

Iconic Turn

«Renderings arbeiten mit einer Präzision des Bildes, welche das Projekt noch nicht besitzt. Gerade auf nicht architektonisch geübte Personen, etwa in Jurys, üben derartige Visualisierungen eine starke Wirkung aus. Es wird nur noch über Bilder kommuniziert – ob in den Printmedien, in den bewegten Medien oder in der Jurysitzung. Das ist wirklich ein Problem.» Mike Guyer

‘Renderings work with a precision of the image that the project has not yet achieved. Especially for architecturally untrained persons, as in juries, such representations exert a strong effect. It’s only the images that are discussed – whether in print media, in moving picture media or in the jury meeting. This is really a problem’.
Mike Guyer

Iconic Turn

Die Bilderflut und die Allgegenwärtigkeit fotografischer Abbildungen stellt heute die Frage nach der veränderten Bedeutung von Bildern. Mit dem Begriff «Iconic Turn» formuliert Gottfried Böhm im Jahr 1994 die Notwendigkeit einer neuen Analyse dieses Mediums. Die moderne Medienindustrie bevorzugt Bilder, welche die Realität möglichst perfekt simulieren. Die Differenz zwischen Bild und Abbild wird verschleiert, so dass die Bilder als Realitätersatz auftreten. Aber «erst durch das Bild gewinnt das Dargestellte Sichtbarkeit, Auszeichnung, Präsenz», denn «ein starkes Bild lebt aus eben dieser doppelten Wahrheit: etwas zu zeigen, auch etwas vorzutäuschen und zugleich die Kriterien und Prämissen dieser Erfahrung zu demonstrieren», so Böhm. «Bild» ist hier ein Begriff, welcher mehrere Phänomene beschreibt: ein Abbild, ein Gemälde oder auch eine Metapher, ein imaginiertes Bild, welche nach Böhm «dieser alten Idee einer stabilen, mit sich identischen Realität nicht zum Opfer [fallen]». Ein Bild ist imaginiert – im Unterschied zu einer Fotografie, die ein (wenn auch subjektiver) Abdruck der Wirklichkeit ist, einer physischen Einwirkung von Licht auf das Innere einer Kamera.

Die Verbindung zwischen Bild und Architektur ist ebenfalls vielfältig. Analoge Architektur bezieht sich auf metaphorische Erinnerungsbilder. Dagegen scheint die «Iconic Architecture» (ein per se globales Phänomen) zumeist viel besser als zweidimensionale Darstellung denn als dreidimensionales Objekt zu funktionieren. Die Repräsentation von Architektur über fotografische Bilder ist zentral für die heutige architektonische Praxis: Ein Bauwerk wird nur dann wahrgenommen, wenn es offensiv, vor allem durch Bilder in den verschiedenen zur Verfügung stehenden Medien verbreitet wird. Zuletzt sind noch die digital erzeugten Entwurfsbilder zu nennen, welche ein noch nicht ausgeführtes Bauwerk zur Bildwirklichkeit werden lassen.

Today the flood of images and ubiquity of photographic images are posing questions about the changing meaning of images. In 1994 Gottfried Böhm formulated the term 'iconic turn' to sum up the necessity for a new analysis of this medium. The modern media industry prefers images that simulate reality as perfectly as possible. The difference between image and reproduction has been blurred to such an extent that the images replace reality. However, as Böhm states 'The represented first attains visibility, distinctiveness, presence through the image [since] a strong image lives from just this double reality: to show something, also to simulate something and at the same time to demonstrate the criteria and phenomena of this experience.' Here, 'image' is a term that describes numerous phenomena: an image is a reproduction, painting or also metaphor, an imaginary image that doesn't 'fall victim to this old idea of a stable reality to which it is identical'. (Böhm) An image is imagination in contrast to photography, which is an (albeit also subjective) impression of reality, a physical effect of light upon the interior of the camera.

Likewise the connection between image and architecture is also polymorphic. Analogue Architecture refer to metaphorical memory images. Conversely 'Iconic Architecture' (a global phenomenon per se) appears to function much better as a two-dimensional representation than as a three-dimensional object. A representation of architecture via the photographic image is central in current architectural practice: A building is only perceived primarily when it has been offensively spread through images in the various media that are available. Finally, digital images produced as part of the design process should be mentioned, which enable a building not yet constructed to become an image of reality.

