

Kat. TL Media Pavilion, Aufzüge, Vienna
Venedig, Waberg (429), USA, New York
PETER KOGLER

PETER KOGLER

ODER DIE VISUELLE LESBARKEIT DES RAUMES

OR THE VISUAL LEGIBILITY OF SPACE

C1995/

Von Beginn der 80er Jahre an hat Peter Kogler eigenständige Transformationen des Bildbegriffs und des Bildraums entwickelt. Die konzeptuellen Erfahrungen der Pop-Art der 60er Jahre im Umgang mit den Massenmedien, mit der Idee des Seriellen und mit neuen Reproduktions-Technologien hat er aufgegriffen und zur Idee des Moduls weiterentwickelt. Computergenerierte Bilder multipliziert er im Siebdruckverfahren und verarbeitet sie zu Wand-Tapeten. Er greift dabei hauptsächlich auf drei Tropen- bzw. Bildfiguren zurück: Rohr, Ameise, Gehirn. Diese Module verbindet die visuelle Struktur des Systems, der Vernetzung und Verschaltung. Die neuronalen Netzwerke des Gehirns, die Verbindungsgänge des Ameisenhaufens und die Installationsröhren bilden visuelle Analogien für die postindustrielle Welt der dichten Informationsverarbeitung, der Massenmedien und telematischen Kommunikationstechnologie. Die Erzeugung eines Moduls auf dem Bildcomputer, die anschließende Kombination hunderter Module zu Reihen mit Hilfe einer industriellen Ausführung, und schließlich die enorm großwandige und großflächige Applikation der Tapeten-Module im Raum erzeugen ein optisches Rauschen, wo einzelne Raumkriterien wie Nähe und Ferne ins Unschärfe abschwirren, wo die einzelnen Raumschichten wie hinten und vorne ins Vibrieren geraten. Diese Verletzung der natürlichen Hierarchie der Raumschichten wird noch durch das Schichtensystem der Drucktechnik gesteigert. Die Schicht des Rohrsystems wird nämlich nicht auf leeren Grund gedruckt, sondern hat bereits einen mediatisierten Ursprung, startet bereits mit Bildern, die sich ebenfalls der Reproduktionstechnologie verdanken. Die fünf röhrenförmigen Grundmodule (Gerade, Eckstück, T-Stück, Kreuzung und Endstück), die eine visuelle Grundstruktur der Architektur wiederholen, nämlich das Röhrensystem der Installationen, das in den Wänden verborgen ist, werden im Siebdruckverfahren auf vorher gesammelte und auf das Format 60x60 cm zugeschnittene Werbepлакate in schwarzer Farbe aufgedruckt. Dadurch addieren sich die visuelle Raster-Struktur der Werbebotschaften und des Modulsystems zu einem labyrinthischen Rohrsystem, das die visuelle Lesbarkeit des Raumes grundlegend zerstört. Diese solcherart aus zwei visuellen Schichten bestehenden Tapetenmodule werden im Inneren des Pavillons, einem vorher aufgezeichneten Raster folgend, auf die vorhandenen Wände und Decken, also auf die historische Bausubstanz, tapeziert. Die zweimal bedruckte Oberfläche auf der gebauten Oberfläche der Wand erzeugt durch die Überlagerungen der visuellen Ebenen einen komplexen und verwirrenden räumlichen Gesamteindruck. Der Raum wird als Bild definiert und die visuelle Lesbarkeit dieses Raumes wird irritiert. Erzielen also die Röhrentapeten als Verweis auf die architektonischen Rohrinstallationen eine Transparenz der verborgenen Variablen der Architektur, so verhüllt und verhindert die Sprache der Werbung und der Massenmedien, die sich wie eine Gelée über die minimalistische visuelle Struktur schmiert, wiederum die visuelle Lesbarkeit des Raumes. Die 2-dimensionale Raum-Installation mit den Tapetenmodulen aus zwei Druckschichten erzeugt einen vibrierenden und schwirrenden Raumeindruck. Durch Überdrucken und Zerschneiden der Plakate auf das Format 60x60 cm, die beiden wesentlichen Strategien, die Lesbarkeit des Raumes zu erschweren, wird die Fragmentierung der Information enorm verstärkt. Nicht nur die Bedeutung der einzelnen Werbebotschaften geht mehr oder minder komplett verloren und nur die aggressive Lautstärke der Werbesprache (Farbe, signifikante Bildelemente) bleibt erhalten, sondern auch die visuellen Signifikanten des Raumes gehen verloren. Die visuelle Struktur schwarzer Röhren, die über die visuelle Struktur der bunten Massenmedien gedruckt wird, verknüpft auch zwei verschiedenen Formen des öffentlichen Raumes, nämlich den materiellen, physikalischen Raum der Architektur mit dem elektronischen und printmedialen Raum der Massenmedien, die auf den sozialen Raum der modernen Informationssysteme verweisen.

Peter Weibel

Peter Kogler has been developing original transformations of the pictorial concept and pictorial space since the beginning of the eighties. He has picked up on the conceptual experiences of pop art in the sixties in their treatment of the mass media, the idea of the seriality and new reproduction technologies developing on them to create the idea of the module. He multiplies computer-generated images by screen printing, processing them into wallpapers. Primarily, he falls back on three tropes or pictorial figures: pipe, ant, brain. These modules join up the visual structure of the system, the networking and the circuitry. The neuronal networks of the brain, the tunnels of an anthill and the installation pipes constitute visual analogies to the post-industrial world of close-knit data processing, mass media and telematic communication technology. A module produced on the image computer, subsequent combination of hundreds of modules to make series with the aid of an industrial model and finally the large-wall and large-surface spatial application go to create an optical noise that makes individual spatial criteria such as vicinity and distance whirl away into a state of fuzziness, and that causes individual spatial layers such as behind and in front to fluctuate. This violation of the natural hierarchy of spatial layers is further augmented by the layer system of the printing technique. The pipe system layer is not printed on a blank ground surface but rather has a mediatized origin actually commencing in images that also owe their existence to reproduction technology. The five pipe-shaped basic modules (straight section, corner, T-piece, crosspiece and end piece) that reiterate a visual basic structure, i.e. the pipe system of the installations that is concealed in the walls, are printed black on pre-collected advertising posters cut to size, 60x60 cm. In this way the visual grid structure of the advertising messages and the module system are aggregated to form a labyrinthine system of pipes that fundamentally obliterate the visual legibility of space. Following a pre-drawn grid, these wallpaper modules consisting of two visual layers are papered on the existing walls and ceilings within the pavilion, i.e. on the historical fabric of the building. By overlapping the visual layers of the two printed surfaces on the constructed surface of the wall create a complex and perplexing overall spatial impression. Space is defined as an image, and the visual legibility of space is deranged. So if the pipe wallpapers accomplish transparency of the hidden variables of architecture as a reference to architectural pipe installations, in turn the language of advertising and the mass media, smeared across the minimalist visual structure like gel, mask and impair the visual legibility of space. The two-dimensional spatial installation with its wallpaper modules creates a vibrating, buzzing spatial impression. By overprinting and cutting the posters to 60x60 cm size, which are the two major strategies to impede legibility of space, the information fragmentation is enormously intensified. The visual structure of black pipes, printed across the visual structure of the colourful mass media, links up two different forms of public space, i.e. the material, physical three-dimensionality of architecture and the electronic and print media space of the mass media, that makes reference to the social space in modern information systems.



Galerie Krinzinger Wien 1992

Photo: Angelika Krinzinger