

# Architectuur in beeld

## hoe plat kan architectuur worden

*Nauwelijks is het besef doorgedrongen welke enorme invloed de uitvinding van fotografie heeft op ons denken. Het gefotografeerde beeld is niet meer gebonden aan het object, de plaats of het tijdstip. Het beeld is autonoom geworden en heeft dankzij de massamedia de wereld veroverd. De beeldtaal wordt in een snel tempo belangrijker dan het alfabet. De meeste architecten bekijken een gebouw gewapend met een camera. Tussen hun ogen en de wereld is voorgoed een lens gekomen.*

Robert Kromhof

Voor de fotograaf is het object er uitsluitend voor de buitenkant, zoals voor de bontjager de huid alleen van belang is en het dier, na gevild te zijn, geen enkele betekenis meer heeft. De fotografie heeft een andere manier van kijken teweeggebracht. De beelden die we dagelijks krijgen voorgeschoteld, tonen het uiterlijk van de objecten die vaak in een heel andere context geplaatst zijn; deze beelden hebben nog maar weinig te maken met de oorspronkelijke objecten. De marketingindustrie maakte van deze mogelijkheid al snel gebruik en creëerde beelden die boven de aardse beslommingen zweefden. De ontwerpers van de droombeelden proberen met de beelden direct het hart van de consument te veroveren. Ieder wordt bewust en onbewust beïnvloed door beelden die vaak een vlucht zijn uit de aardse werkelijkheid: de beelden van de grenzeloze vrijheid, de eeuwige jeugd, het grote succes.

De producten worden tot leven gebracht door beelden die succes uitstralen, zoals de sportcoryfee die Nike-schoenen draagt, de onverschrokken cowboy die Malboro rookt en de popster die Pepsi drinkt. De koper van deze producten krijgt veel meer dan gymschoenen, sigaretten of een frisdrank. Architect Rem Koolhaas doet het op zijn manier in zijn nieuwste plaatjesboek *Content*. Na het doorkijken van dit boek, krijgt men het gevoel dat Koolhaas geen architect is maar veel meer. Samen met

Koolhaas surft men via zijn boek over de gehele wereld zonder ergens werkelijk geweest te zijn. Een wereld waarin het onmogelijk is voor de mens zijn plaats te bepalen door de duizelingwekkende veranderingen die continu plaatsvinden. Er is geen begin en eind, geen samenhang, maar zoveel mogelijk tegenstrijdigheid en



Voor kant van 'Content',  
laatste boek van Rem Koolhaas

alles is uit zijn context geplaatst. Hetzelfde geldt voor de teksten van Koolhaas die met zo abstract mogelijke woorden in steeds verschillende contexten de lezer een eindeloze wisseling van betekenissen geven. De teksten moeten vooral tegenstrijdig en multi-interpretabel zijn, zodat je als lezer geen positie kan bepalen. Er wordt een beeld opgeroepen van de dolende postmodernistische mens zonder houvast in de *global dynamic hyperspace*. De ironie is dat Koolhaas heilig gelooft in een duizelingwekkende opeenvolging van veranderingen waardoor hij denkt dat er totaal anders gebouwd moet worden, terwijl de woonwensen van de mens in de afgelopen eeuwen min of meer hetzelfde zijn gebleven.

### *Het beeld is belangrijker geworden dan het gebouw zelf*

Toch maakt Rem Koolhaas steeds nadrukkelijk duidelijk dat zijn plaatjesboek niet over gebouwen gaat en dat is anders dan in de meeste glossy architectuurtijdschriften.

Zijn de gebouwen werkelijk het onderwerp in de architectuurbladen. Hoe vaak komt de gebruiker, de omwonende, de onderhoudsman aan het woord die dagelijks met het gebouw te maken heeft. Of is het beeld van het gebouw slechts het onderwerp en wordt het gebouw gescand op mooie grafische plaatjes die de redactie de mogelijkheid geven om hun eigen intellectuele verhalen te vertellen over de architectuur of de avant-garde. Wat je ziet en leest, heeft vaak niet veel meer te maken met het werkelijke gebouw. Net zoals in de reclames is het product enkel een aanleiding om een beeld te creëren dat een blijvende indruk moet achterlaten, het product zelf is van ondergeschikt belang. In onze westerse maatschappij worden geen producten meer verkocht maar beelden.

