

Editorial

Medialisierung ist in aller Munde. Das postindustrielle Medienzeitalter mit Cyberspace und Internetkultur zeitigt seine Wirkung auch in herkömmlichen Gattungen der bildenden Kunst und Architektur. Jüngstes Beispiel ist die Ausstellung »Sieben Hügel« im Berliner Martin-Gropius-Bau, die nicht nur das Medium Ausstellung neu präsentiert, sondern auch durch ihre assoziative Beliebigkeit aus dem Rahmen fällt: Eventkultur statt Aufklärung, ästhetischer »Overkill« anstelle von unterstützendem Ausstellungsdesign. Solchermaßen in einer »perzeptuellen Geisterbahn« verloren, sind wir uns sicher, daß die Form endgültig die Herrschaft über den Inhalt gewonnen hat, was auch in einer zunehmend ins Auge fallenden vor-aufklärerischen Terminologie (»Wunderkammern des Wissens«) aufscheint. Doch schon ein Blick auf die Expo 2000 in Hannover und andere Projekte der Eventkultur zeigt, wie obsolet diese traditionellen Kategorien offenbar geworden sind. Deshalb wird es in diesem Heft nicht in erster Linie um aktuelle künstlerische Medialisierungen gehen, sondern um historische und theoretische »spots«, die verdeutlichen, in welchem Maße bestimmte Gattungen schon lange vor dem Medienzeitalter einer immanenten Medialisierung unterworfen waren. Dies ist von einer Form der Medialisierung zu unterscheiden, die auf neue Medien rekurriert und den Gattungscharakter schlußendlich auflöst. Daher ist die Grenze von Architektur und bildender Kunst, wie in diesem Heft deutlich wird, nicht mehr konsequent zu ziehen.

Martin Raspe führt uns am Beispiel der italienischen Architektur von Bramante bis Borromini eindrucksvoll vor Augen, wie die Architekturzeichnung unter dem entgrenzenden Blick des Renaissancezeitalters, einer gattungsspezifischen Medialisierung zum Schaubild unterworfen war, das neben den künstlerischen Möglichkeiten auch ganz handfeste Marketing-Strategien vertrat. Doch erst das 20. Jahrhundert war dazu in der Lage, oder vielmehr gezwungen, aus verschiedenen kunsttheoretischen Diskursen, einen Mediendiskurs angesichts der medialen Innovationen von Foto, Film, Fernsehen und Internet zu entwickeln, der Bereiche der Wahrnehmungspsychologie, Psychotechnik, Arbeitswissenschaft, Soziologie etc. miteinbezog. Es war Walter Benjamin, der von »tiefgreifenden Veränderungen des Apperzeptionsapparates« beim Menschen sprach. Diese Veränderungen spiegelten nicht nur ein neues Medium wie den Film wider, sondern hätten ihr Äquivalent in der Beschleunigung des alltäglichen Lebens. »Großstadtverkehr« wurde zum Lieblingswort der Zwanziger Jahre. Architekten wie Erich Mendelsohn reagierten auf die neue Situation, in dem sie in ihren Bauten dieser Dynamik der Stadt Ausdruck verleihen wollten. Leuchtreklame, Nachtansichtigkeit, die Bauten als Werbeträger der Konsumgesellschaft kreierten nicht nur neue Bauformen, sondern veränderten auch die Wahrnehmung von Architektur. Die Rolle der Fotografie und Typografie für die Inszenierung des Neuen Bauens wird essentiell. Benjamin hat, wie Frederic J. Schwartz in seiner neuerlichen Betrachtung des Kunstwerk-Aufsatzes klarmacht, erstmals die Linie gelegt, die bis heute unvermindert aktuell ist. Die Bedeutung des kollektiven Charakters einer auf extremen Individualismus gegründeten Gesellschaft sowie den Wandel von der Arbeits- zur Freizeitgesellschaft, für deren Kunstkonsumverhalten er die »Rezeption in der Zerstreung« genannt hat. Rem Koolhaas hat auf der *documenta X* in seinem Projekt der *City of Exacerbated Difference* für das Pearl River Delta in Chinas Shenzhen-Zone die neue Stadt des Medienzeitalters vorgestellt, die

nichts mehr mit der alten europäischen zu tun hat. Im »Scape« der neuen Form von Landschaft und City bilden Business und Vergnügen eine untrennbare Einheit. »Utopia of Golf« ist eine Form der zwischenmenschlichen Kommunikation, die Koolhaas zufolge, das Zentrum der Stadtlandschaft prägen wird. Alles ist mit allem kombinierbar. An den Benjaminschen Diskurs schließt unverhofft Michael Kröger an. Er beschreibt das prozessuale, sich selbst konstituierende anhand der Durchdringung von Kunst und öffentlicher Kommunikation. Hier wird der Kommunikationsbegriff von Niklas Luhmann zugrunde gelegt, der die Einbahnstraßen und Informations-Highways der frühen 90er Jahre längst in ein gewebeartiges Geflecht vielfach vernetzter »Kommunikationslandschaften« überführt hat. In einer Welt die »Luhmannsche Züge« angenommen hat, entscheiden die kommunikativen Wechselbeziehungen auch für die Formen von Kunst, womit für die Jahrtausendwende »Kommunizierbarkeit als Leitgedanke künstlerischer Orientierung« benannt ist. Zurück zur Architektur(kommunikation) bringt uns das Edinburger Team von Richard Coyne, Hoon Park und Dorian Wiszniewski mit »Design Devices«. Schon im Titel liegt die Ambivalenz vom Werkzeug des Computers mit seinen CAD-Programmen und den Kunstgriffen, die mit ihm möglich sind. Der Charakter und die Syntax der Dinge werden durch die neuen Technologien verändert, gegenüber herkömmlichen ent- oder verhüllt. Der kunsthistorische Blick schlägt die Brücke zurück zum Surrealismus. Dieser Beitrag beschließt die Reihe eher theoretisch orientierter Beiträge zum Generalthema. In eine andere Welt entführt uns Wolfgang Metzger, der den Versuch einen »nationalsozialistischen Stil« zu begründen, am Beispiel des Goldschmieds Karl B. Berthold aufzeigt. Damit wird eine wenig bekannte »völkische« Seite des Kunsthandwerks in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts insgesamt berührt. Eine Miscelle zu neuen Medien in der kunstgeschichtlichen Bildung von Ingeborg Reichle und Co-Autoren, die ein Pilotprojekt an der Humboldt-Universität leiten, sowie eine Rezension von Christian Welzbacher zur Expo-Architektur runden den Band ab.

Aus der Beschäftigung mit dem Phänomen der Medialisierung ist deutlich geworden, daß die gattungssprengende Event-Kultur ein neues Thema der Hefte 3 und 4 2001 sein wird.

Hefte 2001

1/2001	Religionen
2/2001	Strategien des Überdauern, Teil 2
3, 4/2001	Event-ArchiCulture