

# Architektur und Medien = Architecture et médias = Architecture and media

Autor(en): **Hubeli, Ernst**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **78 (1991)**

Heft 10: **Architektur und Medien = Architecture et médias = Architecture and media**

PDF erstellt am: **26.09.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Architektur und Medien

Bilderpolitik hat Gropius noch von Hand betrieben – mit präzisen, wirklichkeitsverfälschenden Retouchen an eigenen Fotos, die den modernen Stil als ideales Bild propagierten. Heute sind die visuellen Manipulationstechniken nicht nur fortgeschritten, sondern derart selbstverständlich, dass sie nicht mehr einen Streit um Lüge und Wahrheit auslösen: die Medienwirklichkeit und die wirkliche Wirklichkeit koexistieren.

Die alltägliche Erfahrung mit der doppelten Realität hat unsere Sehgewohnheiten verändert. Die Rezeption hat sich zwangsläufig an die «schnellen» und vielschichtigen Bilder angepasst. Auch Architektur wird anders angeschaut und – bewusst oder unbewusst – anders entworfen: mit *Bildern im Kopf*, die aus einer Überlagerung von Wirklichkeit und deren exterminierendem Ersatz der Medienwelt entstehen.

Renato de Fusco hat im Rahmen seiner semiotischen Studien schon am Ende der 60er Jahre die Architektur dem Massenmedium zugeordnet. Durch die veränderten Kommunikationsmittel und Symbolwelten seien die traditionellen Ausdrucksmittel der Architektur sprachlos geworden. Um in einen Dialog mit dem Publikum zu treten, könne sich die Architektur nur mehr der Semantik der Massenmedien bedienen. Über de Fuscós Prognose hinaus haben die Medien selbst neue architektonische Stile erfunden: *Unterhaltungsdekors* zieren heute auch (wirkliche) Gebäude; sie kennzeichnen die sogenannte «Potpourri-Postmoderne» (Wolfgang Welsch) als ein Medienwerk.

Eine andere zeitgenössische Architektur entwirft *für* die Medien, indem sie gegen die Medien entwirft. Ihr Erkennungszeichen ist das Handschriftliche, Einmalige, Persönliche. Als solche kalkuliert sie mit der Denkschwäche der Massenmedien (die selten Sachen und häufig Stars verstehen), aber auch mit den *schnellen Bildern* und der Grösse des Bildschirms als eine Sehgewohnheit, die sowohl bestätigt als auch durchbrochen wird. Diese Architektur der Architektur schafft (entgegen der mehrdeutigen architektonischen Wirklichkeit) ein einziges identifizierbares Zeichen – gleichsam einen *Spot*.

Umberto Eco glaubte noch, dass trotz der Einführung der Massenmedien der Mechanismus der traditionell-bürgerlichen Kultur funktioniere: die Massen würden die Zeichen und Symbole der herrschenden Klassen nachahmen – diese wiederum würden neue erfinden, um sich erneut sozial abzugrenzen. Heute kann man gerade die Massenmedien als Beispiel heranziehen, um den umgekehrten Vorgang nachzuzeichnen: als im Sommer 1976 arbeitslose Jugendliche in London einen neuen Stil erfanden, versorgte das als Punk bekannt gewordene Phänomen die gesamte Medienwelt mit einem Katalog aus wunderbar gebrochenen Codes, die schliesslich die gehobene Mode- und Kulturindustrie von «unten» auffrischten. In der Welt der Massenmedien werden Zeichen und Bilder ausserhalb sozialer Schranken verfügbar, auf dem CAD-Bildschirm auch für die Architektur abrufbar.

Weniger als die Medien selbst interessiert in dieser Nummer ihr Einfluss: inwieweit kann die zeitgenössische Architektur die veränderten Rezeptionen und Sehgewohnheiten in Konzeption und Form *nachvollziehen*? Die Beiträge in Form von Projekten und Texten sind erste Annäherungen, die unterschiedliche, auch widersprüchliche Deutungen der *condition moderne* beinhalten.

