

Lidia Gasperoni

## **„Nicht alle Mittel sind auch Medien“. Die Media-Agency-Theorie**

John Dewey beschreibt in *Kunst als Erfahrung* zwei mögliche Formen der Zielsetzung: „Es gibt Ziele, die bloß ein erwünschtes Ende sind, und andere, die einen vorausgehenden Prozess vollenden“.<sup>1</sup> Die erste Form entspricht einer rein instrumentellen Haltung den Zielen gegenüber, bei der der Prozess als bloßes Mittel zum Zweck verstanden wird. Die zweite dagegen impliziert eine Haltung, die dem Prozess gegenüber nicht indifferent ist; der Prozess ist dabei das Medium für das Erreichen des Ziels selbst. So kann Dewey feststellen: „Nicht alle Mittel sind auch Medien“, und weiter: „Es gibt zwei Arten von Mitteln. Die eine ist dem, was ausgeführt wird, äußerlich; die andere wird in die erzeugten Ergebnisse aufgenommen und bleibt ihnen immanent. [...] Die Mittel hören zu wirken auf, sobald das *Ziel* erreicht ist; in der Regel wäre man froh, das Ziel ohne Aufwendung der Mittel zu erreichen. Sie sind nur ein Gerüst. [...] Doch mit dem Moment, das wir Medien nennen, beziehen wir uns auf Mittel, die mit dem Ziel verbunden sind“.<sup>2</sup>

Einfach gesprochen geht es uns dabei wie beim Reisen: Wir können die Reise als rein instrumentellen Weg zum Ziel oder als prozesshaftes Moment des Reisens an sich betrachten. Wir können reisen, um ein Ziel zu erreichen und somit die Reise selbst als rein instrumentell begreifen; oder wir können irgendwohin reisen und gleichzeitig den Reiseweg als essentiellen Bestandteil der Reise ansehen. Im ersten Fall ist die Reise nur Mittel zum Zweck; im zweiten Fall ist die Reise Teil der Zielsetzung oder, wie Dewey sagt, „Mittel und Ziel fallen zusammen“.<sup>3</sup>

Diese zwei Formen des Reisens stehen exemplarisch für zwei verschiedene Lebensformen oder Haltungen, die sich auch auf

den Kontext der Medialität übertragen lassen: Wir können die in Gestaltungs- und Darstellungsprozessen angewandten Medien – wie Modelle, Bilder, Zeichnungen, Fotos, Texte – als bloße Instrumente begreifen und sie somit nur als Mittel zum Zweck des finalen Produkts betrachten; oder wir können sie als Bestandteil der Gestaltungsreise verstehen, durch die nicht nur ein Produkt zur Realisierung gelangt, sondern in deren Verlauf sich unsere Weise, architektonischen Raum wahrzunehmen und zu denken, überhaupt erst konstituiert. Während im ersten Fall Medien reine Werkzeuge sind, nehmen sie im zweiten Fall aktiven Anteil am Gestaltungsprozess und sind somit die Voraussetzung für unser Experimentieren mit den im Raum verborgenen Qualitäten. Dabei verändert sich auch unsere Einstellung gegenüber Zufällen: Aus Sicht der ersten (instrumentell-äußerlichen) Haltung erscheinen sie als bloße Hindernisse des geplanten Vorgehens, während sie aus Sicht der zweiten (performativ-immanenten) Haltung als Entdeckungsmomente gelten können, durch die der Prozess sich ändert, womit es zu neuen, zunächst ungeplanten Entwicklungen kommen kann. Solche unvorhersehbaren Entdeckungen sind stets Bestandteil von Gestaltungs- und Produktionsprozessen, wie viele Tätigkeiten an der Grenze zwischen Handwerk und Kunst – vom Weben bis zur digitalen Fabrikation – zeigen.

Um die so skizzierte, performative Haltung von einer bloß instrumentellen Verwendung von Werkzeugen auch terminologisch klar abzugrenzen, empfiehlt es sich, im ersten Fall von Medien zu sprechen, bei denen ihr performativer Gebrauch jeweils mitgedacht ist, während die traditionelle, instrumentelle Haltung dem Begriff des Mittels entspricht.

Letztlich geht es um die *Haltung*, die wir einnehmen. Und es geht gleichzeitig um eine *bewusste Haltung*, die wir den Mitteln (als rein instrumentellen Wegen) und den Medien (als performativen Wegen) gegenüber einnehmen. Angewandt auf Darstellungs- und Gestaltungsprozesse heißt diese bewusste Haltung, dass wir erst dann, wenn wir beide Dimensionen kennen und in der Lage sind, die Differenz zwischen beiden zu begreifen, zu erleben und aktiv zu gestalten, die Vorgänge des Entwerfens und des Darstellens nicht nur als Mittel, sondern als Medien der Gestaltung ansehen, die prozesshaft und performativ sind. Diese Haltung verändert sowohl das Verständnis der Medien als generativer Anteil des Entwurfsprozesses – und in keiner Weise als Hindernis – wie

