

Raimund Fein*

CZAS ARCHITEKTURY

Jaka droga umożliwi ucieczkę z Wieży z Kości Słoniowej, w której architektura zamknęła się na całe sto lat? W jaki sposób może architektura odzyskać swą dawną pozycję i ogólną akceptację? Czy przystosowanie do komercjalizmu, konsumeryzmu i mód stanowi właściwe rozwiązanie? A może jest nim poszukiwanie „cichszego” i bardziej zrównoważonego piękna przestrzeni? Co prawda drugi sposób wydaje się trudniejszy, z pewnością jednak daje on więcej satysfakcji.

Słowa kluczowe: architektoniczna Wieża z Kości Słoniowej, architektura jako moda, ciche właściwości architektury

Odnoszę wrażenie, iż architektura znajduje się obecnie w bardzo interesującym punkcie zwrotnym. Być może po raz pierwszy w historii ma ona stać się integralną częścią kultury masowej. Nie sprawia już wrażenia czegoś, co pragnie być zrozumianym i docenionym jedynie przez wąskie grono ludzi wykształconych. Można zaobserwować, że koncepcje architektoniczne stają się oczywistsze i mniej abstrakcyjne, innymi słowy – banalniejsze.

Jak nietrudno się domyślić, osoby o wykształceniu architektonicznym spoglądają na zaistniałą sytuację z pewną podejrzliwością, wręcz z niepokojem. Życie w Wieży z Kości Słoniowej jest przecież tak piękne! Od czasu, gdy niemal sto lat temu w architekturze rozpanoszył się modernizm, opinia publiczna straciła na znaczeniu. Nie wszyscy musieli rozumieć, co architekt ma na myśli. Liczyło się to, co na temat naszej pracy sądzą eksperci. Najistotniejsze stało się uznanie na „scenie architektonicznej” – to o nim marzą i do niego dążą dzisiejsi studenci. Jeśli publiczność czegoś nie rozumiała bądź nie doceniała, dowodziło to tylko rewolucyjności i wizyjności dzieła.

Architektura modernizmu nigdy nie poszukiwała i nie osiągnęła jedynomyślności, zawsze natomiast spoglądała z góry na nic nierozumiejących nie-szczęśników. Moderniści sądzili, że wiedzą, co dobre dla świata i dla ludzi. Od samego początku modernizm chciał być odbierany jako środek i usługa społeczna łaskawie rozdające swe wdzięki anonimowym użytkownikom uznawanym za zbyt niewykształconych i nieświadomych. *Nie zadawajcie żadnych pytań – lepiej trwać w nieświadomości. To my wiemy i decydujemy, co jest dla was dobre.*

Czy przypadkiem wszyscy nie zakodowaliśmy sobie takiej oto elitarniej postawy? Ja na pewno – muszę to przyznać! Nadal wolę konstruktywną krytykę ze strony prasy specjalistycznej niż od zwykłych przechodniów. Jeżeli moja praca przypada do gustu osobom niewykształconym, coś musi być z nią nie tak. Oznacza to, że nie byłem wystarczająco wyrafinowany, w związku z czym mogę zostać uznany przez kolegów z branży za nieudacznika.

* Fein Raimund, prof. dr ing. arch., Lausitz Universität Cottbus.

W latach 60. XX w. Robert Venturi przedstawił swe teorie na temat Wieży z Kości Słoniowej architektury modernizmu, jej abstrakcyjnego języka formalnego, którego nikt nie rozumiał i z którym nikt nie mógł się identyfikować, architektury, która musiała stać się sztuką – jednym z jej celów było samousprawiedliwienie lub chwala architekta, rodzaj kazirodczej wymiany między „wtajemniczonymi”. Mimo że wszyscy czytaliśmy mądre książki Venturiego, docenialiśmy ich intelektualną ostrość, a nawet przyznawaliśmy rację autorowi, (prawie) wszyscy kontynuujemy dziś budowę Wieży z Kości Słoniowej.

