

PLAKATIV

Wo immer wir uns auch befinden und über kurze oder lange Zeit aufhalten, sind wir in ein Netz von Beziehungen verstrickt, die sich auf unterschiedlichste Art manifestieren und auf die wir mehr oder weniger bewusst reagieren. Dabei wird auch unsere Anwesenheit registriert – ob von anderen Personen oder von Apparaten. Wir sind Teil des uns umgebenden Ambientes, das uns ein gewisses Verhalten anbietet, und das auch wir gestalten können.

Durch die Neuen Medien hat sich nun eine unglaubliche Erweiterung und Konzentration unserer Lebens-Situation ergeben, die zu einer äusserst fragwürdigen und schwer definierbaren Grenzziehung von Privat- und Öffentlichkeit geführt hat. Wo wird was mitgeteilt? Wer kann sich wie ausdrücken? Gibt es freie Meinungsäusserungen? Sind unsere Gedanken manipuliert? Eine gewisse Verwirrung herrscht, auf die man keine eindeutigen Antworten geben kann.

Betrachten wir aber den öffentlichen städtischen Raum, können wir doch Unterscheidungen treffen und momentane Zuschreibungen machen. Die Stadt wird immer mehr zu unserem „natürlichen“ Ambiente. Wobei Natur integriert wird und wir Natur sowieso durch die Augen unserer Kultur sehen und erleben. Die Stadt als die Geburtsstätte unserer Zivilisation ist das Real-Produkt eines kollektiven Bewusstseinsprozesses. Dieser folgt Gestaltungsvorgaben, die weltweit modifiziert phantastische bis unerträglich armselige Formen hervorgebracht hat und hervorbringt. Zukunftshoffnungen setzen auf die Stadt und die Vernetzung von Ideen, die realisiert werden sollten.

Dabei ist der Widerstreit von existierendem Wohlstand und Elend als dauerhaft ungelöstes Problem eine Konstante: wie Konstruktion und Destruktion, Gedeih und Zerfall, Pro und Contra. In derselben Situation befinden wir uns, wenn wir die „Beschriftung“, das Textbild respektive den Bildtext der Städte betrachten. Gegeben sind bestimmt die teilweise bis über 5000 Jahre alten Grundsteine sowie die sie definierenden Schriftzeichen, Bilder und Statuen einschliesslich der Funktionen der entsprechenden Orte. Wo heute aber die Zuschreibung als globale Vernetzung der Medien unter der Ägide von Software Programmen all zeitige Präsenz gestaltet, ist Beschriftung zum flüchtigen Phänomen der Aufmerksamkeit geworden.

Vor nichts wird Halt gemacht, „Alles geht“ ohne Rücksicht auf dies und das, was auch eine Rolle spielen würde. Öffentlichkeit mit Respekt gepflegt hat nur mit rigorosen Massnahmen eine Chance. Doch die zwanghafte Reglementierung ist auch nicht die Lösung. All das drückt sich in den Gestalten der Beschriftung unserer Städte exemplarisch aus: den Graffiti, der Werbegrafik, der visuellen Kommunikation und der Kunst im öffentlichen Raum.

Was immer die ersten Zeichen der Menschheit waren, was wir als Ritzungen und Zeichnungen auf Steinen, an Felsen, am Körper angebracht haben, welche Formen auf Wände „gesprayt“ und zu Plastiken gestaltet wurden und was ihr Zweck war, ist nur zu erahnen. Denn wir haben keine Bedeutungszuschreibungen, die zu Interpretationen führen könnten.

Diese Beschriftungen bleiben „dunkel“ wie Graffiti an stillen Örtchen den Geist wuchern liessen, die aber bereits klare Bezugnahmen ausdrücken. Gleichfalls ist der andere Pol der Graffiti, die Murales, als Schmuck der Wände klar ersichtlich.

Zu einem Massenphänomen wurden Graffiti – in einem aktuellen Sinne – in den 70er Jahren, wo sie zu einem Tsunami an allen erdenklichen meist städtischen Flächen wurden. Im Ghetto Gebietshoheit markierend, von Künstlern Meinungsfreiheit definierend, von Politextremisten zur ideologischen Waffe geformt, sind Graffiti in unserer westlichen Welt nicht mehr wegzudenken. Möchte man auch manche aufdringliche und böartige

Botschaft nicht gesehen haben, werden auch viele Elaborate übermalt, übersprayt oder weggewischt – sie sind eine in die Dynamik unserer Zeit eingebundene, meist jugendliche Ausdrucksform, die wirkt. In den Nächten quasi unsichtbar entstanden, hinterlassen sie unterschiedlichste Eindrücke und Reaktionen.

Ist die Geburtsstätte der Graffiti die Heimlichkeit, so ist es der Arbeitstag am Computer für die Grafik der Werbung und Information. Sind die Graffiti gratis zu haben, so ist die Werbung teuer oder doch mit Verdienst verbunden. Gehen einem die Graffiti je nach Platzierung auf die Nerven, wird Werbung wohl oder übel toleriert. Und es gibt auch Werbung, die als solche gelten kann, wie solche, die von negativer Penetranz ist. Und die global operierenden Konzerne haben genügend Geld um sich so zu positionieren, dass wir bereits denken, dass Ihre Logos wie die Äpfel an den Bäumen wachsen. Sie haben sich zum Selbstverständlichsten internalisiert.

Man kann also sagen: eine Stadt ohne Werbefläche würden wir schwerlich ertragen oder als solche definieren – denken wir nur an den Times Square, den Piccadilly Circus u .a . Ohne Graffiti kann man sich eine lebendige Stadt nicht vorstellen. Man möchte aber beifügen: Mit mehr Geschmack oder Feingefühl, mit einer Ästhetik, die an Ethik denkt, könnte man doch besser leben. Es gäbe weniger psychischen „Terror“ und mehr „Lust“ wahrzunehmen.

An dieser Stelle sollte die Kunst im öffentlichen Raum zum Zuge kommen. Selbstverständlich gibt es gescheite Formen des Protests bei den Graffiti und in der Werbung lustige bis poetische Sprüche zur Information über irgendwelche Produkte und Anlässe. Doch die Kunst sollte im öffentlichen Raum das Auge des Zyklons sein. Akzeptiert man jedoch einen vom Subjekt erarbeiteten offenen Kunstbegriff, ist damit immer die Freiheit des Denkens und die Toleranz im Gespräch gemeint, letztlich der Polylog.

Polylogik basiert auf weltweit akzeptierten Regeln der Gegenseitigkeit im Miteinander und

der freien Meinungsäußerung zu notwendigen Veränderungen und Möglichkeiten zur Verbesserung. Dabei darf Kunst nicht mit den politökonomischen Verstrickungen verwechselt werden. Diese dominieren zweckgebundene Verpflichtungen oder Zwänge. Die Kunst hingegen – als die stetig sich ändernde Wertung und Versammlung der Künste – drückt auch Interesse aus, mündet aber im Wohlgefallen, selbst bei schwer zu akzeptierenden Ausdrucksformen. Kunst ist das Medium in dem sich Formen positiv während einer gewissen Zeit etablieren können. Indem Konsens zustande kommt. Bild, Text und Ton korrespondieren als ein Zusammenspiel, das einen Inhalt als Wechselseitigkeit komponiert.

Gerhard Johann Lischka