Jean Nouvel schöpft in seinen neusten Arbeiten sehr direkt aus den Bilderquellen des modernen (Medien-)Alltags. *Screens* (Bildermanipulationen mit Rastern, Überlagerungen und Videotechniken) und die *Kinematografie* (die Reduktion von Zeichen und Handlungen auf Schlüsselbilder) werden zu einer architektonischen Rhetorik aufgebläht. Auf den ersten Blick gleicht das Resultat überdimensionierten Plakatwänden oder



Bildschirmen (was Dieter Hoffmann-Axthelm zu einer Kritik veranlasst, vgl. Seite 28 ff.). Die Struktur und Details der Hüllenkonstruktion verweisen aber auch auf den Versuch, eine architektonische Antwort im Rahmen der realen urbanen Bilderwelt und ihrer Kommunikationsformen zu finden. Die Abfolge von verschiedenen Glasschichten, das Wechselspiel mit der zweiten und dritten Dimension – von Hell und Dunkel, die Schriften und Zeichen (die über die Gebäudestruktur informieren) verwandeln die Wand in ein Medium. In diesem *Interface* erblickt Nouvel selbst eine Analogie zur Montage, wie sie etwa Jean Luc Godard im Film verwendet: «Das Problem der Einstellung besteht in deren Anfang und Ende – nicht in dem, was dazwischen ist.»

Jacques Herzog und Pierre de Meurons Interesse gilt nicht allein den medialen Instrumenten, sondern auch dem kritisch-distanzierten Umgang mit ihnen. Die besinnliche Skepsis führt zu Recherchen über die *Verfremdung* gewohnter Medien-Ikonographien (die Herzog und de Meuron insofern indirekter verwenden als Nouvel). So wird die Computertypografie (der Text) als ein entwerferisches Mittel wie ein Bild eingesetzt (so wie Majakowski und Apollinaire die Typografie als Ausdrucksmittel für ihre Dichtkunst verwendeten). Die Doppeldeutigkeit besteht einerseits in der empathischen Ironisierung der Medienwelt: im Kunstbetrieb ist das Bild Nebensache – ganz im Gegensatz zu dessen ausführlichen Erläuterungen, die eine mediengerechte Zubereitung vorwegnehmen. Die Gleichwertigkeit von Text und Bild, die Herzog und de Meuron vorführen, bedeutet innerhalb der Medienwirklichkeit auch eine *Bilderverweigerung*: Textfelder oder Schriftbänder überblenden das architektonische Bild, verheimlichen es oder lassen es gar verschwinden. Solches meint Kritik an der ikonografischen Überreizung und medialen Überflutung in der Massengesellschaft – auch an einer Architektur, die – anstatt sich auf ihre inhaltlichen und poetischen Möglichkeiten zu besinnen – zum Design verbiedert.

*Ernst Hubeli*



①  
Serigrafie von Roy Lichtenstein



La politique des images de Gropius relevait encore du mode de production artisanal: retouches manuelles précises de ses propres photographies, altération de leur contenu de réalité, aux fins de propager une image idéale du style moderne. Dans l'entretemps, les techniques de manipulation visuelle n'ont pas seulement progressé, elles sont devenues d'une telle évidence qu'elles ne suscitent plus aucune quête d'authenticité: la réalité des médias et la réalité réelle coexistent.

Le contact quotidien avec cette double réalité a modifié nos habitudes perceptives. Le rythme rapide et la polysémie des images ont réussi à s'imposer contre toute résistance subjective. L'architecture également fait l'objet d'un décodage différent et – qu'on en ait conscience ou non – de modes de projection nouveaux: on est plein d'*images dans la tête*, qui résultent de la superposition de la réalité et de son simulacre médiatique. Le classement de l'architecture parmi les mass médias a déjà été préconisé par Renato de Fusco vers la fin des années 1960, dans le cadre de ses études sémiotiques. Selon lui, la modification des canaux de communication et la restructuration des environnements symboliques ont privé l'architecture de ses ressources expressives traditionnelles. Pour reprendre le dialogue avec le public, l'architecture n'a plus à sa disposition que la sémantique des mass médias. Le pronostic de l'auteur se trouve aujourd'hui largement dépassé par l'activité des médias eux-mêmes, qui engendrent directement de nouveaux styles architecturaux: les *décors de variétés* se sont transférés aujourd'hui dans l'environnement construit (réel) et caractérisent le «pot-pourri postmoderniste» (Wolfgang Iser) comme œuvre éminemment médiatique.

Un autre courant architectural contemporain façonne des projets *pour* les médias, en procédant précisément à l'encontre de leur mode de fonctionnement. Son signe distinctif réside dans la marque autographe, la singularité personnalisée. Cette stratégie calcule avec la paresse intellectuelle des mass médias (qui ne comprennent pas les choses, mais bien les stars); elle calcule également avec les propriétés des *images rapides* et les dimensions de l'écran comme habitude perceptive susceptible d'être aussi bien enfreinte que respectée. Cette architecture qui prétend au A majuscule produit (à l'encontre de la polysémie de la réalité construite) un signe homogène et discret, analogue à un *spot*.

