

WS 3 Stadt Politik Politik (Samstag, 29.01.05, 11:00-13:30 Uhr)

„Nicht alles, was farbig ist, ist deswegen schon bunt.“ Bemerkungen zur Generierung mentaler Bilder als Strategie symbolischer Macht in sächsischen Großstädten

Vera Denzer (Frankfurt am Main)

Um komplexe alltagsweltliche Lebenszusammenhänge in vereinfachter Form in der Öffentlichkeit zu kommunizieren, bedienen sich unter anderem auch kommunale „Entscheidungssträger“ in immer stärkerem Maße bestimmter Symboliken (z.B. in Form von Images und Leitbildern; vgl. Hannemann u. Sewing 1998; Ipsen 1992; Musiol u. Esch 2001; Weichhart 1990). Gleichzeitig zielt der Einsatz von Zeichen und Symbolen auf die Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsmuster von Individuen. Im Zentrum meiner Studie steht daher die Frage nach den Mechanismen des Sprachgebrauchs, mit denen Dinge und soziale Realitäten mit Wörtern geschaffen werden. Als sprachliche Stilmittel sind neben verbal erzeugten Bildern und dem Einsatz von Metaphern, u.a. Vereinheitlichungen der Sprache wie beispielsweise Verobjektivierungen und Naturalisierungen von Problemen zur Durchsetzung politischer Ziele zu nennen. Der Fokus der Analyse liegt dabei auf verschiedenen Metaphern und Ästhetisierungsstrategien, die bei der Produktion symbolischer Orte in sächsischen Großstädten zur Anwendung kommen.

Nach Pierre Bourdieu präsentiert sich die soziale Welt mittels ihrer strukturierten und strukturierenden Realität als ein symbolisches System, das nach der Logik der Differenz beziehungsweise des differenziellen Abstandes organisiert ist. Dabei ist das Streben nach Differenz (Ausschließlichkeit und Seltenheitswert) ein sich selbst verstärkender Prozeß, indem die darin involvierten Akteure versuchen, den Unterschied, die Differenz durch verschiedene Strategien aufrechtzuerhalten (s. bspw. interurbane Konkurrenz).

Da Zeichen und Symbole auf unterschiedliche Weise wahrgenommen und gelesen werden können, bildet die Pluralität von Weltansichten die Grundlage für die symbolischen Kämpfe um Macht zur Produktion und Durchsetzung legitimer Weltansichten (vgl. Bourdieu 1991; 1992). Dabei erfolgen die Interpretationen der Zeichen nicht beliebig, sondern unterliegen sozialen Einschränkungen und Kontexten, die sich in mentalen Regionen ausdrücken (vgl. Sahr 2003). Mentale und visuelle Bilder (als handlungsbedeutsame Sinnstrukturen) können als Raumkonstitutionen handelnder Subjekte im Rahmen alltäglicher Regionalisierungen verstanden werden (vgl. Werlen 1997; Hard 1999: 133; Reuber 1999, 2000). Als symbolische Generalisierungen haben Raumbilder praktische Funktionen und praktische Effekte, indem sie soziale Wirklichkeit auf eine spezifische Weise beschreiben und sie von bestimmten Positionierungen heraus erzeugen (vgl. Bourdieu 1990; Ipsen 1997; Miggelbrink 2002b). Der physisch-materielle Raum dient dabei als Medium der Symbolisierung. Ihre symbolische Macht entfalten raumbezogene Benennungen jedoch erst, wenn sie in der Öffentlichkeit (an-)erkannt werden. Die in diesem Zusammenhang einmal gebildeten Entitäten werden dann in der Argumentationsführung je nach Interessenlage und Position der Akteure mit funktionalen und assoziativen Argumenten aufgeladen (vgl. Meyer zu Schwabedissen u. Miggelbrink 2004).

