über das Identifizieren des Betrachters mit einem

idealisiertes Bild, das den öffentlichen Raum mit einem spezifischen Ausdruck von prosperierender Lebenskultur, Erfolgsbewußtsein und sozialem Prestige zeichnet und gestaltet. Internet-Generation und Stadtraum 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 Stadstrukturen 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.

Der New Yorker Times Square hat dies bereits 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 Umbruchskultur aufzunehmen zu wollen, deren Ziel es ist, die Stadt neu zu schreiben.

Mit einem solchen Phänomen scheinen wir es auch bei der jüngsten Gebietsaufwertung des Londoner Stadtteils Bankside im Bezirk Southwark zu tun zu haben: Bankside, ein zentrales, durch Eisenbahnviadukte, leeresiehende Lagerhallen und verlassene Bürohäuser stark fragmentiertes Viertel mit einer äußerst kontrastierenden Identitätspolitik, liegt unmittelbar südlich der Themse und ist in jüngster Zeit durch die Eröffnung von Tate Modern, 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 Mikroebene eingesezt, 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 kontroversielles 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 viele 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? 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.¹ Der Umstand, dass jemand etwas gesagt hat, macht aber dessen Aussage nicht wahrer oder authentischer, sondern addiert lediglich eine Meinung zu anderen.

In diesem Untermehmen des Spurenlesens und Fährtenlegens in der Stadt hat Kunst seit längerem 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 managels 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 zuträglichere Gefahrenzone inszenierte, die das East Village zu einer abgepackten Ware mit verkaufter „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.

Wenn wir uns vor diesem Hintergrund heute die Frage stellen, welche kulturellen Effekte im urbanen Verteilungskreislauf von kollektiven Phantasien, Bildern und Einschreibungen im Zusammenwirken von neuen urbanen Subjektwürfen 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 das untersuchte 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 jedenfalls, 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
- MÖRTENBÖCK, P.: *Die virtuelle Dimension: Architektur, Subjektivität und Cyberspace*. Wien, Böhlau, 2001
- SMITH, N.: *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. London, Routledge, 1996.
- SPIVAK, G.C.: *A Critique of Postcolonial Reason*. Cambridge, MA, Cambridge University Press, 1999

¹ Die Dynamiken dieser Mythenbildung hat etwa Gayatri Spivak anhand der Konflikte um die Gentrifizierung des New Yorker Stadtteils Harlem, wo Bürgerinitiativen für eine denkmalpflegerische Konservierung der gegenwärtigen städtischen Texturen kämpfen, ausführlich beschrieben.