

Mark Gilbert

**sieben anmerkungen zu sprache und stadt**

Essay, 2006

*Erst veröffentlicht in sprache der strasse (Sonderzahl Verlag, Wien, 2006)*

1

Michel Butor, der französische Essayist und Vertreter des Nouveau Roman, hat die Stadt als literarische Form betrachtet. Für ihn war jede einzelne Stadt ein lebendiges Werk, ein dichtes Gewirr von gesprochener und geschriebener Sprache, ein von Buchstaben, Worten und Zeichen überquellender Ort. Wird sie verdichtet und fixiert, nimmt diese Sprache die Gestalt von Texten an, die man sammeln, kompilieren und kollagieren kann. Für Butor waren diese Texte nicht nur Ausdrucksmittel der Stadt, sondern die Stadt selbst. In Umkehrung üblicher Vorstellungen von Kausalität meinte er, dass Texte nicht in der Stadt abgelagert, gesammelt und gespeichert werden, damit deren Bewohner leicht darauf zugreifen können, sondern dass Menschen vielmehr in die Stadt ziehen, um die Texte, die in ihr zusammengewachsen sind, verwenden und ihnen dienen zu können. Dieses Bild verweist auf die privilegierte Stellung der Sprache in der Gesellschaft und darauf, wie Sprache verführt, beeinflusst und kontrolliert und wie sie von Macht und Wissen durchströmt wird. Und darauf, wie Menschen, von ihr angezogen wie Motten vom Licht, sich in der Stadt an ihren Worten wärmen wollen.

2

Wenn die Stadt Literatur ist, ist sie das nicht nur im wörtlichen Sinn. Die Stadt ist auch eine Literatur des Raums, des Bildes und des Klanges. Wie im Theater sprechen die Schauspieler der Stadt nicht nur, sie gestikulieren und bewegen sich auch, und das nicht im leeren Raum, sondern im Rahmen der bestimmten, wohl erwogenen Schauplätze, die ihre Welt umschreiben. Diese Schauplätze unterstützen nicht bloß ihre Handlungen, sie bedeuten an und für sich etwas, enthalten Regeln, Symbole und Vorstellungen, die Informationen vermitteln und Verhältnisse festlegen. Nicht alle Schauspieler spielen die gleiche Rolle, und nicht alle Stellen der Bühne haben die gleiche Präsenz. Mit Städten verhält es sich ebenso. Die materielle Form, die Struktur und Ordnung von Städten, Vierteln und Straßen sind nicht nur Ausdruck der sie hervorbringenden gesellschaftlichen Verhältnisse, sie sind selbst Kräfte, die den Körper der Gesellschaft formen und aufrechterhalten. Wo wir stehen und welche Gegenstände wir verwenden, zeigt uns, wer wir sind. Diese Räume sowie die Bilder und Gegenstände, die sie füllen, bilden eine eigene Sprache.

3

Allen Räumen und Gegenständen einer Stadt ist gemeinsam, dass sie jemandem gehören. Sie bestehen nebeneinander und in Verbindung mit den Bewohnern der Stadt; aber nicht jeder darf sie gleichermaßen verwenden. Alles ist aufgeteilt und irgendjemandem irgendwie zugeordnet; sogar die Straßen gehören der Gemeinschaft der Gemeinde. Die Verwendung des Raums sowie der diesen Raum bevölkernden Gegenstände und Symbole ist eine grundlegende Praxis der Stadt, und für den Ausdruck dieser Rechte und Privilegien werden erhebliche Kommunikationsenergien aufgewandt. Es geht nicht nur darum, dass die Vorrechte und Verantwortlichkeiten kodifizierenden Gesetze als textliche Regulative der Stadt wirken: Entscheidend ist auch, dass die Gesellschaft selbst diese Regeln ständig definiert, ausdrückt und in Frage stellt. Dokumente dieses Definierens – Verträge, Vereinbarungen und gerichtliche Entscheidungen – sind formelle Festlegungen jener Texte, die innerhalb der vielen Räume einer Stadt umgesetzt werden. So wie Bücher, Zeitungen und Zeitschriften Worte festhalten, so spiegeln und definieren Vorschriften, Gesetze und Gerichtsurteile den Gebrauch des Eigentums und die Grenzen des öffentlichen Raums.

4

Die Texte der Stadt entfalten sich nicht nur auf ihren Straßen und Plätzen, sondern auch in den Wohnungen und Zimmern der diese säumenden Häuser. Auch wenn diese Texte von der Straße aus nicht zu sehen sind, bilden sie den größeren Teil der Stadt. Zu tun haben wir es hier mit den Auseinandersetzungen und Unterhaltungen von Privatpersonen in der Sicherheit ihrer vier Wände sowie den Notizen, Besprechungen und Zusammenfassungen von Büros und Behörden. Wir haben nicht nur die Dichte der Archive, sondern auch die der Bibliotheken vor Augen, wo Aufzeichnungen der gesammelten Kultur in geordneten Reihen die Regale füllen; wir stellen uns auch die verborgenen Texte der Stadt vor, welche die Wohnzimmer alltäglicher Menschen füllen und das private Familien- und Selbstgefühl ausmachen. Diese Räume verleihen den Strukturen der Intimität, den privaten Hierarchien häuslicher Beziehungen Gestalt. Sie werden nicht nur mit den Schriften und Bildern des täglichen Lebens gefüllt, sondern sind die Texte selbst: diese gilt sowohl für die zur Schau gestellten Wohnungsmärkte, von gestern wie von heute wie auch die Ausstattungen der Menschen, die für längere oder kürzere Zeit eine Wohnung zu ihrem Heim machen.