auch die Weise, in der der Entwurfsprozess dokumentiert wird: Der Prozess wird Teil des Forschens als Suche nach einer neuen Medialität für das Entwerfen. Die sogenannten ‚Arbeitszettel‘ stellen insofern eine essentielle entwerferische Komponente der Architektur dar. Aber auch die Architektur erweitert ihre Wirkung: Sie steht nicht nur für das Entwerfen von Gebäuden, sondern artikuliert ein *Netzwerk* von kulturellen und gesellschaftlichen Relationen, die durch Medien zur Sichtbarkeit gebracht werden können.<sup>4</sup> Medien sind somit generativer Anteil des Entwerfens, das gleichzeitig als Hervorbringung und Dokumentation architektonischer Prozesse angesehen werden kann. Die Etablierung einer solchen bewussten Haltung, die der generativen Bedeutung der Medien Rechnung trägt, ist der Hauptgrund für die Einführung einer *Media-Agency*-Theorie.

Im vorliegenden Beitrag werden zuerst Grundfragen der Medienphilosophie mit Blick auf ihre Relevanz für die Architektur eingeführt, um dann einige Kernthemen der Medienphilosophie (Definierbarkeit des Medium-Begriffs, das Verhältnis von Wahrnehmung und Medien und die Performativität des Medialen) aufzugreifen, die eine Grundlage auch für den architektonischen Diskurs zur Medialität darstellen können. Auf diese Weise soll die anvisierte *Media-Agency*-Theorie klarer umrissen werden.

**Medienphilosophie in der Architektur** Architektur ist für die philosophische Reflexion zur Medialität paradigmatisch, weil ihr Entwurfsprozess multimedial und somit eine ständige „mediale Grenzüberschreitung“<sup>5</sup> ist: Im Entwerfen werden verschiedene Medien nacheinander und nebeneinander angewandt, sodass jede Präsentation im Rahmen eines Entwurfsseminars, eines Wettbewerbs oder eines konkreten Auftrags eine Aneinanderreihung von Medien ist, die gleichzeitige Gültigkeit besitzen und letztlich ein multimediales Produkt darstellen. Diese konstante Wechselwirkung zwischen Medien macht das architektonische Projekt zu einem *wahrnehmbaren Medienprisma eines architektonischen Konzeptes*. Im Entwurfsprozess wird intensiv sowohl mit einzelnen Medien als auch mit der gesamten, multimedialen Artikulation experimentiert, die das Konzept auf einer medialen Projektionsfläche realisiert, in die alle Medien zusammenfließen und auf der sie sich gegenseitig ergänzen. Eine Projektidee kann durch ein Medium wie einen Plan, ein Modell oder einen Text zur Gestaltung gelangen.

Der Entwurfsprozess ist in jedem Medium potentiell erschlossen; er kann sich in vielen Medien vollziehen oder auf spezifische mediale Räume begrenzt werden. Es ist bekannt, dass es Architekten und Architektinnen gibt, die bestimmte Medien favorisieren und bei denen eine eigene mediale Sprache zu erkennen ist – zu denken wäre etwa an die Modellarbeiten von Frei Otto, die malerischen Zeichnungen von Aldo Rossi und die diagrammatischen Zeichnungen von Zaha Hadid. Diese experimentellen Praktiken werden dann in den jeweiligen Büros zur bautechnischen Ausführung weiter verwandelt. Angesichts dieses Übersetzungsprozesses stellt sich die Frage, wie sich in dieser Übertragung, die zur Endpräsentation des Projektes führt, mediale Praktiken der jeweiligen Entwerfenden transformieren und inwieweit ihr performativ-generativer Charakter dabei erhalten bleibt oder bloß abgebildet wird, ohne die Spezifität der jeweiligen Medien zu bewahren. Ist das nicht der Fall, handelte es sich hingegen um bloße, meist unbewusst geschehende Re-Präsentation ohne Berücksichtigung des spezifischen Potentials der involvierten Medien. Häufig lässt sich im Entwurfs- und Bauprozess eine Diskrepanz zwischen einer performativen und einer rein repräsentationalen Medienverwendung feststellen: Dank performativer Medien vollzieht sich die Materialisierung eines Konzepts, das jedoch anschließend unter pragmatischen Gesichtspunkten medial wieder reduziert wird. Es kommt anders gesagt darauf an, ob die Ausführung eines Architekturkonzeptes vorwiegend auf die bloße Repräsentation und Vermittlung setzt oder ob auch die technische Ausführung in ihrem generativ-performativen Potential erfasst wird. Letzteres würde vermeiden, dass das Entwerfen eines ersten Konzeptes als kreativ-mystisches Moment – eine Art Blackbox – verstanden wird, das kaum dokumentiert wird, während die Ausführung und Darstellung des ursprünglichen Konzeptes als bloße Abbildungs- und Anpassungsvorgänge angesehen werden. Aus der Perspektive einer bewussten, performativen Haltung heraus hingegen stellen auch solche Anpassungsvorgänge einen Reflexionsraum dar, innerhalb dessen der Entwurf in der Phase der Realisierung ständig weiterentwickelt wird.