Repräsentationen spielen bei jeder Kommunikationsbeziehung eine zentrale Rolle (vgl. Eco 2002). Die „Aussagearbeit“ (Bourdieu 1990) beziehungsweise der „Vorgang des Einschreibens“ (Sahr 2003) setzt bei den prä-verbalen und prä-reflexiven Dispositionen sowie den nicht vorzeigbaren Erfahrungen an. Ein Ansatz zur Objektivierung in Worten ist durch Benennungen, Bezeichnungen und Klassifizierungen gegeben. Ihren Abschluß findet die Aussagearbeit in der Objektivierung, der Instrumentalisierung einer neuen Sichtweise. Diese ist meist mit der Dekonstruktion bereits instrumentalisierten Sichtweisen verbunden, kann aber auch zu Variationen und Pluralisierungen führen. Daher ist erstens von besonderem Interesse, *wer was, wie, in welchem Kontext* und in *welcher Situation* sagt, zweitens *welche Folgen* das Gesagte auf die Konstruktion der sozialen Welt hat, haben soll, beziehungsweise erst konstituiert und drittens *was er nicht sagt*.

Literatur

- Bourdieu, P. (1990): Was heißt sprechen? Die Ökonomie des sprachlichen Tausches. Wien. (Original 1982, übersetzt von H. Beister)
- Bourdieu, P. (1991): Physischer, sozialer und angeeigneter Raum. In: Wentz, M. (Hrsg.): Stadt-Räume. Frankfurt a. M. S. 25-34 (= Die Zukunft des Städtischen, Frankfurter Beiträge, Bd. 2).
- Bourdieu, P. (1992): Sozialer Raum und symbolische Macht. In: Rede und Antwort. Frankfurt a. M., S. 135-154 (Original 1987, übersetzt von B. Schwibs).
- Eco, U. (2002): Einführung in die Semiotik. Autorisierte deutsche Ausgabe von J. Trabant. München.
- Hannemann, C. u. Sewing, W. (1998): Gebaute Stadtstruktur. Architektur als Identitätskonstrukt. In: Göschel, A. u. Kirchberg, V. (Hrsg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. S. 55-79.
- Hard, G. (1999): Raumfragen. In: Meusburger, P. (Hrsg.): Handlungszentrierte Sozialgeographie. Benno Werlens Entwurf in kritischer Diskussion. Stuttgart. S. 133-162.
- Ipsen, D. (1992): Über den Zeitgeist der Stadterneuerung. In: Die Alte Stadt, 19. Jg., H. 1, S. 16-29.
- Ipsen, D. (1997): Raumbilder: Kultur und Ökonomie räumlicher Entwicklung. Pfaffenweiler.

- Miggelbrink, J. (2002b): Kommunikation über Regionen. Überlegungen zum Konzept der Raumsemantik in der Humangeographie. In: Berichte zur deutschen Landeskunde, Bd. 76, H. 4, S. 273-306.
- Meyer zu Schwabedissen, F. u. Miggelbrink, J. (2004): „Wo der Standort trompetet, geht die Freiheit flöten“. Bilder interurbanen Wettbewerbs am Beispiel der Bewerbung Leipzigs zur Candidate City für die Olympischen Spiele 2012. In: Social Geography (im Druck).
- Musiol, K.G. u. Esch, T. (2001): Städte suchen ihre Identität. In: Die Welt - Sonderveröffentlichung, S. WS 12, 23.11.2001.
- Reuber, P. (1999): Raumbezogene politische Konflikte. Geographische Konfliktforschung am Beispiel von Gemeindegebietsreformen. Stuttgart (= Erdkundliches Wissen, Bd. 131).
- Reuber, P. (2000): Macht und Raum - Geographische Konfliktforschung am Beispiel von Gebietsreformen. In: Berichte zur deutschen Landeskunde, Bd. 74, H. 1, S. 31-54.
- Sahr, W.-D. (2003). Zeichen und RaumWELTEN – zur Geographie des Kulturellen. In: Petermanns Geographische Mitteilungen, 147. Jg., H. 2, S. 18-27.
- Weichhart, P. (1990): Raumbezogene Identität. Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation. Stuttgart (= Erdkundliches Wissen, Bd. 102).
- Werlen, B. (1997): Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Band 2: Globalisierung, Region und Regionalisierung. Stuttgart (= Erdkundliches Wissen, Bd. 119).
- Wonneberger, J. u. Schlösser, J. (2002): Eine kleine Welt für sich. Ein letzter Hauch von Anarchie und Wendezeit. Der lange Atem der Ostalgie und der Ansturm von West-Schick. Die Äußere Neustadt pendelt zwischen Extremen und bleibt doch im Gleichgewicht. In: Merian Dresden, Jg. 52, Nr. 12, S. 72-82.

