

# **Zwischen medialer und wirklicher Präsenz = Entre présence médiatique et présence réelle = Between medial and real presence**

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **84 (1997)**

Heft 7/8: **Zwischen medialer und wirklicher Präsenz = Entre présence  
médiatique et présence réelle = Between medial and real presence**

PDF erstellt am: **09.08.2024**

## **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.

## Zwischen medialer und wirklicher Präsenz

Als im 19. Jahrhundert das Buch zu einem Massenprodukt avancierte, war Victor Hugo davon überzeugt, dass damit die Architektur verschwinden würde. Denn die Ausdrucksformen wie das Verhältnis zwischen den Gegenständen und ihrer Bedeutung würden sich grundlegend verändern, da sie nicht mehr an der Wirklichkeit, sondern an ihrer Reproduktion in Druckform gemessen würden. Bücher können keine Wirklichkeit abbilden, aber alle, so befürchtete Hugo, werden sich ausschliesslich an ihnen orientieren, nämlich – wie man heute sagen würde – an Simulationen von Wirklichkeiten, sei es in Form von Bildern oder Sprache. So verschwinde die Architektur insofern, als sie in erster Linie über dieses neue Medium vermittelt werde. Was Victor Hugo intuitiv als widersprüchliches Verhältnis von medialer und wirklicher Wirklichkeit erschien, brachte über hundert Jahre später McLuhan auf den Punkt: «Das Medium ist die Botschaft.»

Heute kann man gar von einer Koexistenz zweier Welten sprechen: einer Welt, in der wir leben, und einer anderen, die medial aufbereitet ist und uns nicht nur künstlich erscheint, sondern der wir auch misstrauen, weil Manipulationen der medialen Aufbereitung von Wirklichkeiten keine Grenzen setzen. Des-

Au 19<sup>ème</sup> siècle, lorsque le livre s'imposa comme produit de masse, Victor Hugo était convaincu que l'architecture allait disparaître. Les formes d'expression comme les rapports entre les objets et leurs significations seraient appelés à se transformer profondément, leur référence n'étant plus la réalité mais sa reproduction sous forme imprimée. Même si les livres ne pouvaient reproduire cette réalité, Hugo craignait qu'ils deviennent une référence exclusive ou, ainsi qu'on le dirait aujourd'hui, des simulations de réalité, soit sous forme d'images, soit de langage écrit. De la sorte, l'architecture disparaîtrait dans la mesure où elle s'exprimerait essentiellement par le nouveau moyen médiatique. Cent ans plus tard, McLuhan précisa ce que Victor Hugo ressentait intuitivement comme un rapport contradictoire entre réalité médiatique et réalité matérielle: «Le média est le message».

De nos jours, on peut même parler de la coexistence de deux mondes: le monde dans lequel nous vivons et un autre traité médiatiquement qui ne nous paraît pas seulement artificiel, mais dont nous nous méfions, car la préparation médiatique des manipulations de réalité ne connaît aucune limite. C'est pourquoi nous avons depuis longtemps renoncé à décrire et interpréter de telles simulations, car nous ne pouvons jamais savoir si elles sont authentiques ou fausses.

Sans pour autant parler a priori de disparition de l'architecture, nous posons dans ce numéro la question de savoir si les nouvelles habitudes de vision et les simulations journalistiques de réalité ont également troublé les têtes des architectes: cons-

## Entre présence médiatique et présence réelle

halb verzichten wir längst auf die Anstrengung, solche Simulationen zu entlarven oder zu deuten, weil wir sowieso nicht wissen können, ob sie echt oder falsch sind.

Ohne gleich vom Verschwinden der Architektur zu reden, stellen wir in dieser Nummer die Frage, ob die veränderten Sehgewohnheiten und alltäglichen Wirklichkeitssimulationen auch die Köpfe der Architekten verdreht haben: diktiert – bewusst oder unbewusst – die mediale Präsenz des architektonischen Objektes bereits den Entwurf? Und öffnet sich der Zwiespalt zwischen wirklicher und medialer Wirklichkeit der Architektur immer mehr, so dass schliesslich Gebrauchswerte zugunsten mediengerechter Bilder marginal werden?

Nähme man zeitgenössische Museen als Beispiele, wären die Fragen leicht zu beantworten, da Stadtregierungen von solchen Architekturprojekten gerade eine unverwechselbare mediale Präsenz verlangen, sie wünschen sich gleichsam ein multimediales Markenzeichen, welches das kulturelle Image einer Stadt propagiert.