Inwieweit bestimmte Medien die Entfaltung architektonischer Bedeutung ermöglichen und wie sie zu einem neuen konzeptuellen und materiellen Verständnis von Architektur führen können, ist bisher oft vernachlässigt oder den einzelnen Kompetenzen der Entwerfenden in Büros und der Lehrenden in Entwurfsseminaren

überlassen worden. Der Fokus auf *Media Agency* stellt insofern einen theoretischen und gleichzeitig praxisnahen Ansatz dar, um die agentielle, generative und performative Funktion der Medien im architektonischen Entwerfen ans Licht zu bringen und für diese einen institutionellen und wissenschaftlichen Raum in der architektonischen Praxis zu schaffen.

Dabei stellt sich zunächst die Frage, was ein Medium in der Architektur ist, da eine einheitliche Definition der Medialität bislang fehlt. So hat Stefan Trüby erst kürzlich zu Recht festgestellt: „Eine Medientheorie der Architektur steht noch aus“.<sup>6</sup> Zwar wurde verschiedentlich historisch untersucht, wie klassische Medien – etwa die Zeichnung – sich entwickelt haben und neue Medien im digitalen Zeitalter – wie Computerprogramme – hinzugekommen sind und wie deren technisches Potential heute für die Architektur definiert werden kann. Dabei wird jedoch in der Regel nicht gefragt, was ein Medium in der Architektur ist und was mit Medialität genau gemeint ist. Meist werden mediale Praktiken in ihrer historischen und technischen Entwicklung untersucht und dabei mit Werkzeugen oder *tools* verwechselt, ohne eine systematische Auffassung des Medium-Begriffs anzuvisieren. Zwar gibt es einzelne Studien über die Medien der Architektur, aber bislang keine systematische Untersuchung der Medialität in der Architekturgestaltung.

Als wichtiger Beitrag zur Medienverwendung in der Architektur hat der von Wolfgang Sonne herausgegebene Band *Die Medien der Architektur* zu gelten, der zugleich die Forschungslücke in diesem Bereich unterstreicht. Laut Sonne „existieren zwar mehr oder weniger gewichtige Studien zu einzelnen Medien der Architektur, der Versuch einer kritischen Übersicht über die Vielfalt der architektonischen Medien und deren signifikante Eigenschaften wurde aber bislang nicht unternommen. Noch erstaunlicher ist, dass ebenfalls in den holistisch ausgerichteten jüngeren Kulturwissenschaften und Medientheorien die spezifischen Medien der Architektur so gut wie keine Beachtung finden. Nachdem in den 1970er Jahren der Versuch unternommen worden war, Architektur mit Hilfe der Sprachwissenschaften und der Semiotik als Medium zu deuten, scheint heute eine gewisse Ratlosigkeit das Thema ‚Architektur und Medien‘ zu beherrschen“.<sup>7</sup>

Der Band von Sonne umfasst eine Sammlung unterschiedlicher Aufsätze, die einzelne Medien im Entwerfen und Wahr-

nehmen von Architektur primär anhand von Fallstudien behandeln. Dabei werden spezifische Merkmale einiger Medien wie der Zeichnung, der Karte, der Fotografie, des Films, des Modells, des Diagramms, der Computerdarstellung und der Ekphrasis analysiert. Was im Gegenteil weiterhin aussteht, ist eine *systematische Untersuchung der Medialität der Architektur*, die sich nicht nur auf die prägenden Medien des Entwerfens bezieht, sondern den Entwurfsprozess selbst als mediale Synthesis begreift.

Eine solche medienphilosophische Untersuchung des Entwurfsprozesses hätte zum Ziel, zunächst eine systematische Definition des Medium-Begriffs und anschließend den spezifischen Beitrag sowie die Grenzen jedes einzelnen Mediums herauszuarbeiten. Dabei ist auch zu klären, inwieweit jedes Medium spezifische gestalterische Möglichkeiten aufschließt – und andere ausschließt. Zugleich ist die Dominanz oder die Ausblendung bestimmter Medien zu hinterfragen, wie auch Sonne betont: „Was wiederum lässt sich aus der Absenz mancher Medien schließen? Warum etwa werden die akustischen, haptischen oder olfaktorischen Seiten der gebauten Umwelt selten adäquat repräsentiert? Sind sie unwesentlich oder unbeherrschbar, oder liegt hier ein gestalterisches Entwicklungspotential der Architektur?“<sup>8</sup> Allgemein gesprochen machen Medien Architektur wahrnehmbar durch ihre Verbindung mit den Sinnen. Medien dürfen folglich nicht von ihrer Versinnlichungsfunktion entkoppelt werden, die in diesem Fall darin besteht, architektonische Bedeutung wahrnehmbar zu machen. Denn jedes Medium entspricht einer spezifischen sinnlichen Dimension, wie sich etwa am Fall akustischer Medien aufzeigen lässt: Durch die mediale Schulung unserer akustischen Wahrnehmung können wir die Architektur als etwas verstehen, das nicht allein und auch nicht primär visuell funktioniert. Um sich dessen bewusst zu werden, reicht es allerdings nicht aus, der akustischen Wahrnehmung eine gesteigerte Aufmerksamkeit zuteilwerden zu lassen. Vielmehr bedarf es der Erfindung und Ausübung spezifischer medialer Praktiken, die die Architektur akustisch erschließen: Das Hören geschieht nicht einfach unmittelbar, sondern benötigt Praktiken, die es wahrnehmbar und vermittelbar machen. Das heißt auch, dass eine systematische Untersuchung der Verbindung zwischen Medien und Wahrnehmung zwangsläufig zur Kritik an der gegenwärtigen Verwendung von Medien im architektonischen Entwerfen führt. So ist zum Beispiel die Dominanz visueller Medien im Unterschied zu