W latach 60. świat nie był jeszcze gotów na ostrzeżenia Venturiego. My też nie byliśmy gotowi, co po części odnosi się również do obecnej dekady. Jesteśmy niejako dziećmi modernizmu, które nie potrafią się od niego uwolnić. Uczyliśmy się go przecież w ten sam sposób, a w naszej niszy jest zbyt przyjemnie i ciepło, by teraz ją opuszczać. Choć tego nie chcemy, powinniśmy wiedzieć, że zanim nastał modernizm architektura wcale nie była tajemną nauką dla wybrańców. Tworzyły ją elementy, których mogli się nauczyć i skutecznie wykorzystywać ludzie o przeciętnej inteligencji. Czy brak nam naprawdę przyzwoitych budynków z ery przedmodernistycznej, w tworzeniu których nie uczestniczył żaden architekt, z drugiej zaś strony – okropnych budowli modernistycznych stanowiących wyraz twórczej osobowości architektów? Czyż powierzchnia świata nie zaśmiecają wyrafinowane, abstrakcyjne twory modernistyczne?

Wydaje się jednak, że nadszedł wreszcie czas, by powiedzieć „dość” nawet w środowisku samych architektów. Wyraźnie zwiększył się nacisk wywierany na wieżę z kości słoniowej, proponuje się też coraz więcej odpowiedzi na problem architektury beztrojskiej. Architektura stara się z tej wieży wyjść – cóż za ekscytujący proces!

Nadal, rzecz jasna, istnieją tacy, którzy nie chcą lub nie potrafią jej opuścić. Niektórzy zawracają, gdy tylko poczują silniejszy podmuch wiatru. Pośród tych, którzy z wieży wyszli, i tych nielicznych, którzy nigdy w niej nie byli, dostrzegam dwa główne odłamy.

Po jednej stronie stoją architekci, którzy ich zdaniem zrozumieli, że architekturę można wykorzystać jako element postmodernistycznej kultury masowej. Celem ich jest szeroka popularyzacja tematu, nawet gdyby miała ona krótko trwać. Widzą architekturę jako coś, co działa, a nawet powraca niczym moda: coś przykuwa twój wzrok, przez chwilę odczuwasz fascynację, potem obracasz się i szukasz innych, najlepiej silniejszych wrażeń. Aby uzyskać taki efekt, nie mogą cię rozpraszać żadne głębsze sensy i znaczenia – rzeczy muszą być na tyle przypadkowe, żeby niczego nie uczyć i o niczym nie informować: *Nie pytaj, dlaczego wyglądam tak, a nie inaczej. Wyrób sobie własne zdanie, czy podoba ci się efekt zaskoczenia i widowiskowości, który ci proponuję, czy też nie. Ciesz się nim, jeśli możesz; jeśli nie potrafisz, nie przejmuj się i popatrz na coś innego.* Żeby uzyskać efekt zaskoczenia i widowiskowości, trzeba oczywiście stale się zmieniać i trzymać rękę na pulsie. To z kolei pasuje jak ulał do mechanizmów komercjalizmu i konsumeryzmu naszych czasów, w których pragnienie zmian jest motorem ekonomiki i korzyści, jakie społeczeństwo może czerpać z silnej gospodarki. Dlatego właśnie ten rodzaj celowo „nie opiniowanej” i „zabawnej” architektury sprzedaje się tak łatwo. Aby odnieść sukces komercyjny jako architekt, trzeba dostosować się do takiego trybu pracy. Twoja architektura zostanie przyjęta jako reklama, a świat biznesu stanie przed tobą otworem. Będą o tobie pisać, być może nawet zrobią z ciebie gwiazdę – o tym chyba marzą wszystkie dzieci (i dorosłe dzieci) architektury?

