

Die Architektur des Effektes : Medien- und Kulturindustrie als Spektakel

Autor(en): **Angélil, Marc M.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Trans : Publikationsreihe des Fachvereins der Studierenden am Departement Architektur der ETH Zürich**

Band (Jahr): - **(2001)**

Heft 8

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-918988>

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.

Die Architektur des Effektes

Medien- und Kulturindustrie als Spektakel

„Je fester die Positionen der Kulturindustrie werden, um so summarischer kann sie mit den Bedürfnissen der Konsumenten verfahren, es produzieren, steuern, disziplinieren, selbst das Amusement einbeziehen: dem kulturellen Fortschritt sind da keine Schranken gesetzt.“

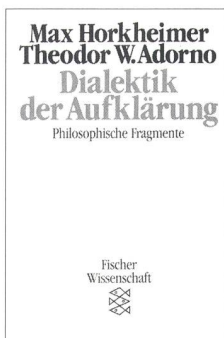
Max Horkheimer und Theodor Adorno, 1944

Architektur ist dabei, die Züge eines Massenmediums anzunehmen. Die Operationsmodi der Medien bestimmen die Operationsmodi der Architektur.

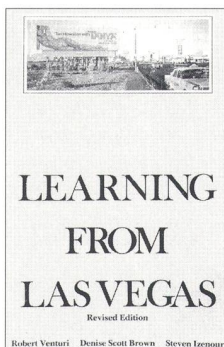
In einem zunehmenden Mass trifft man heutzutage auf eine kulturelle Trennung zwischen den Eigenheiten einer lokalen Kultur und den allgemein vorherrschenden Werten einer vom Konsum geprägten Gesellschaft. Max Horkheimer und Theodor Adorno erkannten schon in den Vierzigerjahren in einer Schrift mit dem Titel „Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug“, welche sie im Exil in Los Angeles verfassten, die unaufhaltsame Einwirkung der modernen Medien- und Massenproduktion auf Kultur- und Gesellschaftsformen. Fertige Clichés und die Vorherrschaft des Effektes, wie sie in der Werbung, den billigen Magazinen und in den Hollywood-Filmen propagiert werden - getrieben durch Standardisierung und Serienproduktion - schlagen „alles mit Ähnlichkeit“. Die Identität dieser Kulturform besteht in der uniformen Wiederholung stereotyper Werte, die überall verbreitet werden. Ihre Produkte gleichen einander und unterstehen denselben Gesetzmässigkeiten. Die Aufdringlichkeit der Präsentation und die Inszenierung ihrer Inhalte führen dazu, dass diese „selbst im Zustand der Zerstreung alert konsumiert“ werden können. Die Medienindustrie verspricht die Flucht aus dem Alltag durch die Erstellung einer surrogaten Wirklichkeit, die, als Formel reproduziert, der Verheissung einer glücklichen und heilen Welt nachkommen soll. „Je dichter und lückenloser ihre Techniken“, gemäss Horkheimer und Adorno, „um so leichter gelingt heute die Täuschung, dass die Welt draussen die bruchlose Verlängerung derer sei, die man im Lichtspiel kennenlernt.“

Lernen von Las Vegas

Der Aspekt der Zeichenhaftigkeit, die der zeitgenössischen Massenkultur eigen ist, wurde von Robert Venturi aufgegriffen, im Gegensatz zu Horkheimer und Adorno nicht im Sinne einer Kritik, sondern um Möglichkeiten des Ausdrucks in der Architektur zu erkunden. In *Learning from Las Vegas*, zusammen mit Denise Scott Brown und Steven Izenour verfasst und 1972 ver-



Max Horkheimer und Theodor Adorno, *Dialektik der Aufklärung*, 1944



Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, *Learning from Las Vegas*, 1972



Strassenaufnahme, Abbildung aus *Learning from Las Vegas*, 1972

öffentlich, werden die Prinzipien der Massenkultur auf den Architekturforschung übertragen. Dieser Transfer von einem Medium zu einem anderen bildet die Grundlage Venturis theoretischer Schriften wie auch seiner praktischen Tätigkeit. Wir können scheinbar als Architekten von Las Vegas lernen.