weiteren, marginalisierten Medien wie den akustischen zu hinterfragen.

Die skizzierte Wissens- und Forschungslücke hinsichtlich der Medialität hängt auch damit zusammen, dass die Architektur, obwohl sie eine genuin mediale Disziplin ist, noch keine eigene Medienreflexion hat und sich nicht selten eklektisch auf verschiedene Ansätze der Medientheorie und -philosophie stützt, die wiederum die Architektur noch nicht als privilegierten Gegenstand für sich entdeckt haben. Dabei stellt sich auch die Frage, ob das Ziel einer teils versuchten, transdisziplinären Verbindung bloß darin besteht, medientheoretische Definitionen auf die Architektur anzuwenden, oder es nicht vielmehr der *Entwicklung einer eigenständigen Reflexion der Medialität in der Architektur* bedarf, die die spezifischen Anforderungen architektonischer Medialität kritisch hinterfragt. In diesem Beitrag wird der zweite Weg eingeschlagen, indem mit dem Begriff *Media Agency* eine Medienphilosophie des architektonischen Entwerfens angestrebt wird, die vom Entwurf ausgeht. Dabei werden verschiedene philosophische Ansätze auf die Architektur und genauer auf das architektonische Entwerfen nicht nur angewandt, sondern diesbezüglich reflektiert und weiterentwickelt. Das architektonische Entwerfen fungiert dabei also nicht nur als ein Anwendungsfeld der philosophischen Reflexion unter anderen, sondern stellt ein genuin architektonisches Forschungsfeld dar, aus dessen Bearbeitung sich auch Fragen ergeben, die wiederum die medienphilosophische Debatte befruchten können.

**Kernthemen der Medienphilosophie** Der Mangel an einer verbindlichen Definition des Medium-Begriffs betrifft nicht nur die Architektur, sondern auch die Medienphilosophie selbst. An dieser Stelle soll es jedoch vorwiegend um ein Verständnis des Begriffs gehen, insofern er für die Architektur von Relevanz ist. Wie im Folgenden außerdem deutlicher werden wird, basiert der *Media-Agency*-Ansatz in theoretischer Hinsicht vor allem auf der Untersuchung der Performativität des Medialen sowie des Verhältnisses von Wahrnehmung und Medien.

Eine systematische Reflexion des Medialen steht im Zentrum der Medienphilosophie, die sich insofern von der Medienwissenschaft und Medientheorie unterscheidet, wie auch Gerhard Schweppenhäuser hervorhebt: „Während die *Medienwissenschaft*

an Empirie und empirischen Forschungsmethoden orientiert ist und *Medientheorien* sich an Bezugswissenschaften wie Literatur- und Kulturwissenschaft, Soziologie, Philosophie und Psychologie sowie deren Paradigmen abarbeiten, ist *Medienphilosophie* die begrifflich-kategoriale Klärung der Grundlagen dessen, was unter einem „Medium“ zu verstehen ist“. <sup>9</sup> Während der empirische Zugang Medien in ihren konkreten historischen und kulturellen Ausführungen beschreibt, bezieht sich der philosophische Zugang auf die Bedingungen der Möglichkeit der medialen Ausführung, in dem Versuch zu zeigen, „was Medien als Mittel des Weltzugangs und der Welterschließung leisten“. <sup>10</sup> Die Medienphilosophie fragt daher nach einer grundlegenden Ebene des Medialen, die sich nicht deshalb von der Ebene bestimmter Praktiken unterscheidet, weil sie theoretisch verfasst ist.

Allerdings leidet die Medienphilosophie daran, dass der Begriff des Mediums so generisch geworden ist, dass alles zum Medium werden kann, wie Dieter Mersch betont: „Der Begriff scheint ubiquitär und anwendbar auf jeden Stein, aus dem ein Haus errichtet wird, auf jede Linie, die zur Markierung eines Grenzverlaufs dient, auf jedes Schreibwerkzeug [...], ebenso wie auf Kleidungen, die zeigen und verbergen, oder auf Pflanzen und Lebewesen [...]“. <sup>11</sup> Medien – so die von Stefan Münker verwendeten Ausdrücke – sind „en vogue“ und „omnipräsent“, <sup>12</sup> weshalb der Medienbegriff, wie Lambert Wiesing bemerkt, mehr Extension als Intension gewonnen hat: „Man hat Medientheorien von Dingen, die ohne diese Theorie keine Medien wären: wie Energie, Wahrnehmung oder den Leib. In jedem der drei Fälle verliert der Medienbegriff beachtlich an Intension, und seine Extension nimmt bedenklich zu“. <sup>13</sup> Gerade wegen seiner Ausweitung ist der Begriff des Mediums eigentümlich unterbestimmt geblieben.

