

Marcel Heinz

Born in the Streets – Meaning by Placing

Abstract

The following essay is about my ongoing research in the field of street art, the global urban picture movement. From a philosophical, anthropological view my questions focus the placing in public space as crux between pictures and meaning—but not in a cognitive or hermeneutic way. My thesis is, that meaning is created by placing these artefacts. The consequence is a term of picture which includes beneath the artefact, the atmospheric scene of the street, the geographical view of pedestrians and other artefacts positioning towards the *first* street art work and the picture of retention. Creating the image of the city this type is strongly manipulated by digital media. My thesis is, that these pictures prove, that the ›homo pictor‹ is able to choose spontaneously how to transform worlds through pictures in a historically discontinuous way. This requests a new competence of judging pictures outside of institutions and media which prepared our cognition before. Facing the ubiquity of pictures to consume, people are thrown into a new role after the user. Being able to transform through an acting way of perception, man becomes producer.

Der folgende Beitrag handelt von meiner laufenden Forschung auf dem Gebiet der Street-Art, einer globalen Bewegung urbaner Bildkunst. Aus einer philosophisch-anthropologischen Perspektive fokussieren meine Fragen die Platzierung im öffentlichen Raum als Schlüsselstelle zwischen Bild und Bedeutung; jedoch nicht auf kognitive oder hermeneutische Weise. Meine These ist, dass Bedeutung durch die Platzierung der Objekte entsteht. Daraus ergibt sich ein Bildbegriff, der neben dem eigentlichen Gegenstand auch die Atmo-

sphäre der Straße, die Perspektive der Fußgänger und weitere Artefakte der Umgebung einbezieht. Dieser Bild-Typ, der das Stadtbild prägt, ist nachhaltig von digitalen Medien beeinflusst. Meine These ist, dass diese Bilder beweisen, dass der ›homo pictor‹ in der Lage ist, spontan zu entscheiden, wie er Welten durch Bilder in einer historisch diskontinuierlichen Weise transformiert. Dies erfordert die Kompetenz, Bilder unabhängig von Institutionen und Medien zu beurteilen, die unsere Wahrnehmung zuvor steuerten. Mit der Ubiquität zu konsumierender Bilder konfrontiert, ist der Mensch nicht länger nur Bildnutzer. Durch die Fähigkeit zu aktiver Wahrnehmung wird er zum Produzenten.

Mit diesem Beitrag soll anhand des zeitgenössischen urbanen Phänomens der Street-Art die Bedeutung von Bildern durch Platzierung beleuchtet werden. Als Einblick in mein laufendes Forschungsvorhaben bewege ich mich, vor einem Hintergrund der philosophischen Anthropologie, in den Bereichen der Wahrnehmung als Handlung und der Aneignung bezogen auf den vorgestellten Raum. Meine Grundthese *meaning by placing* – Bedeutung durch Platzierung werde ich anhand der Praxis im produktiven Umgang mit Bildern in der alltäglichen Lebenswelt zu der Diagnose des *homo pictor* vom *consumer* zum *user* zum *producer* weiterentwickeln. Mein Vorgehen gliedert sich in einen Dreischritt, in dem ich zunächst die Irritationen durch Street-Art erarbeite, dann das Moment der Freisetzung als ›placing‹ mit neuen Begriffen verbinde, um schließlich die dreifache Bilderzeugung durch Transformation zu beleuchten. Abschließend gelange ich zu einer Neubewertung des wahrnehmend handelnden Subjekts.

Wenn ich in diesem Kontext von Street-Art spreche, dann zähle ich ausdrücklich Graffiti mit dazu, schließe aber alle an ein Live-Publikum adressierten performativen Aufführungen und Praktiken wie Pflastermalerei, Straßentheater oder Lasershows aus. Ich verwende diese radikale Verkürzung in vollem Bewusstsein der scharfen Auseinandersetzung diesbezüglich innerhalb der unterschiedlichen Szenen. Die enorme Kraft der Bewegung hat in den vergangenen 40 Jahren zu einer globalen Ausbreitung bis in die Kleinstädte geführt. Quantitativ wie qualitativ ist kein Ende der Dynamik abzusehen. Jeder Bahnreisende kennt die großformatigen Schriftzüge, die ›pieces‹. Ein aufmerksamer Rundgang durch die Metropolen dieser Welt, und nicht nur der westlichen, eröffnet Einblicke in die Welt des Schablonengraffiti, der Sticker und der dreidimensionalen Modifikationen von Stadtraummöblierung. Es soll hier ausdrücklich hinter die etablierten Vorannahmen, wie Protestkultur, Kriminalität und ›Neue Kunstform‹ zurückgegangen werden, um zu den Kerncharakteristika vorzudringen und mit diesen zu arbeiten. So werde ich zunächst als vorläufige Definition von Street-Art eine Arbeitshypothese als produktive Hilfsannahme ausgeben: Street-Art ist: Materiale Bilderzeugung ohne ausdrücklichen Auftrag oder Genehmigung im frei einsehbaren Außenraum.