Venturi geht von einer Untersuchung des Status quo aus, von einer wahrgenommenen Realität, welche die Ausgangslage seiner Überlegungen bildet. *Learning from Las Vegas* setzt sich mit der Realität der zeitgenössischen Stadt auseinander, einer bisher vom traditionellen Architekturdiskurs verbannten Realität. Das Aussergewöhnliche der Studie ist die Wahl des Untersuchungsobjektes, eine Stadt, welche trotz ihres scheinbaren Glanzes in ihrer grundlegenden Beschaffenheit äusserst banal ist. Las Vegas könne als Prototyp der neuen amerikanischen Stadt erachtet werden. Sie sei hässlich, gewöhnlich und doch fast in Ordnung. Diese Banalität wird durch den Einsatz ikonographischer Mittel kompensiert, ein Mehrwert geschaffen.

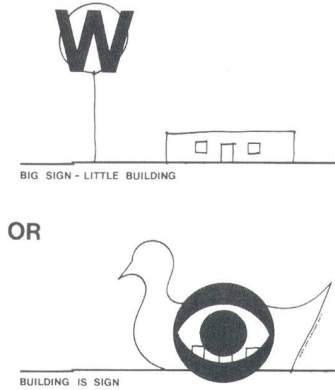
Das Buch operiert auf drei unterschiedlichen Ebenen:

In erster Instanz ist die Studie beschreibend. *Learning from Las Vegas* beruht auf der Akzeptanz gegenwärtiger urbaner Strukturen. Statt ihnen mit negativen Vorurteilen zu begegnen, wird der Versuch unternommen, ihre Eigenschaften und Organisationsprinzipien im positiven Sinne zu verstehen, um auf das Gegebene reagieren zu können.

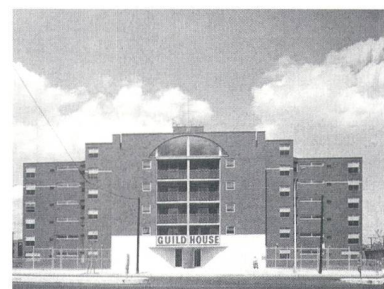
In zweiter Instanz wird aus der Beschreibung ein theoretisches Gerüst abgeleitet. Mit einem Zugriff auf die Semiotik wird auf die Bedeutung des Zeichens als konstituierendes Element sowohl der Architektur als auch der Stadt hingewiesen. Durch die Vorrangstellung des Zeichens wird der äusseren Erscheinungsform und damit dem Symbolwert der Architektur Priorität verliehen. Bauten sind in erster Linie Informationsträger, die – sei es als dekorierte Schuppen oder als Enten – mit Schrift und Bild zur Informationsvermittlung beitragen.

In dritter Instanz wird der Schritt von der Theorie zur Entwurfspraxis vollzogen. Im letzten Teil des Buches werden eigene Projekte vorgelegt, welche als Exempel die Theorie zu rechtfertigen scheinen. Die theoretischen Überlegungen werden als Grundlage der praktischen Tätigkeit postuliert. Die Theorie steht hier, im Sinne einer Gebrauchsanleitung, im Dienste der Praxis.

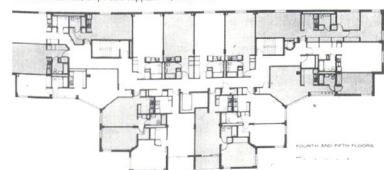
Dieses dreistufige Vorgehen, von der Analyse eines bestehenden Zustandes, über die Formulierung einer Theorie, bis hin zur praktischen Anwendung, wirft einige Fragen auf, die aus heutiger Sicht näher untersucht werden sollen.