Jak w każdej reklamie, nie brak tu cynizmu. Reklama handlowa to nieuczciwa manipulacja emocjami

i uczuciami jednostki przez tworzenie sztucznych potrzeb czy też – jak kto woli – wykorzystanie niewinności. Z łatwością wyczuwamy nieuczciwe intencje, oglądając reklamę przeznaczoną dla dzieci bezbronych wobec tego typu manipulacji, bynajmniej wcale nie jest prawdą, że przed takim rodzajem nadużyć potrafią się bronić dorośli.

Całe szczęście, że cyniczni architekci służący krótkoterminowemu konsumpcjonizmowi nie stanowią jednej jedynej opcji. Po drugiej stronie mamy architektów, którzy świetnie rozumieją, że architektura musi z powrotem zejść na ziemię i dotrzeć do publiczności. Wybierają oni drogę poszukiwania efektów nie mających nic wspólnego z efektem „niewidzialnego” i zaskoczenia ani z krótkotrwałym konsumeryzmem. Szukają bardziej długoterminowych efektów, nie dostrzegając, że innowacja to jakość rządząca się swoimi prawami. Nie wierzą w wynalezienie czegoś zupełnie nowego, wierzą natomiast, że każda jednostka posiada wrodzoną umiejętność odczuwania godności i prawdy wiecznego piękna. Rozglądają się za pięknem ponadczasowym i sami próbują je zaoferować. Są przekonani, że prawdziwe piękno istnieje zawsze poza swoim czasem.

Ten typ architektów odległy jest od funkcjonalizmu czy technokracji, od ludzi, którzy chcą uczyć innych nowego trybu życia, tak jak chcieli to robić moderniści. Zdają sobie sprawę z tego, że jedyny sposób zrobienia czegoś dla świata i ludzi to działanie poprzez piękno przestrzeni, poprzez odczucie przestrzeni, zarówno wewnątrz budynku, jak i między budynkami oraz między budynkiem a krajobrazem. Do osiągnięcia wyznaczonego celu musi im wystarczyć praca ze światłem oraz bryłami i powierzchniami, na które ono pada, a także dramatyzm i radość doświadczania efektów, jakie może wytworzyć tak niewiele elementów. Dzięki nim mogą wyzwalać emocje, które da się przeżywać bez konieczności odbywania studiów

architektonicznych. Nie trzeba tu chyba dodawać, że ich budynki są także poprawne pod względem funkcjonalnym i technologicznym, choć w tym szczególnym przypadku funkcja i technologia służą jedynie do przesunięcia akcentu z przeznaczenia budynku na percepcję piękna przestrzeni.

Istnieje na szczęście wielu architektów, którzy na architekturę spoglądają z takiej właśnie perspektywy. Widuję przepiękne dzieła o trwałej wartości, które wciąż pojawiają się w wielu zakątkach świata. Jest to z całą pewnością droga trudniejsza i mniej atrakcyjna, ponieważ stosowanie „cichych” właściwości znacznie utrudnia zdobycie uznania i dużych pieniędzy. Mimo to jestem pewien, że tylko taki rodzaj architektury zniesie próbę czasu, i że będzie nadal podziwiany po tym, jak przeminą wszelkie mody. Czy nie tak drzewiej bywało? Dopóki wiem, że są architekci, zwłaszcza młodzi, wybierający ambitniejszą z dróg, dopóty nie będę się martwić o przyszłość architektury jako kluczowej dziedziny każdej kultury.

Powrót do właściwości „cichych” i ponadczasowych oznacza zrównoważenie, którego architektura naprawdę potrzebuje. Zrównoważenie w architekturze jest co najmniej tak samo ważne, jak w ekologii i gospodarce. Nie potrzeba nam wcale nieustannych innowacji – innowacja to widmo, za którym nie wolno się uganiać. Musimy po prostu w lepszy i wydajniejszy sposób wykorzystywać te elementy, które już istnieją. Musimy także mieć zaufanie do wrodzonego i nie zmanipulowanego wycucia i instynktu piękna, a także stwarzać ludziom szanse ich stosowania, doskonalenia i wzmacniania.