Diskursive Produktion städtischer Identität – das Beispiel Frankfurt am Main

Annika Mattissek (Heidelberg)

Das Image der Stadt Frankfurt am Main zeichnet sich spätestens seit Ende des Zweiten Weltkriegs durch eine starke Dominanz wirtschaftlicher Aspekte aus, die sich u.a. in Spitznamen wie „Bankfurt“ oder „Mainhattan“ niederschlägt. Mit dieser ökonomischen Aufladung geht eine Reihe von Assoziationen einher, die zum weiteren diskursiven Feld von Finanzwesen, Banken und Wirtschaft gehören und zu denen neben Prosperität und Fortschrittlichkeit auch Wettbewerbsdenken und soziale Kälte zählen. Im Frankfurter Stadtimage ist diese Dominanz des ökonomischen Diskurses gepaart mit einem empfundenen Mangel an positiven Identifikationsmöglichkeiten, mit einem Fehlen von Ankerpunkten für die Etablierung von Heimatgefühlen. Ausgeglichen wird dieses Defizit durch eine diskursive Integration von Orten, die mit den in Frankfurt fehlenden Komponenten ausgestattet zu sein scheinen.

Ein Beispiel stellt hier der Stadtteil Sachsenhausen dar, der mal als Gegenentwurf, mal als untypischer Bestandteil Frankfurts thematisiert wird. In diesem kleine Leute-Viertel mit seinen kleinstädtischen Strukturen gilt das Leben noch als lebenswert, die Menschen als herzlich und der Apfelwein wirkt, zumindest der Vorstellung nach, als sozialer Kitt zwischen Bankern und Arbeitern.

Der Beitrag thematisiert, inwieweit sich in diesen Verweisen auf die sozialen und urbanen Qualitäten Sachsenhausens immer auch ein (empfundenes) Defizit innerhalb des gesamtstädtischen Diskurses offenbart. Der Stadtteil Sachsenhausen bewegt sich somit gleichsam auf der Grenze der städtischen Identität Frankfurts – er ist ein Gegenentwurf zu deren ökonomischer Ausrichtung, gleichzeitig aber auch Ausdruck der inneren Widersprüche, Brüche und Defizite des Frankfurter Stadtimages, in dem sich die Bruchstellen des ökonomischen Diskurses der Moderne widerspiegeln.

Zwischen Identität und Inszenierung? Überlegungen zu Darstellungen und Wahrnehmungen von Städten und Stadt-Identitäten in internationalen Kontexten

Britta Trostorff, FU Berlin

In den Ansätzen und Perspektiven einer Neuen Kulturgeographie rücken Fragen von Raum und Identität, von Produktion und Repräsentation, von Wirklichkeit und Wahrnehmung verstärkt in die Betrachtung. Unter Bezugnahme insbesondere auf die Konzepte der Cultural Studies steht die Frage nach der Produktion regionaler Identitäten aber auch nach Stereotypen und Zuschreibungen in verschiedenen Medien an zentraler Stelle zahlreicher Arbeiten.

Mit dem vorliegenden Beitrag sollen weniger die Art und Weise der Identitätsproduktion und –konstruktion thematisiert als vielmehr Überlegungen dazu angestellt werden, in wie fern Prozesse der Identitätsbildung und –stärkung als Form einer politischen Governance kommunale Entwicklungschancen stärken können, lokale Identität einen Ansatzpunkt für eine Kommunalpolitik in zunehmend internationalen Zusammenhängen

darstellen kann. Insbesondere städtische Wettbewerbe auf nationaler bzw. internationaler Ebene und die Selbstdarstellung von Kommunen für diese Zwecke sind Ansatzpunkt der hier vorgestellten Überlegungen.

Fragen nach der außengerichteten Produktion von Raum-Bildern durch Stadtpolitik und –verwaltung sowie die Frage nach der Existenz einer kollektiven Raum-Identität sowie deren Repräsentation sollen gestellt werden: Was ist die Stadt für seine Bewohner? Gibt es eine Identifikation mit der Stadt, so etwas wie eine kollektive Identität? Welches Bild wird von anderen Stellen gezeichnet und nach außen präsentiert? Bestehen zwischen „offiziellen“ Darstellung und der Wahrnehmung der Bevölkerung Übereinstimmungen? Wie wird die Beziehung der Bevölkerung zu ihrer Stadt in der Außenpräsentation berücksichtigt? Was ist die Stadt für wen? Wer „macht“ die Stadt? ...