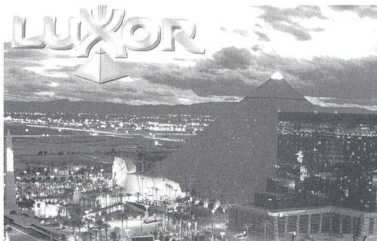
Enten vs. Dekorierte Schuppen, Abbildung aus *Learning from Las Vegas*, 1972



Guild House, Friends' Housing for the Elderly, Philadelphia, 1960-1963; Foster and Ranch, Coxe and Lippincott, Associates



Guild House, Abbildung aus *Learning from Las Vegas*, 1972



Casino-Komplex *Luxor*



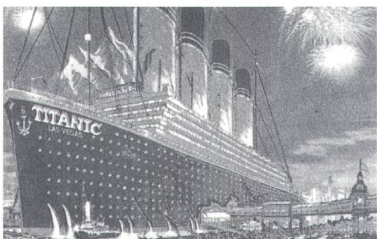
Casino-Komplex *Paris*



Casino-Komplex *The Venetian*



Casino-Komplex *New York New York*



Entwurf für den Casino-Komplex *Titanic*, aus Los Angeles Times, Januar 2000

Las Vegas heute

Das Untersuchungsobjekt Las Vegas hat sich in den letzten Jahren zusehends verändert, nicht in seiner grundlegenden Substanz, sondern in der extremeren und überspitzteren Manifestation jener Phänomene, die von Venturi damals untersucht wurden.

Die zunehmende Präsenz des Zeichens als stadtbildendes Element trägt zu einer räumlichen Verdichtung bei, die mannigfaltige Assoziationen hervorruft. Um einen Begriff von Walter Benjamin zu verwenden, könnte Las Vegas als „Phantasmagorie“ der heutigen Kultur erachtet werden. Im Zeitalter der Massengesellschaft und der technischen Reproduzierbarkeit werden allgemein zugängliche Mythen wachgerufen, ad absurdum wiederholt.

Das alte Ägypten tritt im Casino-Komplex Luxor in neuem Glanze auf. Von weitem zu erkennen: die Sphinx als Porte-Cochère und Eingangsportale der Anlage, dahinter die Cheops Pyramide als Hotel ausgebildet, obwohl sich keines dieser Bauwerke in Luxor befindet.

Paris wird in einer riesigen Anlage regelrecht rekreiert. Anhand der Technik der Montage sollen leicht erfassbare Ikonen einen Eindruck von Paris vermitteln. Der Eiffelturm kollidiert mit Garniers Opernhaus. Im Vordergrund bildet L'Arc de Triomphe zusammen mit einem Element, das an Jules Verne erinnert und als Billboard ausgebildet ist, eine neue kompositorische Einheit.

Im Casino-Komplex The Venetian werden verschiedene Sehenswürdigkeiten in Szene gesetzt: der Campanile, der Dogenpalast mit der davorliegenden Löwen-Säule und die Rialto-Brücke, die als Parkgarageneinfahrt dient. Im Innern der Anlage trifft man auf eine Rekonstruktion des Canale Grande, in einem kleineren Massstab als das Original, aber dafür mit teilweise echten Gondolieres. Postkartenbilder werden zu einem Konglomerat zusammengefügt, in welchem der Las Vegas Besucher als Tourist Venedigs inszeniert wird.

Eine weitere Attraktion ist das Hotel New York New York: ein Bauwerk als Abbild der Manhattan-Skyline, mit dem Chrysler-Gebäude, dem Empire State Building, einem Hochhaus, das an das Seagram-Gebäude erinnert, der Freiheitsstatue im Vordergrund und dahinter einem Roller Coaster aus Coney Island.

Mit einem geplanten neuen Casino soll die Ausbeute möglicher Themen erweitert werden: die Titanic als Luxusdampfer mit Eisberg, stellvertretend für die noch ausstehende Katastrophe. Das Phänomen der Gefahr an und für sich wird thematisiert. Auch hier unterwirft sich die Architektur, thematisch strukturiert, der Vorherrschaft des Effektes.