#### **Beeld en beleving**

Door de uitvinding van de fotografie is het mogelijk geworden gebouwen te zien zonder ooit er geweest te zijn. Een andere vorm van beleven is ontstaan: het



beeld is belangrijker geworden dan het gebouw zelf. De architect is omringd door beelden uit de tijdschriften, de architectuurwebsites en niet te vergeten zijn verzameling foto's van de studiereizen naar gebouwen die in de tijdschriften hebben gestaan. Op die studiereizen bekijkt de architect gewapend met camera de gebouwen door de lens. In hoeverre beleeft hij het gebouw als hij steeds bezig is te zoeken naar standpunten voor spectaculaire plaatjes. Wil hij de werkelijkheid wel beleven als hij tussen het gebouw en zichzelf een camera plaatst. Of wil hij zoveel mogelijk plaatjes als bewijs dat hij er werkelijk geweest is?

Hoe plat wordt architectuur als de plaatjes belangrijker

### *Architectuur kan degenereren in het maken van overtuigende beelden*

worden dan de beleving van het gebouw, hoe plat wordt architectuur als er plotseling een gevel in de oude dorpsstraat verschijnt die rechtsreeks geïmporteerd is uit een internationaal architectuurmagazine. Architectuur kan degenereren in het maken van overtuigende beelden, het liefst gepubliceerd in gezaghebbende architectuurbladen. De jacht op het visueel effect kan zo groot worden dat de ruimte in het gebouw waarin de gebruiker uiteindelijk leeft bijzaak wordt. Hoe plat

wordt architectuur al deze beoordeeld wordt na het zien van een reeks plaatjes alsof architectuur werkelijk tweedimensionaal is?

Voor de uitvinding van de fotografie had de architect geen weet van wat er gebouwd werd over de hele wereld, hij keek naar de gebouwen in zijn omgeving, liep er door heen, probeerde na te gaan waarom het gebouw juist deze vorm had gekregen, hoe hij het gebouw kon verbeteren en maakte schetsjes van belangrijke elementen in zijn notitieboek. En als hij de financiële mogelijkheid had ging hij naar Florence, Rome en Athene met zijn notitieboek. Men keek, overdacht en beleefde de gebouwen en voelde zich nog verbonden met de eigen omgeving en

*woningen in Fukuoka*  
*architect S. Holl, fotograaf: R. Barnes*



met de rijke bouwgeschiedenis van Europa.

Nu koopt de architect het blad *A10 New European Architecture* dat enkel bericht over de laatste ontwikkelingen en nieuwste architectuur uit Europa. De architect kan weggezakt in een luie stoel al bladerend heel Europa in de gaten houden. Hoe plat is architectuur geworden als het eeuwenoude verleden er niet meer toe doet en men nog enkel kan communiceren met de nieuwste beelden.

### ***De kracht van het beeld***

De verleidelijkheid van beelden is te verklaren doordat de mens zelf visueel ingesteld is; ruiken, voelen, horen en begrijpen via woorden maakt lang niet dezelfde indruk als het zien.

Het gezegde "eerst zien dan geloven" geeft aan hoe groot de overtuigingskracht is van de visuele waarneming. Met overtuigende beelden kan het denken omzeild worden. Het is niet de overtuiging die centraal staat, maar hoe overtuigend men overkomt. De mens is niet getraind om te kijken en tegelijk het beeld te interpreteren. Het beeld

### ***De architect kan vanuit zijn luie stoel heel Europa in de gaten houden***

wordt gedachteloos opgenomen.

De kracht van het beeld is zelfs zo sterk dat duurzame producten zoals kleding, keukens en meubels bij het vuilnis gezet worden, omdat er een nieuw model ofwel een nieuw beeld op de markt verschijnt. De media zijn altijd op zoek naar nieuws en omarmen als eerste trends en nieuwe beelden. De media zijn de marketingindustrie gevolgd, gezamenlijk zijn ze de schepper en tegelijk de vernietiger van de eeuwigdurende stroom van veelbelovende beelden.