Bei den Bauten, die wir in dieser Nummer vorstellen, fragen wir nach dem Einfluss der beschriebenen Perzeptionsveränderungen und neuen Kommunikationsformen auf den Entwurf.

ciement ou inconsciemment, la présence médiatique ne dicte-t-elle pas déjà le projet de l'objet architectural? La fracture entre la réalité vraie et la réalité médiatique s'ouvre toujours plus, au point que la valeur utile devient marginale par rapport à des images médiatiquement conformes.

Si l'on prenait les musées contemporains comme exemples, il serait aisé de répondre à ces questions puisque les autorités urbaines exigent précisément qu'ils témoignent d'une présence médiatique bien particulière, telle un symbole de marque propageant l'image culturelle de la ville.

Avec les bâtiments que nous présentons dans ce numéro, nous nous interrogeons quant à l'influence sur le projet des nouveaux modes de perception décrits et des nouvelles formes de communication. Ce faisant, les réponses se polarisent essentiellement d'une part sur le projet rationaliste de Ungers qui, sans tenir compte de ses interprétations, veut imposer la validité éternelle des formes pures et d'autre part, sur le spectacle de Libeskind qui se propose de contredire toutes les théories académiques et historiques concernant l'architecture et la réception.

Avec son projet de piscine thermale à Vals, Peter Zumthor semble vouloir s'insurger contre le monde de l'artificiel et des simulations. Pourtant, vue de plus près, sa mise en scène imagée prouve de manière exemplaire que l'évènement purement architectural et naturel exige nécessairement des moyens artificiels qui, manifestement, se heurtent à la compréhension de soi propre à l'architecture.

La conjonction entre valeur marchande et signature qui réduisent le produit architectural à

une marchandise et le travail de projet à un service, se révèle dans toute son acuité dans le programme de maisons transformables du groupe allemand *allkauf*: Certes, la maison familiale à bas prix est un produit de masse, mais elle acquiert une aura de personnalité dans la mesure où des architectes de renom confectionnent son identité dans le cadre d'un projet aux possibilités limitées. Ainsi, à l'instar d'autres articles de marque, l'architecture s'enrichit de propriétés qui recouvrent la constellation lieu, espace, construction et forme. L'article de Brett Steele étudie ce nouveau contexte «immatériel», dans lequel la question de l'auteur se place au centre du concept architectural.

Le fait que l'architecture ne puisse pratiquement plus remplir sa fonction traditionnelle de représentation ne doit pas être interprété comme une perte. Le recul de l'autorité des formes autorise un élargissement du spectre thématique et esthétique de l'architecture et fait apparaître de nouvelles lectures. Une vue générale sur la scène internationale peut montrer comment les diverses cultures architecturales réagissent à ce défi: Des divergences se créent non seulement avec la mise en œuvre d'analyses venues d'autres disciplines (art, philosophie, économie), mais déjà dans la question de l'interprétation de l'œuvre. Ainsi, on voit des architectes qui anticipent leur propre réception et considèrent l'interprétation de leur travail comme une part intégrante de leur acte de bâtir, s'opposer à ceux qui, persuadés de l'autonomie de leurs créations, pensent que la compréhension universelle de l'architecture reste toujours actuelle.

La réd.



## Between Medial and Real Presence

Dabei polarisieren sich die Antworten am augenfälligsten im rationalistischen Entwurf von Ungers, der die ewige Gültigkeit reiner Formen – ungeachtet ihrer Deutungen – behaupten will, und andererseits in Libeskind's Spektakel, das jeder akademischen und historischen Architektur- und Rezeptionslehre widersprechen will.

Peter Zumthor scheint mit seinem Entwurf für das Thermalbad in Vals gegen die Welt der Künstlichkeit und Simulationen aufzubegehren. Die bildhafte Inszenierung erweist sich auf den zweiten Blick aber als exemplarischer Beleg dafür, dass gerade die reinen Architektur- und Naturerlebnisse zwangsläufig künstliche Mittel erfordern, die offensichtlich gegen das eigene architektonische Selbstverständnis verstossen.

Der Zusammenhang von Marktgängigkeit und Handschrift, die das architektonische Produkt zur Ware und die entwerferische Arbeit zur Dienstleistung reduzieren, zeigt sich auf verschärfte Weise im Ausbauhausprogramm des deutschen *allkauf*-Konzerns: Zwar ist das Billig-Einfamilienhaus ein Massenprodukt, doch erhält es eine Aura der Einzigartigkeit, indem renommierte Architekten seine Identität innerhalb des eng abgesteckten Rahmens entwerferischer Möglichkeiten konfektionieren. Architek-

tur erhält somit auf dem gleichen Weg wie andere Markenartikel Eigenschaften, die das traditionelle Geflecht von Ort, Raum, Konstruktion und Form überlagern. Dieser neue «immaterielle» Kontext, bei dem die Autorenschaft im Zentrum des architektonischen Konzepts steht, wird im Beitrag von Brett Steele kommentiert.