Das theoretische Gerüst

Wie steht es aber mit der Theorie, die damals einen Grundstein der Postmodernen Architektur bildete? Aus heutiger Sicht ist der Unterschied zwischen Enten und dekorierten Schuppen kaum mehr von Belang. Ihre Gegensätzlichkeit scheint auf der abwegigen Annahme zu beruhen, dass sie sich effektiv voneinander unterscheiden. Enten sind grundsätzlich nichts anderes als verkappte Schuppen, jedoch nicht mit einer flachen, sondern einer umhüllenden, teilweise raumhaltigen Fassade, die auch ins Innere der Bauten eindringt.

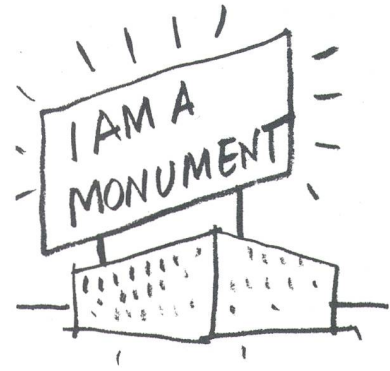
Venturis Skizze „I am a Monument“ weist damit auf ein Prinzip hin, das auch für die Ente seine Gültigkeit hat. Das grundlegende Merkmal dieses Prinzips ist die gegenseitige Wechselwirkung zweier Ausdrucksformen des Bauens, die Las Vegas' Architekten, in Anlehnung an die Film- und Theatersprache, als Back of House und Front of House bezeichnen.

Damit werden zwei Tätigkeitsbereiche der Architektenarbeit unterschieden: Einerseits der Bereich hinter den Kulissen, der einem verschlossen bleibt, die Realität des Alltags, die durch Gewöhnlichkeit gekennzeichnet ist, und andererseits derjenige Bereich, der zur Schau gestellt wird, der den Glanz einer anderen Realität zelebriert, die immer fröhlich, immer gut, immer heiter, immer aussergewöhnlich ist.

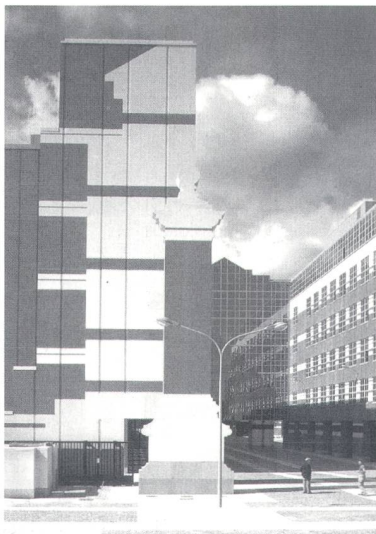
Dieser Gegensatz umfasst verschiedene Mechanismen, welche die Architekturproduktion bestimmen.

So ist vorerst ein psychologischer Mechanismus am Werk, im Wechselspiel zwischen Wunschvorstellung und Realitätsprinzip. Die Alltagsrealität wird durch das Gesicht, das man sich geben zu brauchen glaubt, verdeckt. Der Alltag wird vom Wunschbild regelrecht verdrängt. Im kollektiven Unbewussten verankerte Bilder werden wachgerufen, die Realität als Traum inszeniert. Venturi spricht von einer „Architektur der Verführung“, die Emotionen wachruft, Atmosphäre und Stimmung erzeugt. Während das Zeichen Assoziationen evoziert und mit der Erinnerung spielt, beginnt es auch in konstitutiver Art auf den Bereich des Unbewussten einzuwirken.