Umberto Eco croyait encore que le mécanisme de la culture bourgeoise traditionnelle pourrait continuer à fonctionner malgré l'irruption des mass médias: les masses se contentant d'imiter les signes et les symboles de la classe dominante, et celle-ci continuant à son tour à inventer de nouveaux pour se démarquer socialement. La situation actuelle des moyens de communication de masse nous fournit plutôt la preuve du contraire: le nouveau style qu'on voit naître en 1976 au sein d'une partie de la jeunesse londonienne au chômage ne tarde pas à être récupéré sous le nom de culture punk et à alimenter le monde médiatique avec tout un catalogue de codes merveilleusement enfreints; ce qui se passe est une sorte de régénération «par le bas» de l'industrie de la mode et de la culture élitaire. Les signes et les images, dans l'univers des médias, sont disponibles par delà les cloisonnements sociaux. L'architecture les trouve à sa portée sur son écran de CAO. Ce ne sont pas tant les mass médias en tant que tels que leurs conséquences qui font l'argument de cette édition: dans

quelle mesure l'architecture contemporaine parvient-elle à rendre compte tant au niveau de la conception qu'à celui de la forme des modifications des conditions d'accueil des messages visuels? Les différentes contributions – textes et projets – fournissent différents points de vue et des éléments d'interprétation parfois contradictoires de la *condition moderne*.

Dans ses travaux récents, Jean Nouvel puise très immédiatement aux sources de la quotidienneté (médiatique). *Screens* (manipulations d'images à l'aide de trames, de superpositions et de techniques vidéo) et *cinématogrammes* (images emblématiques obtenues par réduction de signes et de séquences) servent à l'élaboration d'une puissante rhétorique architecturale. A première vue, le résultat obtenu paraît n'être rien d'autre que d'immenses panneaux publicitaires ou des écrans surdimensionnés (ce qui suggère à Dieter Hoffmann-Axthelm une critique que nous rapportons à la page 28). La structure et le traitement du détail de l'enveloppe trahissent cependant également la préoccupation de trouver une réponse architectonique adéquate au monde réel des images urbaines et de leur système de communication. La juxtaposition de diverses couches transparentes, le jeu des effets de bi- et de tridimensionnalité, de clair-obscur, les pictogrammes et les signes (qui informent sur la structure de l'édifice) métamorphosent la paroi en un médium. Ce dispositif en *interface* apparaît à Nouvel comme un analogue du montage tel que le pratique notamment Jean Luc Godard dans le film: «Le problème de la séquence, c'est celui de son début et de sa conclusion, pas celui de son contenu.»

Jacques Herzog et Pierre de Meuron ne s'intéressent pas seulement aux ressources instrumentales des médias, mais également à la possibilité d'une distance critique à leur égard. Ce scepticisme délibéré nourrit diverses recherches sur la distorsion de schèmes iconographiques rendus conventionnels par les médias (l'usage qu'en font Herzog et de Meuron s'avère à cet égard moins immédiat que celui de Nouvel. Ainsi, les techniques de typographie électronique (le texte) entrent dans la conception du projet à titre d'image (dans une mesure analogue aux effets expressifs que Majakowski et Apollinaire ont su tirer de la typographie dans leur œuvre poétique). L'ambiguïté qui en résulte tient d'une part dans l'abandon ironique à l'emphase du monde médiatique et d'autre part au refus de céder à la consommation des images. D'un côté, le projet enregistre le fait que dans la scène artistique moderne, la figuration plastique est déçue à un rang secondaire derrière l'élaboration conforme aux médias du commentaire critique. D'autre part, l'équivalence du texte et de l'image, qu'Herzog et de Meuron font coexister de front, signifie dans le contexte de la réalité médiatique un *refus des images*. Les plages et les rubans de signes typographiques se surimposent à la figure architectonique, lui confèrent un caractère d'étrangeté ou l'oblitérent complètement. C'est dans cet ordre de préoccupation qu'opère la critique de la surenchère iconographique et de l'envahissement médiatique de la société de masses. Cette critique n'épargne pas l'architecture, qui au lieu de méditer le contenu substantiel du phénomène et de recueillir son potentiel poétique, se rabat sur un design inconsistant. E.H.