Dass Architektur ihre althergebrachte Repräsentationsfunktion kaum mehr erfüllen kann, ist nicht als Verlust zu werten. Der Verlust der Autorität der Formen erlaubt eine Erweiterung des thematischen und ästhetischen Spektrums der Architektur, fördert neue Lektüren zutage. Ein Querschnitt durch die internationale Szene kann zeigen, wie unterschiedlich architektonische Kulturen auf diese Herausforderung reagieren: Divergenzen bestehen in der Instrumentalisierung von Diskursen aus anderen Disziplinen (Kunst, Philosophie, Ökonomie), aber bereits in der Frage der Werkinterpretation. So stehen Architekten, die in die eigene Rezeption vorgreifen oder die Interpretation ihrer Arbeit durch andere als integralen Bestandteil ihrer Bauhandlungen sehen, solche gegenüber, die von der Autonomie ihrer eigenen Werke überzeugt sind und für die weiterhin die universelle Verständlichkeit des architektonischen Materials gegeben ist. *Red.*

In the 19<sup>th</sup> century, when the book developed into a mass-produced product, Victor Hugo was convinced that architecture would disappear because the means of expression and the relationship between objects and their meanings would fundamentally change since they would henceforth be assessed in terms of their reproduction in printed form rather than against the yardstick of reality. And although he was aware that books cannot portray reality, Victor Hugo feared that everyone would take them as points of orientation, or – as we would say today – as simulations of reality, whether in the form of images or of language. Thus architecture, as far as it was conveyed by means of this new medium, would disappear. What seemed to Victor Hugo to be a contradictory relationship between medial and real reality inspired McLuhan – over a hundred years later – to say: „The medium is the message.“

Nowadays, we even talk about the coexistence of two worlds: a world in which we live, and another world which is medially produced and which we regard not only as artificial but also as untrustworthy because there are no limits to manipulation in the medial production of reality. Thus we have long since stopped taking the trouble to unmask or interpret such simulations since we have no way of telling whether they are false or true.

Rather than starting by tackling the issue of the disappearance of architecture, this number of „Werk, Bauen+Wohnen“ begins by raising the question of whether the combination of our changed ways of seeing and simulations of every-

day reality have not turned the heads of – among others – architects. Does the medial presence of the architectural object inevitably dictate the design, consciously or unconsciously? And is the conflict between the real and medial reality of architecture becoming more and more pronounced, so that utility values are becoming less and less important as against media-conform images?

If we were to take contemporary museums as an example, the questions would be easy enough to answer since town governments demand a virtually unprecedented medial presence from their museums, as it were a multi-medial feature propagating the image of the town.

The buildings presented in this issue raise the question of the influence of our changed perception and the new forms of communication on architectural design. The polarity of the answers is striking: on the one hand we have Ungers' rationalist design which proclaims the eternal validity of pure form, in spite of its interpretations; and on the other, Libeskind's spectacle which contradicts all academic and historical theories of architecture and reception.

Peter Zumthor's design for the thermal baths in Vals seems to rebel against the world of artificiality and simulation. On closer examination, however, the graphic staging proves to be an exemplary illustration of the fact that precisely „pure“ architecture and „natural“ experience inevitably demand artificial means which clearly belie architectural self-evidence.

The connection between commodification

and signature, which reduce the architectural product to a commodity and design to a service, becomes strikingly clear in the line of single-family homes developed by the German *allkauf* company: although the low-cost house is a mass-produced product, it acquires an aura of uniqueness owing to the fact that its identity is fabricated within a narrow framework of design possibilities by renowned architects. Thus architecture acquires, by the same means as other designer goods, qualities which eclipse the traditional structure of place, space, construction and form. This new „immaterial“ context, in which authorship is the focal point of the architectural concept, is discussed in Brett Steele's article.

The fact that architecture is barely able to fulfil its traditional function of representation should not be regarded as a loss. The loss of authority of form permits an extension of the thematic and aesthetic spectrum of architecture and opens up new discussions. A cross section through the international scene shows how differently specific architectural cultures respond to this challenge: Divergencies exist in the instrumentalization of discourses taken from other disciplines (art, philosophy, economics), but already in the question of the interpretation of works of architecture. Thus architects who anticipate their own reception and regard the interpretation of their work by others as an integral part of their architecture stand opposite those who are convinced of the autonomy of their own work and to whom the universal comprehensibility of architectural material remains natural and self-evident. *Ed.*