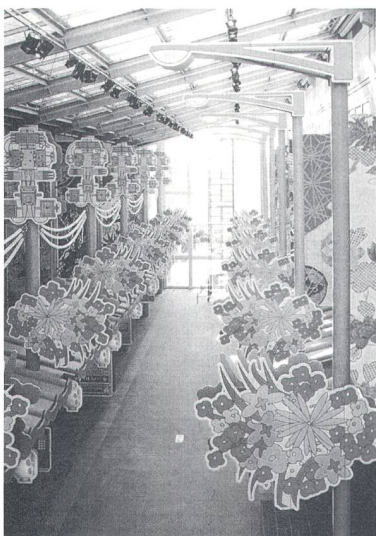
Weiterhin ist ein ökonomischer Mechanismus am Werk, der den Operationsmodus der Bauindustrie festlegt. Bauen, das immer an Geldinvestition gebunden ist, untersteht den Prinzipien der Marktwirtschaft. Venturi schreibt: „Der Vorrang des Zeichens vor der Architektur findet seinen Ausdruck auch in der Kostenrechnung des Unternehmers.“ Durch den minimalen Einsatz finanzieller Mittel soll ein maximaler Effekt erzielt werden. Der Gebrauchswert der Architektur, für den der billige Schuppen steht, wird durch das applizierte Zeichen aufgewertet, der Warenwert der Architektur damit festgelegt.



„Recommendation for a monument“, aus *Learning from Las Vegas*, 1972



Venturi, Scott Brown and Associates, Département de la Haute-Garonne, Toulouse, 1992-99



Venturi, Scott Brown and Associates, Atrium eines Hotels, Nikko, Kirifuri, Japan, 1992-97

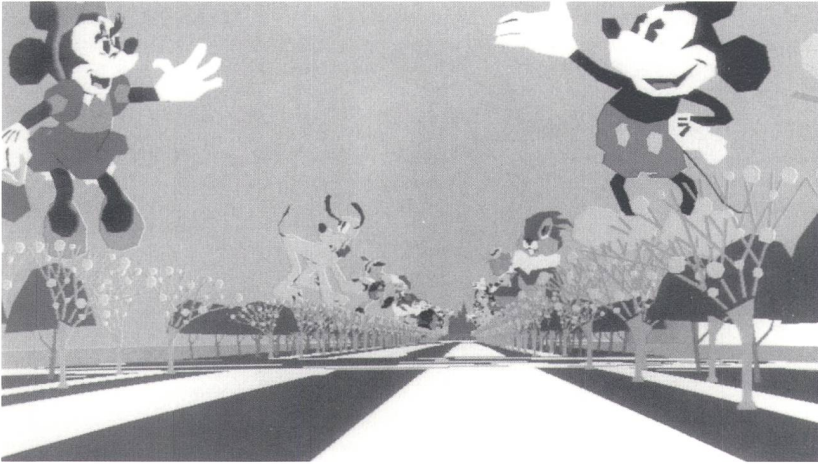
Innerhalb dieser Mechanismen spielt die Semiotik eine wichtige Rolle. Sie ist es, welche die Brücke schlägt zwischen psychologischen und ökonomischen Strukturen. Das Zeichen hat eine doppelte Funktion. Während es Bilder eines kollektiven Unbewussten aktiviert, steht es gleichzeitig im Dienste des Kapitals. Das Zeichen unterstützt den Fetisch-Charakter der Ware und trägt folglich zu einem Verständnis der Architektur als einer zu konsumierenden Einheit bei. Die Architekturproduktion wird von einem sonderbaren Beziehungsgeflecht umspannt, einem *ménage à trois* zwischen der Psychologie, der Ökonomie und der Semiotik.

Der Transfer zur Praxis

Venturis Skizze „I am a Monument“ stellt ein Diagramm der Architekturproduktion dar. Es dient als Modell, wenn nicht als Rezept, um in der Praxis konkurrenzfähig operieren zu können. In *Learning from Las Vegas* wird dieser Praxisbezug hervorgehoben: „In alltäglicher Weise bauen bedeutet, gewöhnliche, allgemein vertraute Baumaterialien samt den entsprechenden üblichen Techniken der Ausführung zu akzeptieren, sich mit der bestehenden Organisation der Bauindustrie und ihrer ökonomischen Struktur abzufinden, um einen schnellen preiswerten Bauablauf zu gewährleisten. Darauf kommt es immer kurzfristig an und es ist für dieses kurzfristige Handeln, dass unsere Auftraggeber uns Architekten unter Vertrag nehmen.“