Traduction de l'allemand Sylvain Malfroy



## Architecture and the Media

Gropius still carried out his visual policies by hand – by means of precise, reality-distorting retouching to his own photos through which he propagated the modern style as the ideal image. Today, visual manipulative techniques have not only advanced, they have also become so familiar and self-evident that they no longer give rise to controversy about “truth” and “lies”: the reality of the media and real reality are able to co-exist.

Everyday experience with this double reality has changed our habitual ways of seeing. We have been forced to adapt our response to “fast”, multi-faceted images. Our way of looking at architecture has also changed, and so – consciously or unconsciously – has the way in which it is designed: by means of *mental images* which result from the superimposition of reality and the connected exterminatory ersatz of the world of media.

Renato de Fusco assigned architecture to the mass media within the framework of his semiotic studies as early as the end of the 1960s. In his view, the altered means of communication and symbolic worlds had made the traditional means of architectural expression ineffective, and the only way for architecture to enter into a dialogue with the public was through the semantics of the mass media. Above and beyond Fusco’s prediction, the media themselves invented new architectural styles: *entertaining décor* decorates even (real) buildings today and labels the so-called “pot-pourri post modernism” (Wolfgang Welsch) as a branch of the media.

Another aspect of contemporary architecture is designed for the media by virtue of the fact that it is designed against the media. Its identification mark is its handwriting, its uniqueness, its personal character. As such, it reckons with the weak mental processes of the mass media (which understand not things, but stars), and also with the *fast pictures* and the large size of television screens which creates visual habits which this architecture both confirms and undermines. Contrary to ambiguous architectural reality, this architecture of architecture creates one single identifiable sign – something on the lines of a TV commercial.

Umberto Eco still believes that in spite of the introduction of the mass media, the mechanisms of traditional, bourgeois culture still function: in his opinion, the masses imitate the signs and symbols of the ruling classes, who in their turn invent new ones in order to establish a social barrier. Today, the mass media themselves can be taken as an example of the very reverse process: in the summer of 1976 when young, unemployed people in London invented a new style, the phenomenon known as punk provided the entire world of media with a whole catalogue of wonderfully broken codes which finally freshened up the elevated fashion and cultural industries “from below”. Signs and images became available to the mass media irrespective of social barriers, and architecture was taken care of by the CAD screen. In this issue, we are less concerned with the media themselves than with their influence: to what extent, for example, is contemporary architecture able to *comprehend* the altered responses and visual habits regarding concept and form? The contributions in the form of projects and texts represent primary approaches containing different, sometimes contradictory interpretations of the *condition moderne*.

Jean Nouvel’s most recent work is based directly on the visual

sources of modern (media-) everyday life. *Screens* (visual manipulations with halftone screens, superimpositions and video techniques) and *cinematography* (the reduction of signs and actions to key pictures) are escalated into architectural rhetoric. At first sight, the result is reminiscent of over-dimensioned posters or TV screens (a subject of criticism for Dieter Hoffmann-Axthelm, see page 28 ff.). But the structures and details of the wrapping constructions also represent an attempt to find an architectural answer within the framework of the real urban visual world and its forms of communication. The succession of various glass layers, the interplay of the second and third dimensions – of light and dark –, the signs and scripts, (which provide information about the structure of the building) change the wall into a medium. Nouvel himself saw this *interface* as an analogy to the kind of montage used, for example, by Jean Luc Godard in his films: “The problem of a sequence consists of its beginning and its end – not of what comes in-between.”

Jacques Herzog and Pierre de Meuron are interested not only in the means used by the media but also in critical, detached ways of handling them. Contemplative scepticism leads to research into the alienation of familiar media-iconography (which Herzog and de Meuron use less directly than Nouvel does). Thus computer typography (the text) is applied as an aspect of design and used like an image (as, for example, Mayakovsky and Apollinaire used typography as an expressive means in their poetry). The ambiguity is caused by the empathetic, ironic treatment of the world of media: in the art industry, the picture itself is of secondary importance, and the exhaustive elucidations which precede a media-conform presentation take pride of place. The equality between text and picture as perpetrated by Herzog and de Meuron also results in a *denial of the picture* within the reality of the medium: blocks of text or lines of script are superimposed on the architectural image, concealing it or even causing it to disappear. This has given rise to a great deal of criticism of the iconographic overstimulation and medial inundation prevalent in our mass society, and also of a type of architecture which, instead of exploiting its potential of content and poetry, deteriorates into design.

E. H.

Translation: Maureen Oberli