Selbst nach jahrzehntelanger Präsenz in mannigfaltigen Ausprägungen tut sich die Forschung obgleich transdisziplinärer Bemühungen schwer, das Phänomen auf den Begriff zu bringen. Unbestritten allerdings ist das Moment der Irritation, das ich an den Grundcharakteristika der ›uncommissioned art‹ oder ›urban art‹, wie Street-Art auch bezeichnet wird, festmachen möchte. Aufgrund der Bedingungen im Außenraum sind die Arbeiten konzeptionell ephemeral, womit, mit der Anbringung beginnend, ein Verfallsprozess mit einer ganz eigenen Ästhetik in Gang gesetzt wird. Diese körperlich lebenszyklische Anmutung wird durch die wuchernde Vermehrung über Nacht mit einer Lebendigkeit versetzt, die aus den Artefakten vitale Dritte werden lässt. Die Anonymität der Hersteller, als Konsequenz aus der Illegalität ihres Tuns, nährt die Spekulation über das geheime Wissen und die tollkühnen Fähigkeiten der Fassadenkletterer und der seriell effektiv arbeitenden Plakatkleber. Die Anbringung auf Architektur im weitesten Sinne setzt anstelle der neutralisierten Leinwand einen vorcodierten Untergrund. Es kommt zu einer Irritation des Überdeckens. Gleichsam auch zu einem neuen Sichtbarmachen von durch Gewohnheit übersehenen Flächen und Formen. Die Aneignung von Bestehendem spiegelt eine Auseinandersetzung mit der Lebenswelt in optischer wie haptischer Konsequenz wider. Alle drei Aspekte, das ephemere Spontane und das illegale Anonyme und das transformatorisch Angeeignete umkreisen den zentralen Punkt der Street-Art, nämlich den Ort im Verhältnis zum Raum. *Born in the streets* ist nicht nur der konkrete Ort des bestimmten Artefakts, sondern bündelt auch die Geschichte der Entstehung dieser Subkultur sowie den Raum der Rezeption in diskontinuierlicher Weise. Ohne die kontrollierenden und kommentierenden Institutionen, ist die Geste der Freisetzung eines materialen Bildobjekts ein Experiment unter realen Bedingungen, dessen Ausgang nicht abzusehen ist.

Aufgrund der materialen Erzeugung verbleiben mindestens Spuren und Reste von relativer Dauer über den Akt der Anbringung hinaus. Somit übersteigt die Arbeit den kontrollierten Prozess durch die primär engagierten Personen. Die Arbeit wird freigesetzt in den bestehenden Kontext der Straße. Nun können weitere Termini eingeführt werden, um den Gegenstand zu präzisieren. Wir stehen vor Artefakten, die künstlich hergestellt und als *Interventionen* freigesetzt wurden. Jene anonym Ausführenden möchte ich mit dem Titel *Protagonisten* charakterisieren, da sie gleichsam Vertreter einer Subkultur und szenisch Handelnde sind. Die Rezipienten dieser flüchtigen Motive sind die vorbeiströmenden Bewohner auf dem Weg ihrer alltäglichen Verrichtungen. Anders als der gerichtete Besucher des Museums ist es hier der *Passant*, der unvermittelt und spontan mit den Interventionen konfrontiert wird. Allerdings erlaube ich mir darauf hinzuweisen, dass es nicht nur um die lauten bunten und großformatigen Motive geht, sondern auch die versteckten, erst auf den zweiten Blick sichtbaren Arbeiten. Diese Zuspitzung vermeidet einerseits die zum Allgemeingut gewordene In-Eins-Setzung von kommerzieller Bildsprache wie Werbung und Street-Art, betont andererseits den produk-

tiven Beitrag der Passanten. Diese dringen, ähnlich dem Kenner, immer tiefer in ein sich erweiterndes Feld ein.