Angesichts seiner omnipräsenten Verwendung stellt seine theoretische Bestimmung ein vorrangiges „Desiderat“ <sup>14</sup> dar. Diese Bestimmung hätte zum Ziel, seine „differentia specifica“ <sup>15</sup> anderen Begriffen gegenüber zu definieren. Weil der Medium-Begriff an Intension verloren und an Extension gewonnen hat, wird die Frage nach seinen spezifischen begrifflichen Merkmalen allmählich auf eine deskriptive Analyse einzelner Medien reduziert: So wird meist nicht untersucht, ob und wie ein Schreibwerkzeug ein Medium ist, sondern wie es sich im Gebrauch transformiert hat. Und dieser deskriptive, medienhistorische Zugang setzt eigentlich schon



voraus, geklärt zu haben, was ein Medium überhaupt ist. Dabei ist fraglich, ob die Mediengeschichte die philosophische Frage ‚Was ist ein Medium?‘ weiterhin ausblenden und ihren Medien-Begriff stattdessen schlicht auf Kommunikationsmittel in ihrer technischen Ausführung und Implementierung zurückführen kann.

Genau dieses Verständnis von Medien aber ist weiterhin dominant: Medien werden mit Apparaten und Dispositiven gleichgesetzt, ohne zu hinterfragen, ob mit dem Medien-Begriff natürliche oder künstliche Medien erfasst werden.<sup>16</sup> Sind unsere Sinne also natürliche Medien, oder sind nur technische Geräte als Medien zu bezeichnen? Und wenn Medien mit Techniken identifiziert werden, dann wird dadurch – wie Mersch anmerkt – „auch der Begriff des Technischen totalisiert“.<sup>17</sup>

Die allgemeine Fähigkeit von Medien, semantische Relationen wahrnehmbar zu machen und gleichzeitig die Präsenz eines Gegenstandes aufzuheben, führt zu der Frage, inwieweit zwischen natürlichen und künstlichen Medien unterschieden werden muss und die technische Implementierung der Medien wie etwa digitaler Medien eventuell eine im Vergleich zu derjenigen natürlicher Medien andere Art von Medialität darstellt. Insbesondere Hartmut Böhme und Peter Matussek haben von einer „Naturmedialität“ gesprochen und Sinne als natürliche Medien definiert: „Immer dann, wenn sinnliche Ereignisse für den Wahrnehmenden über die bloße Referenz eines Objekts des *mundus sensibilis* hinaus den Charakter des Performativen erhalten, kann von den Sinnen als ästhetischen Medien die Rede sein“.<sup>18</sup>

Trotz solcher Einwände werden Medien weiterhin häufig unreflektiert mit spezifisch technischen Medien oder Massenmedien assoziiert, wobei übersehen wird, dass das Mediale philosophisch gesehen gerade nicht als bloßes Dazwischen zu verstehen ist,<sup>19</sup> sondern als *Bedingung der Möglichkeit von Vermittlung*. Genau genommen ist selbst McLuhans Definition noch nicht radikal genug: Das Medium ist nicht nur die Botschaft selbst,<sup>20</sup> sondern deren Konstitution. Dieses Verständnis des Mediums betont schon in der platonischen Definition des ‚*metaxy*‘ die Vermittlungsfähigkeit und nicht deren technische Ausführung.<sup>21</sup> Das Medium ist dabei ein Drittes, das in der Vermittlung zuvor nicht gegebene Bestandteile – wie Idee und Materie – verbindet, indem es sie im Prozess konstituiert und zur Sichtbarkeit bringt. In diesem Sinne sind Medien für jedes Weltverhältnis unabdingbar und somit

„grundsätzlich generativ“, wie Lorenz Engell betont: „Medien sind Ermöglichungen. Dabei öffnet ein Medium einen je spezifischen Horizont der Möglichkeiten“.<sup>22</sup>

Trotz ihrer Kritik des Medienapriorismus, deren Behandlung den Rahmen dieses Aufsatzes überschreiten würde, definiert Sybille Krämer die Funktion von Medien als ein „Wahrnehmbar-machen“.<sup>23</sup> Medien entsprechen nicht der Wahrnehmung, geben ihr jedoch eine Form und haben eine originär performative Funktion, die darin besteht, die sinnliche Form der Wahrnehmung zu vermitteln und begreifbar zu machen. Der Gehalt der Wahrnehmung wird somit durch das Mediale vermittelt und transformiert, wie auch Wiesing bemerkt: „Hätte der Mensch keine Medien, er könnte nur sehen, was anwesend ist, er könnte nur sehen, was er auch hören, riechen und tasten kann. Nur weil es Medien gibt, ist der Mensch in der Lage, zu zwei Zeitpunkten dasselbe sehen, hören und denken zu können“.<sup>24</sup>