Taki kierunek architektury pomógłby podnieść ogólny poziom kultury, służąc ludności, a nie interesom czysto komercyjnym lub abstrakcyjnym intelektualnym celom.

Raimund Fein*

ARCHITECTURE NOW

Which one is the way out of the Ivory Tower in which architecture has hidden for the last hundred years? How can architecture gain general acceptance once more? Is adaption to commercialism, consumerism and fashion the right way? Or is it the search for the more “silent” and sustainable beauty of space? The second way seems harder but more rewarding.

Keywords: Ivory Tower of Architecture, Architecture as Fashion, Silent Qualities of Architecture

It is my impression that architecture is at a very interesting turning point right now. Maybe it is just about to become, for the first time in history, an integral part of mass culture. No longer seems architecture to be something that wants to be only understood and appreciated by a few well-educated. One can observe that the architectural concepts seem to become more obvious and less abstract, more banal if you want.

This is of course something the “architecturally educated” look at with some suspicion. It is causing unease. Life has been so wonderful in the Ivory Tower. Ever since Modernism broke loose in architecture, almost a hundred years ago, it has been allowed to care little about the public opinion. Not everybody had to understand what the architect meant. It has been important what the other experts think about our work. Recognition from inside the “architectural scene” has been everything that counts, it has been what the students dream of and aim at. If the public did not understand or appreciate, it only proved how revolutionary and how far ahead you were.

Architecture of Modernism has never look for general consensus, and in fact, never got it; it has

always looked down at those poor individuals who could not understand, and felt all the more superior for it. Modernists have always thought they know what is good for the world and for the people; Modernism, from its very beginnings, always wanted to be understood as a social means and service, spreading their charities and benefits over the anonymous users who were considered to be too uneducated to appreciate. *Don't ask questions; it is good for you even if you don't understand. We know and decide what is good for you.*

Don't we all have this elitarian attitude still in our heads? I do! I have to freely admit it. I still prefer to get good critics in the specialized press, rather than from the people in the street. If the non-educated like my work, there must be something wrong. That means I haven't been sophisticated enough, and I might appear a looser in front of my peer architects.

Yes, there has been Robert Venturi in the 1960s who laid out all his theories about the Ivory Tower of Modern Architecture, about its abstract formal language that nobody could understand or identify with, and about architecture that had to become an

* Fein Raimund, prof. dr ing. arch., Lausitz Universität Cottbus.

art not only aiming at its own justification or at the architect's own glory, like in a kind of incestuous exchange among "those who know". We have all read these wise books, and again, we appreciated their intellectual sharpness and could even see that he had a point, but at the same time we are (almost) all continuing to produce Ivory Tower stuff.

Time was not ready for Venturi's admonitions in the 1960s. We were not ready, and partly are not ready to this day. We are so much children of Modernism that we have just been unable to turn around. After all, we haven't learnt it differently, and our secluded niche is just too nice and warm to leave it and go out into the cold. We should know but we don't want to know that before Modernism, architecture was not a secret science among the chosen few. Before Modernism, architecture was made from elements that could be learnt and used to good effect, by people of average intelligence. Haven't we got a wealth of really decent buildings from the pre-modern era in which no architect has been involved, and don't we have, at the same time, an awful lot of horrible modernist buildings in which architects have been involved and expressed themselves? Isn't the surface of the world covered with abstract sophisticated modernist rubbish?

But it seems that the time has come that the sickness over this is becoming too much, even among the architects themselves. The pressure on the Ivory Tower has been mounting enormously, and more and more answers to the problem of complacent architecture are being proposed. Architecture is trying to come out of the Ivory Tower: A very exciting process!