5

Die gewohnten Verrichtungen privater Räume finden nicht nur hinter dicken Wänden und mit Vorhängen verdeckten Fenstern statt, sondern werden auch in die öffentliche Sphäre hinausprojiziert. Manche Gewohnheiten setzen sogar die Anwesenheit der Öffentlichkeit voraus, manche private Handlungen rechnen mit einer interessierten Zuhörerschaft oder sind gar darauf angewiesen. Für die Griechen bezeichnete *oikonomos* die Haushaltsführung, und in der modernen Bedeutung des Worts schwingt die Verbindung zur Privatsphäre noch mit. Der Kapitalismus beruht ja auf den Tätigkeiten unzähliger Privatproduzenten, die Mehrwert für ihr Eigentum schaffen und es dann weiterverkaufen. Während jedoch Kapitalprofit und wirtschaftliche Produktion Privatangelegenheit sind, muss der Verkauf auf dem Forum stattfinden. Diesem Bedürfnis entspricht die Stadt in vielerlei Hinsicht, wodurch sie sich mit Botschaften der Privatwirtschaft füllt, die, hell strahlend, deren zahlreiche Waren anpreisen. Wenn auch öffentliche Sphäre (im Besitz der Gemeinschaft und allen zu Diensten, die sich ihren Regeln fügen) ist die Straße doch imstande, immer auf die unzähligen Strategien privater und öffentlicher Kommunikation zu reagieren.

6

Reklameschilder, Bildschirme und Flugzettel sind nur einige der vielen Formen, wie Privatwirtschaften den öffentlichen Raum besetzen; die Texte wirtschaftlicher Kommunikation können verbaler und nichtverbaler Art sein. Raum zum Beispiel ist auch ein kommerzielles Medium. Der ebenerdige Übergang zwischen Haus und Straße wird so genutzt; Glasfenster von Geschäftsfassaden bieten dem Publikum auf der Straße Einsichten in das Private. Dieser Exhibitionismus dient dazu, Güter oder Dienstleistungen auszustellen, verkäufliche Handelsartikel zu präsentieren, doch die Belegung des Raums mit Bedeutung kann auch auf subtilere, weniger direkte Art geschehen. Oft spielen hier nicht fassbare Wahrnehmungen des Anderen eine Rolle, die über jede bestimmte Ware hinausgehen. Es ist die Aura, die man mit der Qualität eines Raumes oder dessen Ort in der Stadt verbindet. Aura muss, wie etwa im Fall von Marken, auch nicht unbedingt räumlich sein. Methoden des Verkaufs gibt es viele, doch es geht stets um das Verhältnis zwischen Käufer und Verkäufer: alle Techniken beruhen jedoch auf der Produktion von Identitäten, die beide Seiten verstehen können. Die Konstruktion dieser Beziehung ist eine der schwersten Mühen der Privatwirtschaft und eine ständige Quelle von Texten in der Stadt.

Identität gehört zu den wichtigsten Tatsachen einer Stadt. Die Straße ist nicht nur die Sphäre aggressiven Verkaufs, sondern auch der Ort, an dem Individuen jene Identitäten ausleben, die nicht gekauft und nicht verkauft werden können. Identität ist eine komplexe Anordnung von Ausdrücken, die eine einzelne Person auf die Gruppe und den Konsumenten auf den Produzenten verweist, ist die Praxis, deren sich der Stadtbewohner bedient, um durch das urbane Labyrinth zu steuern, und bietet einen Standpunkt, von dem aus sich die vielen anderen Texte einer Stadt erschließen. Identität entspringt einer subtilen Wechselwirkung der unterschiedlichen Verhaltensweisen in den verschiedenen Räumen der Stadt. Das in der Vertrautheit des Zuhauses empfundene Selbstgefühl wird an dem gemessen und geprüft, was man sowohl unter Freunden und Bekannten als auch unter Fremden erlebt, und das öffentliche Gesicht steht ununterbrochen in dialektischer Beziehung zu den ihm zugrunde liegenden privaten Texten. Heute wird unsere Identität zusehends durch kommerzielle Identitäten definiert, und die identitätsstiftende Funktion von Gruppen und Einrichtungen wird mehr und mehr für kommerziellen Gewinn vermarktet. Während sich jedoch die Techniken der Produktion, der Definition und der Ausbeutung ständig weiterentwickeln, behält die Sprache der Straße ihre traditionelle Macht und Authentizität. Sie ist das Medium, durch das sich die Texte der Stadt mitteilen, auffrischen und erneuern.

*Aus dem Amerikanischen von Wolfgang Astelbauer*