Insofern Medialität nicht ohne den Gebrauch zu denken ist, der in unterschiedlichen Praktiken Bedeutung sinnlich artikuliert, kann Medialität als Dimension des Akts der Aisthetisierung, der Versinnlichung in Verbindung zur Performativität gebracht werden.<sup>25</sup> Inwieweit Medialität und Performativität systematisch verbunden sind, sollte nicht nur anhand der Sprache und des Theaters – beides privilegierte Beispiele der Performativitätstheorie – sondern anhand der Gestaltungskraft von Medien im Allgemeinen untersucht werden. Das bedeutet, dass Performativität nicht nur als ein Akt der Aisthetisierung, der sich in der Rezeption vollzieht, sondern als ein Akt der Versinnlichung verstanden werden sollte, der in den Medien bereits enthalten ist.<sup>26</sup> Das mediale Handeln wird dadurch um die Dimension der Sinnlichkeit bereichert, was in Bezug auf die Medien der Künste und der Architektur, wie bereits erwähnt, meist anhand von Fallstudien untersucht wird.<sup>27</sup> Auf den Performativitätsbegriff als zentraler Aspekt der Medienphilosophie werde ich unten im Abschnitt zur *Media Agency* zurückkommen.

**Was ist ein Medium? Die Unterscheidung zwischen sinnlicher Form und Praktik** Um also zu verstehen, was Medien sind, muss zuerst betont werden, dass es sich bei ihnen nicht bloß um passive Werkzeuge handelt, sondern genauer um Akte der Versinnlichung. Damit ist zweierlei gemeint: Erstens vollzieht sich schon unsere sinnliche Wahrnehmung auf eine Weise, die nicht ausschließlich

passiv ist. Vielmehr finden in ihr fortlaufend gestalterische Prozesse statt, indem äußere Sinneseindrücke aktiv auf grundlegende Formen, auf sinnliche Schemata bezogen werden. Nur wenn diese aktivistische Rolle unserer Wahrnehmung, die ich mit dem Begriff der Versinnlichung zu beschreiben versuche, berücksichtigt wird, lässt sich das kreative Potential von Medien hinreichend verstehen, die dann eben nicht mehr als bloß passive Mittel erscheinen, sondern allgemeiner als sinnliche Formen unserer Wahrnehmung, die eben diese Wahrnehmung entscheidend prägen, aber sich zugleich auch von uns prägen lassen. Zweitens aber umfasst der hier vorgeschlagene Begriff von Medien spezifische Gebrauchsweisen oder Praktiken, durch die das konstruktive Potential sinnlicher Formen durch Techniken ausgeschöpft wird.

Medien stehen somit gleichzeitig für die sinnlichen Formen unserer Wahrnehmung und deren Gebrauchsweisen. Verfestigt und eingeübt können solche Gebrauchsweisen Teil einer eigentümlichen, performativen Haltung werden.

Bezeichnen wir zum Beispiel ein Diagramm als Medium, so wird damit sowohl seine sinnliche Konstitution als hybride Form auf der Grenze zwischen Bildhaftem und Textuellem als auch deren spezifische Verwendung als analoge oder digitale Zeichnung angesprochen. Dies sind zwei zu unterscheidende Ebenen. Wenn das Diagramm etwa im architektonischen Entwerfen parametrisch erzeugt wird, handelt es sich um eine technische Verwendung, die als mediale Praktik definiert werden kann. Das Diagramm ist ein Medium nicht nur in seiner technischen Ausführung (etwa in einem Plan oder in einem Modell), sondern als sinnliche Form des Raumes – im Fall der Zeichnung die zweidimensionale Fläche, die visuell und in einigen Fällen haptisch wahrgenommen werden kann. Das Bild kann sich wiederum bis zur dreidimensionalen Fläche ausdehnen, die in der physischen Ausführung der sinnlichen Form des Modells entspricht.

Die konkreten medialen Praktiken in ihrer technischen und historischen Entwicklung bleiben von der Ebene der sinnlichen Formen nicht ausgeschlossen; sie sind im Gegenteil ihre empirische Gestaltung. Ihre konkrete Ausführung schafft die Verbindung zwischen den sinnlichen Formen und den Praktiken und sorgt für die Entwicklung von Praktiken, welche die konkrete Realisierung des Medialen sind. Mediale Praktiken zeigen, wie der Entfaltungsraum sinnlicher Formen bis an die Grenzen des Medialen gebracht

werden kann. Dabei spielen künstlerische Praktiken als Experimentierfelder eine grundlegende Rolle. Sie experimentieren mit der sinnlichen Konstitution des Medialen, indem sie dessen Grenzen und Potentiale aufzeigen.