Of course, there are still those who are not willing or able to come out of the Tower, or shrug back in as soon as they have felt the strong wind that is blowing outside. However among those who come out of the

Tower and those few who have never been in it, I can basically see two main currents:

On the one hand, there are those architects who think they have understood that architecture can be used as an element of the post-modern mass culture. They aim at a broad popular effect, even if it is only short-lived. They see architecture as something that works and ever renews itself like fashion does: You get a tickle to the eye, you get the fascinating effect of a moment, and then you turn around and look for the next, possibly stronger tickle. To have this effect, you must not be bothered and distracted by deeper sense and meaning; things have to be arbitrary enough to not teach or tell you anything: *Don't ask why I look like this and not like that. Just decide and make your own opinion about whether you like the effect of surprise and spectacle that I am offering to your eye, or not. Enjoy if you can; if not, it doesn't matter either: Look at the next thing.* Of course, to have the effect of surprise and spectacle, you have to change constantly and to charge the effects ever more to keep the spin going. This, in turn, fits perfectly with the mechanisms of the commercialism and consumerism of our times where the craving for change is the motor of the economy and the benefits that a society can gain from a strong economy. This is the reason why this kind of deliberately "un-opinionated" and "funny" architecture is so easy to sell. To be commercially successful as an architect, you'd better adapt this kind of working. Your architecture will be welcome as an advertisement, and the business world will be waiting for you. You will be published widely and maybe propelled to stardom, and isn't this what all the young kids (and no-more-kids) in architecture dream about?

But, as any commercial advertisement, this is cynical. Any commercial advertisement is an unfair manipulation of the emotions and feelings of the individual

by instilling artificial needs, an abuse of innocence if you want. We can feel this unfairness very well when we look at advertisement aiming at children who are totally defenseless against this kind of manipulation, but it is not true at all to say that grown-ups can defend themselves much better against this sort of sublime and abusive manipulation.

But this current, the one of architects who cynically put themselves at the service of short-lived consumerism, is luckily not the only one existing. On the other side, there are those architects who understand as well that architecture has to get back down to earth and reach the general public, but they take a different road. These architects are looking for effects that have nothing to do with the effect of the “unseen” and the surprise, and with short-lived consumerism. They look for longer lasting effects and do not recognize that innovation is a quality in its own right. They do not believe in the invention of the ever new. These architects believe that any individual has an inborn ability to sense the dignity and truth that lay in lasting beauty. They look for the timeless beauty and try to offer it. They are convinced that real beauty is always beyond its time.

These architects are far from being functionalists or technocrats or people who want to teach the people a new way of life, in the way that the modernists wanted to. They recognize that their only way to do something for the world and for the people is through the beauty of space, through the feeling of space, inside the building as well as between the buildings and between the building and the landscape. To do this, they have nothing else in their hands to work with but light and the masses and surfaces that are hit by the light, and the drama and joy of experiencing the effects that can be produced with these few elements. With these few elements alone they create emotions; emotions that you can feel without having

an education in architecture. Of course, their buildings are also functionally and technologically correct, but in this case, function and technology are only there to fulfill the purpose of taking the stress out of the use of the building and to free the attention for the perception of the beauty of space.

Fortunately, there are more than a few architects who look at architecture from this perspective, and I can see beautiful work of lasting qualities continuing to emerge from many parts of the world. It is certainly the more difficult and less tempting way to go, because the use of “silent” qualities makes it so much harder to gain recognition and good earnings. But in the end, I am sure that this will be the kind of architecture that will stand the test of time, the one that will still be looked at when all the fashions will be gone. Hasn't it always been this way? As long as I see that there are architects, and particularly the younger ones, going this more ambitious road, I am not worried for the future of architecture as a key discipline of any culture.

The return to “silent” and timeless qualities is the sustainability that architecture really needs. This kind of sustainability is at least as important as the ecological and economical ones. We need no constant innovation; innovation is a phantom that we must not chase. We just have to use the elements that are there already, in a better and more efficient way. And we have to trust in the people's inborn and un-manipulated sense and instinct for beauty, and provide them with chances to apply this sense and instinct, to train it and thus make it ever stronger.

This would be a way for architecture to help enhancing the general level of culture, and to really become a service to the people, instead of a service to mere commercial or abstract intellectual interests.