An dieser Stelle möchte ich zum Titel zurückkehren. *Born in the streets* als Ursprung meint eine Geburtsszene, die erst eine Entwicklung anstößt. Dabei unterscheide ich drei Ebenen der Bilderzeugung:

- Atmosphärenwahrnehmung der transformierten Architektur als Szene.
- Die geographische Perspektive der seriellen Arbeiten als Karte, sowie die entsprechende Positionierung der Passanten und Agglomeration von Subkultur.
- Das Erinnerungsbild, das Bild der Stadt, im Sinne des medial längerfristig geprägten öffentlichen Erscheinungsbildes.

All diesen drei Bildkonzepten liegt die spezifische Platzierung zugrunde. Verbunden durch den vor-gestalteten urbanen Raum, der seinerseits mit einer Vielzahl an Bildern belegt ist, stehen Protagonisten, Interventionen und Passanten in einer kausalen Wirkungsbeziehung. Tatsächlich sind die Spuren der Artefakte Ursprünge neuer Bilder, die durch Positionalität, Überlagerung und Transformation permanent gebildet werden, um wieder zu zerfallen. Der ›homo pictor‹ dieser Zeit erwirbt und praktiziert ein Know-How-Wissen der Selektion, der Interpretation und der Erinnerung. Beginnend mit seiner subjektiven Wahrnehmung, emanzipiert sich der Passant vom Konsumenten der Passagen über den Gebrauch der Zeichen hin zu einem Produzenten, der transformatorisch in der Lage ist, seine Position zu reflektieren. Zudem bedient er sich einer Klaviatur reproduzierender Medien die seine physische Lebenswirklichkeit um den Hyperraum erweitern. Die pervertierte Praxis des *copy and paste* aus der enzyklopädischen Wissensgesellschaft weicht dem *shoot – manipulate – post* des Web 2.0. Das digitale Bild der Handykamera wird zum einzigartigen Dokument des Augenblicks, um in der Neukontextualisierung des World Wide Web die Bedeutungsdimension des ursprünglichen Artefakts zu übersteigen. Mit steigendem Bewusstsein dieser individualisierten Macht wird die Entscheidung für das analoge Format des Plakats und der Schablone zu einer neuen Irritation und somit zur Beförderung der fortgesetzten Dynamik des Phänomens.

Der Ursprung der Bilder als Anstoß folgender Bilderzeugung liegt stets und immer neu im Augenblick der Wahrnehmung als Handlung. Auf der Straße wird dies um die Potenz der generativen Mutation des Umfeldes als sozialen Effekt erweitert und ist entsprechend unter dem Vorzeichen einer Theorie der Praxis zu besprechen. Somit konnte gezeigt werden, dass die Platzierung der Bilder als Interventionen einen Ursprung setzt, nicht für die Neuheit einer Form von Repräsentation, sondern von einem prozessualen aktiven Wahrnehmen, das seinerseits Bilder erzeugt. Aufgrund des potentiell un abgeschlossenen Prozesses verschiebt sich das Intersubjektive öffentlicher Zonen hin zu einem interobjektiven Verhältnis. Das eigentliche Bild ist nicht

das zu lesende oder zu interpretierende, sondern das Bild, in dem der Passant selbst in seiner performativen Präsenz agiert. Das Geworfen-Sein auf das eigene Urteil hat in der Konsequenz des Sozialen nicht nur den Geschmack oder die Kennerschaft zum Ziel, sondern die Sorge um das Selbst als Stellvertreter der Gemeinschaft.

Somit ist es der performativ transformatorische Anteil des Rezipienten an den Bildern, die von den Street-Art Protagonisten freigesetzt wurden, der ihn zu einem schaffenden Betrachter macht, der als Passant seine Umgebung mit-gestaltet. Der Ursprung der Bilder liegt somit im Augenblick. Jene Bilder, die daraus entstehen, ob durch materialen Akt, digitale Reproduktion oder Manipulation, situativ körperliche Positionalität oder Erinnerung, wirken wechselseitig in freiem Spiel in einer historischen Diskontinuität, die wiederum den Boden für permanente Ursprünge bereitet. Das praktische Know-How-Wissen, die Lebenswelt-Umgebung gleichzeitig zu rezipieren, zu interpretieren und auch mitzugestalten rückt die Trias aus Protagonist, Intervention und Passant in einen Verweisungszusammenhang, der jeden Einzelnen emanzipiert. Dies fasse ich abschließend in der Entwicklungsrichtung, die angesichts der medialen Macht zu einer Zeitdiagnose gerät, die in Kunst, Wissenschaft und Gesellschaft für Denkbedarf sorgen dürfte, zusammen: vom *consumer* zum *user* zum *producer*.