Gerade künstlerische Praktiken zeigen, dass die technische Ausführung vom jeweils spezifischen Gebrauch sinnlicher Formen abhängt. Bei ihnen handelt es sich insofern in exemplarischer Weise um Praktiken der Versinnlichung. Denn dieser Gebrauch ist keine bloße Umsetzung des Sinnlichen, sondern dessen Realisierung. Wie schon Gilles Deleuze deutlich macht, stellen die Werke dreier Künstler wie Pollock, Bacon und Mondrian drei verschiedene Realisierungsräume derselben sinnlichen Form ‚Bild‘ dar und sind essentiell für die Materialisierung des Mediums. Sie erforschen die sinnliche Dimension des Bildes und bringen sie in verschiedenen Ausführungen an die Grenzen seiner Wahrnehmbarkeit, indem zum Beispiel Pollock in der haptischen Malerei die visuelle Codierung hinsichtlich der Zeichen ausblendet, etwas, das bei Rothko mit einer radikal visuellen Malerei geschieht. Das Figurative wird dabei in das Malerische verwandelt. Im Unterschied dazu realisiert Mondrian in seiner abstrakten Malerei eine andere Materialisierung des Bildes als sinnliche Form. In diesem Sinne kann das Medium ‚Bild‘ nur als sinnliche Gestalt abstrahiert werden, sein Wesen zeigt sich jedoch erst in der Praktik, die die sinnliche Konstitution des Medialen realisiert.

An dieser Stelle ist ein Verweis auf die Theorie der negativen Medialität von Mersch angebracht, der zufolge die Definition des Medium-Begriffs „unsäglich“ bleibt, weil das Medium, oder besser gesagt: das Mediale sich der diskursiven Definition entzieht und sich in den Praktiken zeigt: „Das Mediale *ist* nicht, vielmehr *ereignet es sich*. Es handelt sich nicht um ein Sein, sondern um ein *Werden*“. Das heißt, seine Exponierung als Praxis ist „mit der Art und Weise ihres Vollzugs und ihrer Ausführung kurzzuschließen – mit einem Wort: mit ihrer Performativität“.<sup>28</sup> Die Praktiken sind somit *performativ*, weil sie das Medium realisieren, das nun untrennbar mit seiner materiellen Konstitution verbunden ist. Die aus den Praktiken resultierenden Artefakte sind soziale und kulturelle Konstrukte als spezifische Arten der Verkörperung.<sup>29</sup>

Es ist wichtig zu betonen, dass die skizzierte Unterscheidung zwischen Medium und Praktik heuristischer Natur ist: Sie ist eine methodische Unterscheidung, die diese Bestandteile trennt, um ihre

jeweiligen Funktionen offenzulegen. In Wirklichkeit sind diese zwei Dimensionen eng verbunden und als *mediale Praktik* wahrzunehmen.

Übertragen auf das Feld der Architektur impliziert die Annahme solcher medialer Praktiken ein gesteigertes Bewusstsein für die Frage, was die Medien (Bild, Modell, Text usw.) für die sinnliche Konstitution und Wahrnehmung der Architektur bedeuten. Die Entwicklung und Kultivierung von Praktiken, die neue Bedeutungen generieren und wahrnehmbar machen, trägt letztlich auch zu einer präziseren theoretischen Analyse der Grenzen und Potentiale dieser sinnlichen Konstitution bei, womit der wissensgenerierende Anteil künstlerischer und entwurfsbasierter Praktiken angesprochen ist.

**Media Agency** *Media Agency* heißt, *Medien in ihrem agentiellen Charakter* zu begreifen. Angesichts der oben eingeführten Unterscheidung zwischen Medium und Praktik sind nun zwei Ebenen der Agency zu definieren: Die erste Ebene betrifft die spezifischen Eigenschaften, die ein Medium als sinnliche Form hat; dabei sind nicht technische Medien, sondern die oben genannten natürlichen Medien gemeint; die zweite Ebene betrifft die Praktik, das heißt die konkrete Realisierung und Anwendung der jeweiligen sinnlichen Form – in unserem Fall im Entwurfsprozess. Während die erste Ebene (sinnliche Form) das Gestaltungsvermögen unserer Sinnlichkeit betrifft, kann die zweite Ebene (Praktik) nicht von der *Haltung* absehen, die wir den Medien gegenüber einnehmen. Die oben eingeführte Performativität der Praktiken kann somit nicht von der Haltung weggedacht werden, die im konkreten Gebrauch – im Fall der Architektur im Entwerfen – eingenommen wird.

In dieser Hinsicht lässt sich der agentielle Charakter des Mediums nicht vor einer subjektiven Haltung trennen. Die subjektive Haltung hat ihren Kern aber nicht abstrakt in den Intentionen des Subjekts, sondern in seiner Fähigkeit, das performative Potential des Mediums zu erkennen und zu realisieren. Die Agency des Subjekts gründet – im Kantischen Sinne – im Vermögen des Imaginierens und Versinnlichens. Aber nicht das Subjekt als solches, sondern sein tradiert Gebrauch von Medien ist zentral. Im Sinne Kittlers stellen auch neue Medien eine ständige Transformation der subjektiven Wahrnehmung dar und sind daher keine „Prothesen“ eines gleichbleibenden Subjekts.<sup>30</sup>