Iconic Turn

Bildikonen

Image Icons



(1)



(2)



(3)



(4)

In der Epoche der Moderne erfährt die Architektur eine bis dahin undenkbbare mediale Verbreitung. Durch die Verbesserung der Druckverfahren und technischen Möglichkeiten um die Jahrhundertwende wird die Architektur zu einem Produkt, welches mittels des Bildes von Massen rezipiert werden kann. Es entwickelt sich eine Fotografiesprache, welche einen den modernen Bauikonen angemessenen Ausdruck findet: Es sind ikonische Bilder, welche die Häuser weltweit popularisieren. Obwohl diese Bilder jedermann kennt, der sich für Architektur interessiert, haben die wenigsten die Originalbauten je gesehen. Diese Fotos prägen den Blick auf die Architektur im Laufe des 20. Jahrhunderts. Man stelle sich das «Fallingwater»-Haus, das Guggenheim Museum, die Bauten Mies van der Rohes oder Le Corbusiers vor – sofort erscheint vor dem inneren Auge ein entsprechendes Bild.

Seine Zuspitzung und zugleich Umkehrung findet das Prinzip des ikonischen Bildes in der Postmoderne, als Bilder direkt in Architektur transformiert werden. Die «iconic buildings» – semiotische Bildformationen – sind Konsumgüter einer von der Werbung geprägten Zeit. Das Guggenheim Museum in Bilbao, 1997 von Frank Gehry fertiggestellt, ist der Höhepunkt dieser Entwicklung, in dessen Folge sich ein neuer architektonischer Begriff, der «Bilbao-Effekt», etabliert. Eine globale ikonische Bildsprache, die nur funktioniert, wenn die kulturellen Unterschiede nivelliert werden, breitet sich rund um den Globus aus. Das Guggenheim Museum markiert eine neue Ära, in der das Interesse gegenüber Architektur rapide steigt. Dabei handelt es sich aber nicht um ein Interesse gegenüber den gesellschaftlich relevanten architektonischen Themen wie in den 20er-Jahren. Die «Ökonomie der Aufmerksamkeit» (Georg Franck) der Informationsgesellschaft der 90er-Jahre wird durch spektakuläre Bilder aus Zeitschriften, Magazinen, Fernsehen und schliesslich aus dem Internet gespeist. Eine bildorientierte Architektur wird somit auf eine medial wirksame Geste reduziert. Dagegen prägt die anti-ikonische Haltung der «sprachlosen Bilder» viele Bauten der Schweizer Architektur. Diese sich gegen die Gesetzmässigkeit des Medienmarkts sträubende Form ist vielleicht ein Grund, warum nur wenige der Schweizer Architekten auch ausserhalb der Schweiz Bekanntheit erlangen.

Eine weitere Wende kam mit dem Aufkommen von Renderings – digital erzeugten Bildern – welche nun anstelle der Fotografien einen ikonischen Status für sich beanspruchen. Mit den Renderings streben die Architekten meist nach öffentlichkeitswirksamen Bildern, um so die Realisation des Bauprojekts sicherzustellen. Die Gefahr dabei ist, dass das so erzeugte Bild wie ein Werbebild funktioniert und eine Sicht auf das Haus suggeriert, welche die einzig Richtige zu sein beansprucht. Das ikonische Bild erzeugt eine Wirklichkeit, an welche das anschliessend gebaute Haus nie heranreicht: Die Popularität der Renderings des CCTV-Tower von Rem Koolhaas in Beijing war zum Beispiel so gross, dass es heute niemanden mehr wirklich interessiert, ob das Gebäude nun fertiggestellt wurde oder nicht. Wenn sich die Aufgabe der Fotografie von der präzisen Dokumentation zu einer ständigen Reproduktion der Wirklichkeit verschoben hat, dann ist es jetzt das digitale Rendering, mit dessen Hilfe eine – wenn auch fiktive – Wirklichkeit produziert wird.

In the era of Modernism, the medial circulation of architecture experienced a formerly unthinkable expansion. Through improved printing processes and technical possibilities at the turn of the century, architecture became a product available to mass recipients via the image. A language of photography developed appropriate to expressing the icons of Modernist architecture: iconic images then served to popularise the buildings worldwide. Although anyone who was interested in architecture knew these images, very few had actually ever seen the original buildings. During the 20th century these photos shaped the view of architecture. Thinking of Fallingwater or the Guggenheim Museum, as well as the buildings of Mies van der Rohe or Le Corbusier – immediately a striking image is conjured up.

During the Post-Modernist era, as images started being transformed directly into architecture, the principle of the iconic image simultaneously peaked and turned. The «iconic buildings» – semiotic image formations – became consumer goods in an age marked by advertising. The culmination of this trend is the Guggenheim Museum in Bilbao (1997) by Frank Gehry, which led to the establishment of a new architectural term: the 'Bilbao effect'. Only functioning when cultural differences are levelled, a global iconic language of imagery spread around the globe. The Guggenheim Museum also marks a new era in which the interest in architecture began to rapidly increase. However, this is not an interest in the socially relevant issues as in the twenties. An 'economy of attention' (Georg Franck) of the information society of the nineties is fed by spectacular pictures from newspapers, magazines, television and ultimately the Internet. Thereby this image-oriented architecture has been reduced to a medial-effective gesture. In contrast, an anti-iconic attitude of 'speechless images' shaped many of the buildings of Swiss architecture. This form of going against the grain of the media market is perhaps one of the reasons why only a few Swiss architects are known outside of Switzerland.