Die neueren Arbeiten von Venturi, Scott Brown and Associates erbringen den Nachweis, dass das erarbeitete theoretische Modell der Praxis dienen kann, um in alltäglicher Weise zu bauen und, durch den Einsatz des Zeichens, genau diese Alltäglichkeit überwinden zu können. Die verwendeten Bilder, die ihre Architekturen schmücken, sind in ihrer Zeichenhaftigkeit von jedermann zu erkennen. Eine Tankstelle für Disney Corporation in Florida wird mit stilisierten Bäumen aufgewertet. Ein Verwaltungsgebäude des Département de la Haute-Garonne in Toulouse verwendet architektonische Motive, um den Stellenwert der staatlichen Institution zu untermauern. In einem Hotel in Japan wird in einem Atrium eine Strasse als Bühnenbild aufgebaut, eine Idylle inszeniert mit Strassenlaternen, gedeckten Vorplätzen, Blumen, Bannern und Telefonmasten. In einem Projekt für eine Allee werden Ikonen der Massenkultur zitiert, mit Zeichentrick-Figuren, welche die Strasse säumen. Schliesslich wird auch die Stadt Las Vegas in ihrer ganzen Mystik herangezogen, der Schein einer Scheinrealität aufgegriffen, um ein Hotel in Paris zu kennzeichnen.

Hat die Theorie hier nicht ihre Seele dem Teufel verkauft? Die Theorie, so wie sie von Venturi – und anderen hier namentlich nicht erwähnten Architekten – verstanden wird, nimmt im Kontext der gegenwärtigen Kultur eine bestäti-



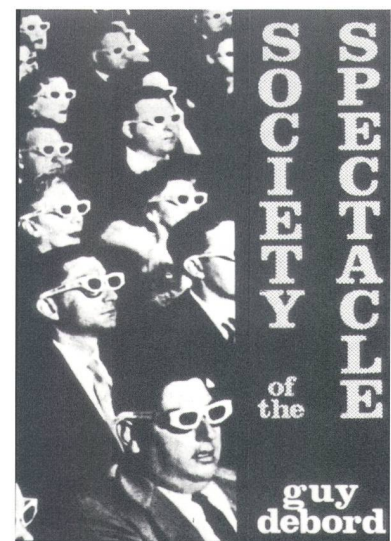
Venturi, Scott Brown and Associates, Projekt für eine Allee, Disneyland, Paris, ca. 1989

gende Funktion ein. Statt die Ordnung der Dinge zu hinterfragen und potentielle Alternativen zu entwickeln, unterwirft sie sich den etablierten Strukturen.

Von der Theorie gestützt, nimmt die Architektur am Spektakel teil. Sie wird zum Verbündeten einer Kulturform, die Guy Debord als „société du spectacle“ bezeichnet.

Die Architektur wird mit den Gütern der Massenkultur gleichgesetzt und untersteht dem Prinzip ihrer Uniformität. Wo man auch immer diese Architekturen errichtet, werden die gleichen Muster verfolgt. Architektur trägt zur Wirkung des Effektes bei und bietet, den Werten der Unterhaltungsindustrie entsprechend, eine Form von Kompensation zum gewöhnlichen Alltag. Architektur ist Mittel zum Zweck, um die Inszenierung möglichst perfekt zu vollziehen. Im Kontext ihrer globalen Reproduzierbarkeit entspricht sie den Produkten internationaler Medienkonzerne, welche die Welt mit Information versorgen. Den Idealen des Konsums folgend trägt sie stillschweigend zur Verbreitung vorherrschender Wertvorstellungen bei.

In Guy Debords Worten: „Vous pourrez voir prochainement à l’écran“
„sa destruction“



Guy Debord, La société du spectacle, 1967

Marc M. Angélil ist Architekt und Professor für Architektur und Entwurf an der ETH Zürich.