### ***Gevilde objecten***

De gevilde vacht van het wilde dier wordt een dode huid die bestand is tegen het verval doordat hij losgesneden is van het leven. De dode huid, de buitenkant, het beeld, het image heeft het eeuwige leven. Dankzij de fotografie

is het mogelijk geworden de tijd voorgoed vast te leggen. Een gefotografeerd kind blijft op het beeld voor altijd een kind, een gefotografeerd gebouw is voorgoed bestand tegen verval.

Beelden kunnen heilig verklaard worden zoals Marilyn Monroe, Elvis Presley maar ook beelden van bekende gebouwen. Deze beelden worden iconen die een enorme invloed uitoefenen op een hele generatie. En daarmee is een andere vorm van geloven ontstaan. Onze buitenkantcultuur eist identiteit al is die nog zo flinterdun als het dragen van merkkleding, een tatoeage op de juiste plek of het lezen van bepaalde kranten of tijdschriften. Gezien willen worden, een eigen identiteit krijgen zijn de belangrijkste oorzaken van alle trends, levensstijlen maar ook de enorme toename aan architectuurstijlen. Een persoonlijkheid worden is vaak niets anders dan herkend te worden door velen. Bekend worden, is de ultieme vlucht uit de anonieme massa: de ster die het gewone volk ontstijgt en bereid is het sterrenleven te leiden. Het image van de bekende persoon wordt op grote schaal door de massamedia verspreid waarbij de werkelijke mens achter het image moet verdwijnen. Had Marilyn, die zelfmoord pleegde, een echte identiteit, hoe sterk was de persoonlijkheid van Elvis die zich dood at en in hoeverre zijn de gebouwen van Koolhaas nog ontworpen voor de gebruikers.

### ***Buitenkant wordt waarheid***

De opkomst van de cultuur van het beeld was tevens de ondergang van de grote stromingen in de architectuur en van de regionale architectuur. Dat gaf aan de architecten een bepaalde vrijheid en tegelijk desoriëntatie. Beide zijn een voedingsbodem voor het zoeken naar steeds andere wegen met aan de horizon nieuwe droombeelden.

Sommige architecten zien de opkomst van de cultuur van het beeld als een visuele overdosis waar de architectuur aan ten onder gaat. Ze beweren dat de nieuwe generatie steeds meer aandacht heeft voor het zichtbare, de stoffelijke goederen en concluderen dat de maatschappij materialistisch wordt. Maar wij zijn allang niet meer materialistisch in de oude betekenis van het woord, wij geloven niet meer in materie maar in oppervlaktes, beelden en dromen. De stoffelijke wereld vervaagt juist

om ons heen, we zitten opgesloten in een door de media gedomineerde wereld van beelden. We geloven steeds meer in het beeld dan in de werkelijkheid. We geloven in de creatievelingen die overtuigende beelden neerzetten of het nu gaat om een architect, acteur, muzikant of politicus. De massamedia maken hen stralende sterren. En de media reflecteren dit sterrenlicht naar de gewone burgers, want zij weet als geen ander dat alleen het gereflecteerde sterrenlicht aangenaam is voor de ogen van de kijkers, omdat het directe licht te werkelijk is, te menselijk.

### ***We geloven steeds meer in het beeld dan in de werkelijkheid***

Hiermee hebben de massamedia enorme invloed gekregen op architectuur maar ook op het economische, politieke of sociale vlak. Het beeld dringt door in alle aspecten van het leven en kneedt ons bewustzijn. Wij nemen steeds minder rechtstreeks waar, omdat de media voor ons kijken en altijd op zoek zijn naar de nieuwste beelden en trends. Onze gevoelens, meningen en oordelen zijn vaak niet meer gebaseerd op eigen waarnemingen en kunnen moeilijk loskomen van de continue stroom veelbelovende beelden van de media. Steeds meer mensen leven en denken in beelden en de beelden die de mens het meest overtuigen, worden tijdelijk verheven tot waarheden. Overtuigen met beelden, ooit begonnen als marketinginstrument, is nu van wezenlijk belang voor iedereen, van sollicitant tot en met president, van architect tot en met terrorist.