Another turning point came with the advent of rendering programs, whose digitally generated images could equal and replace the iconic status of photographs. Through renderings, architects aim for images that will be effective in public presentations to secure the realisation of the project. The risk is that the image functions like an advertising image suggesting only one perspective of the building, which claims to be the only right one. The iconic image achieves a reality that the building constructed afterwards can never achieve: the popularity of the renderings of the CCTV Tower by Rem Koolhaas in Beijing, for example, was so immense that today no one is really interested if the building has actually been completed or not. If the function of photography has shifted from precise documentation to the constant reproduction of reality, then now it is the digital rendering whereby reality – albeit a fictional one – is being produced.

- (1) Ezra Stoller, Seagram Building, New York, 1958; architecture: Mies van der Rohe
- (2) Pierce Brosnan in front of Frank Gehry's Guggenheim Museum, 1999
- (3+4) Frank Gehry in The Simpsons, episode 'Maggie Roark', 2009

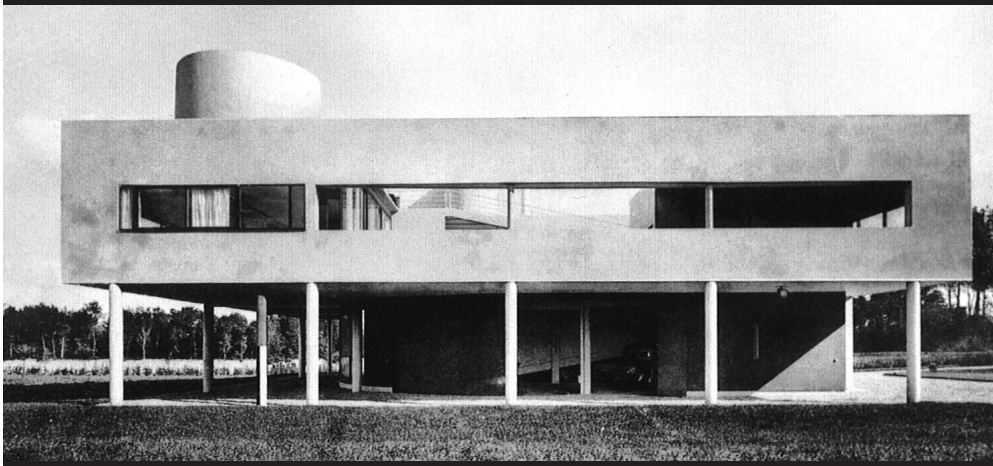
‘Today clients want THE stadium or THE headquarters. I find it discouraging that architects do not resist. We need a critical architecture – and critical images. Critical does not mean to be against something. Critical means articulate, reflective’.
François Charbonnet

«Heute wollen Bauherren DAS Stadion oder DAS Headquarter. Dass die Architekten keinen Widerstand leisten, halte ich für mutlos. Wir brauchen eine kritische Architektur – und kritische Bilder. Kritisch bedeutet nicht, gegen etwas zu sein. Kritisch heisst artikuliert, reflektiert.»
François Charbonnet

Iconic Turn



(1)



(2)



(3)

Vielzahl der Blicke

Die Fotografie gibt es nicht: Es existiert kein allgemeinverbindliches Verständnis darüber, was Fotografie ist; die fotografische Identität ist grundsätzlich abhängig von kulturellen und gesellschaftlichen Gegebenheiten. In der Zeit der «konischen Wende» der 1990er-Jahren erhält diese Auffassung zusätzliches Gewicht. Denn spätestens dann ereignet sich eine Demokratisierung des Blicks: Der «ideale Blick» wird von einer einer Vielzahl von Blicken abgelöst; die rasante Verbreitung des Internets hat eine unbegrenzte Bildproduktion zur Folge, bei welcher sich eine neue Bildsprache entwickelt, die über dem kulturellen und sprachlichen Kontext steht. Auch für Architekten ist es inzwischen fast unmöglich geworden, die Kontrolle über die Bilder ihrer Gebäude zu behalten. Neben den ausgewählten Perspektiven und den offiziell in Auftrag gegebenen Fotos werden durch Hobbyfotografen, Architekturstudenten oder Reisende permanent Fotos vor allem von bekannteren Bauten angefertigt und in zahlreichen Blogs und Online-Foren einer globalen Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

Seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts werden von Millionen von Menschen Schnappschüsse produziert, die Erinnerungen und Sehenswürdigkeiten sowie die Rituale des alltäglichen Lebens fotografisch dokumentieren. Der Übergang von der analogen zur digitalen Technik im Online-Zeitalter und die daraus resultierende rapide Zunahme an Laienfotografen führt zu einer Erweiterung der fotografischen Kultur. Es findet eine Verschiebung der fotografischen Inhalte als Stütze der Erinnerung zu einer ständigen Reproduktion und Konsumption der Wirklichkeit statt. «We Are All Photographers Now!» proklamiert 2007 eine Ausstellung im Fotomuseum von Lausanne, an der jedermann mit seinen Fotos teilnehmen darf. Wenn früher die fotografische Kultur eine Domäne der professionellen Berufsfotografen ist, erscheinen heutzutage professionelle Bilder in direkter Nachbarschaft mit der Liebhaberfotografie. Analoge Bildtechnologien und komplexe Techniken fotografischer Aufbereitung bilden zuvor wichtige und kaum mit einer einfachen Ausrüstung erreichbare Qualitätsreferenzen für die «Knipser»-Fotografen. Der Übergang zur digitalen Fotografie bindet die Fotografen dagegen stärker in den Verarbeitungsprozess ein. Die Bedeutung der unprofessionellen Fotografie wandelt sich, denn sowohl die Bildkomposition wie auch Farben und Töne können jetzt am Computer korrigiert werden, sodass die finalen Bilder von Laien mit denen professioneller Fotografen oft konkurrenzieren können. Gedruckt werden Laienfotos jedoch selten: Die meisten Fotografien wandern eher auf Bildschirme, hier erscheinen sie neben den Videos, Zeitungen und Kunstwerken im gleichen virtuellen Raum.

Als Teil des «digital lifestyle» wird eine neue Generation fotografischer Werkzeuge wie iPhoto, Flickr oder Picasa entwickelt, die der neuen fotografischen Bildschirmlogik folgen, dem «Durchscrollen». Das Einbinden der Kamera in das wichtigste Kommunikationsmittel der Digitalzeit, das Mobiltelefon, lässt die Fotografie zu einem unabdingbaren Teil der neuen Kommunikation werden. Bilder werden, kaum geschossen, durch Applikationen wie Instagram mit der ganzen Welt geteilt.

Multiplicity of Views

Photography as an absolute does not exist: there is no common understanding of what photography is – the definition of photography is fundamentally dependent on cultural and social conditions. This idea has increased in importance since the period of the ‘iconic turn’ in the 1990s when a democratisation of the gaze finally took place. The ideal gaze has been replaced by a multiplicity of views, the rapid spread of the Internet has lead to unlimited image production in which a new language of imagery has developed that is beyond traditional cultural and linguistic contexts. Also for architects, in the meantime it has become almost impossible to maintain control over the images of their buildings. In addition to selected perspectives and officially commissioned photographs, in particular photographs of more well known buildings are constantly being created by hobby photographers, architecture students and travellers and then made accessible to the global public via numerous blogs and online photo folders.

Since the beginning of the 20th century snapshots by millions of people have been produced photographically documenting memories and tourist attractions as well as rituals of daily life. The transition from analogue to digital technology in the online age and the resulting rapid increase of amateur photographers has led to an expansion of the photographic culture. A shift in photographic content is taking place from supporting memory to constant reproduction and consumption of reality. ‘We Are All Photographers Now!’ polemicised a photo exhibition in 2007 at the photography museum in Lausanne in which everyone could participate with their photos. While formerly photographic culture had been the domain of professional photographers, today professional images appear directly alongside those taken by photography lovers. Analogue image technologies and sophisticated techniques of photographic processing have established high quality levels, which are hardly achievable for ‘snapshot’ photographers with their simple equipment. In contrast, the transition to digital photography has required photographers to become even more engaged in processing techniques. The significance of unprofessional photography is changing: since both the composition of the image as well as colour and tone can now be corrected on the computer, the final images of amateur photographers can often compete with those by professionals. But amateur photos are seldom printed: rather most photographs wander across screens where they appear in the same virtual space alongside videos, newspapers and artworks.

As part of the ‘digital lifestyle’, a new generation of photographic tools, such as iPhoto, Flickr or Picasa, have been developed in accordance with the new logic of photographic display on the computer screen: ‘scrolling’. The integration of cameras into the main means of communication of the new digital era, the mobile phone, has enabled photography to become an integral part of a new form of communication. An image has hardly been shot before it is already being shared with the entire world via applications such as Instagram.

- (1) René Magritte, This is not a pipe, 1948
- (2) Photographer unknown, Villa Savoye, Poissy, France, 1931; architecture: Le Corbusier
- (3) Flickr homepage

Iconic Turn