Die Kultur des Städtetourismus Andreas Pott (Frankfurt am Main)

Wie kaum ein anderes Themenfeld scheint sich das des Städtetourismus für die kulturgeographische Untersuchung zu eignen. Im Städtetourismus geht es um Zeichen, Kommunikationen, Bilder, Blicke und Sehweisen, Konsum, das Spiel mit Authentizität und Künstlichkeit, Repräsentationen, Deutungsmacht sowie um die folgenreiche Konstruktion, Nutzung und das Lesen oder Dechiffrieren von touristischen Orten und Kultur-Raum-Verknüpfungen. Kurzum: Städtetourismus scheint nicht nur ein räumliches, sondern auch ein durch und durch kulturelles Phänomen zu sein.

Auch die einschlägige Forschung behauptet, dass im Städtetourismus *Kultur* eine zentrale Rolle spiele – im Gegensatz zur Erfahrung der *Natur* und/oder des *Körpers* beim Wander-, Berg-, Strand-, Winter- oder Wellnessurlaub. Doch so problemlos sich der Städtetourismus derart als eine Art des Kulturtourismus klassifizieren lässt, so ungenau bleibt diese Deutung. Sie klärt weder, in welchem Sinne der in den Sozialwissenschaften keineswegs einheitlich verwendete Kulturbegriff verstanden werden sollte, noch, inwiefern man mit seiner Hilfe auch die Funktionsweise des Städtetourismus angemessen beschreiben könnte.

Um dies zu leisten, so die Prämisse des geplanten Vortrags, bedarf es nicht nur eines beobachtungstheoretisch fundierten Kulturbegriffs, sondern auch einer stärkeren gesellschaftstheoretischen Durchdringung des Städtetourismus, als sie die vorliegenden Untersuchungen leisten. Da es sich bei ihnen überwiegend um Fallstudien handelt, fokussieren sie üblicherweise auf den lokalen Kontext, auf die Stadt, die bereist wird, und die Folgen der touristischen Bereisung für Stadt und Stadtbewohner. Zwar findet man regelmäßig Hinweise der Art, dass (auch) der Städtetourismus eine kapitalistische, global-lokale Erscheinung sei, und dass sein gegenwärtiges Wachstum auf die gestiegene Bedeutung von Konsum und historischem Erbe sowie nicht zuletzt auf entsprechende Anstrengungen der unter den Folgen eines tiefgreifenden ökonomischen Wandels leidenden Städte zurückzuführen sei. Zur systematischen Klärung des Verhältnisses von Kultur und Städtetourismus tragen diese Gesellschaftsbezüge jedoch nur wenig bei.

Bemüht man sich um eine den Einzelfall übergreifende Bestimmung der in Vergangenheit und Gegenwart sehr vielgestaltigen touristischen Bereisung von Städten, ist schon die zusammenfassende Bezeichnung *Städtetourismus* klärungsbedürftig. Mit dieser Formulierung ist zweierlei gesagt. Zum einen, dass es sich bei dem betreffenden Phänomen eben um *Tourismus* handelt; zum anderen, dass Städte als Ziel touristischer Reisen es rechtfertigen, von einer spezifischen *Form* des Tourismus zu sprechen. Beide Begriffsimplicationen sind aber theoretisch keineswegs evident: Inwiefern handelt es sich beim sog. Städtetourismus überhaupt um Tourismus? Eng damit verknüpft ist die Frage nach der gemeinsamen Klammer der historisch unterschiedlichen Ausprägungen des Städtetourismus. Der Begriff *Stadt* (bzw. *Städte*) gibt allein keinen Aufschluss über die Art und Weise der Ausdifferenzierung des Städtetourismus als einer spezifischen Form des Tourismus. Anders formuliert: Lässt sich – trotz aller Vielfalt des Phänomens – ein charakteristischer Modus städtetouristischer Strukturbildung identifizieren? Und ist der Kulturbegriff geeignet, diesen Modus zu verdeutlichen?

Diese Fragen – mit systemtheoretischen Mitteln – zu beantworten, nimmt sich der geplante Vortrag vor.