Die zwei Ebenen (Medium und Praktiken) involvieren beide Performativität. Medien sind in ihrer Gestaltungskraft an sich performativ: Mit einem Bild können wir bestimmte Aspekte der Realität wahrnehmen, die sich im Medium Text anders darstellen würden. Medien prägen auf diese Weise unseren sinnlichen Zugang zur Bedeutung, oder anders gesagt: die Bedeutung wird durch Medien mitdefiniert. Wenn wir etwas ausdrücken, geht es nicht nur um den Inhalt, das Was unserer Kommunikation, sondern auch um die Form, das Wie unseres Ausdrucks. Dabei entsteht die *Versinnlichung* jeder Bedeutung, die nicht von ihrem Inhalt zu trennen ist.<sup>31</sup> Übertragen auf die Architektur würde das heißen, dass ein Entwurfsprozess, im dem primär mit bildgebenden Verfahren gearbeitet wird, die architektonische Bedeutung durch eine bildhafte Form unserer Wahrnehmung prägt. Nimmt diese bildliche Prägung überhand, so werden andere sinnliche Aspekte der architektonischen Wahrnehmung und des Entwerfens ausgeblendet, denn Architektur ist – wie schon Böhme und Pallasmaa pointiert bemerkt haben – keine rein visuelle Kunst.

Diese Ebene der Medialität als sinnliche Gestaltung betrifft nicht den Gebrauch an sich, sondern, wie schon erwähnt, die Haltung, die wir in der Verwendung von Medien einnehmen. Dabei können die zwei bereits zu Beginn eingeführten Haltungen unterschieden werden: die instrumentelle und die performative. Ihre Differenz ist nun auf der Grundlage der Performativitätstheorie weiter zu spezifizieren.<sup>32</sup>

Austin hebt mit dem Performativen eine andere Ebene der Sprache hervor, die nicht nur in einer referentiellen Ausprägung, durch die wir Bezug auf Gegenstände nehmen, sondern in der performativen Realisierung besteht, durch die wir Handlungen und Fakten kraft der Sprache realisieren.<sup>33</sup> Die Sprache kann somit nicht von ihrer *affordance* getrennt werden: Ihre Wirkungskraft hängt somit von ihrem Gebrauch ab, der auch einen konventionellen Charakter hat. Erika Fischer-Lichte beschreibt eine ähnliche Unterscheidung im Theater: „Während die referentielle Funktion auf die *Darstellung* von Figuren, Handlungen, Beziehungen, Situationen etc. bezogen ist, richtet sich die performative auf den Vollzug von Handlungen – durch die Akteure und zum Teil auch durch die Zuschauer – sowie auf ihre unmittelbare Wirkung“.<sup>34</sup> Fischer-Lichte liest die europäische Geschichte des Theaters als

„Geschichte von Umstrukturierungen und Neubestimmungen des Verhältnisses zwischen beiden Funktionen“.<sup>35</sup>

Karen Barad wiederum überträgt die Begrifflichkeit performativer Praktiken auf das Feld der Physik und der Gender Studies: „Im Unterschied zum Repräsentationalismus, der uns über oder außerhalb der Welt ansiedelt, auf die wir angeblich nur reflektieren, hebt ein performativer Ansatz das Verständnis des Denkens, Beobachtens und der Theoriebildung als Praktiken der Auseinandersetzung mit der Welt, in der wir existieren, und als Teil dieser Welt hervor“.<sup>36</sup>

Dieses performative Verständnis verändert vor allem die Auffassung der Praktiken, die keine bloßen Beobachtungsinstrumente oder Geräte sind, die „als neutrale Sonden der natürlichen Welt eingesetzt werden können“,<sup>37</sup> sondern „grenzziehende Praktiken“,<sup>38</sup> die die Welt immer wieder materiell rekonfigurieren: „Apparate sind die Bedingungen der Möglichkeit für bestimmte Grenzen und Eigenschaften von Objekten und Bedeutungen verkörperter Begriffe innerhalb des Phänomens“.<sup>39</sup> In diesem Sinne unterscheidet auch Barad zwischen Apparaten, die als reine Werkzeuge verstanden werden, und Medien als Praktiken, die im konkreten, historisch gegebenen Gebrauch Bedeutungen oder – in der starken Variante – sogar Objekte materialisieren. Nach Barad lässt sich also die instrumentelle Haltung nicht von einem problematischen Repräsentationalismus trennen, der auf vorgegebene Vorstellungen fokussiert und Praktiken als reine Werkzeuge ansieht. Die instrumentelle Haltung kann somit als rein repräsentationalistisch definiert werden, weil durch sie Bedeutung bloß re-präsentiert und nicht generiert wird. Im architektonischen Entwerfen steht diese Haltung für eine Auffassung, die den Vorstellungen der Entwerfenden eine größere Bedeutung beimisst als dem generativen Anteil der Medien.

**Die Fähigkeit des Experimentierens** Die Kritik am Repräsentationalismus eröffnet eine erkenntnistheoretische Ebene, die das Performative von einer spezifischen Ästhetik entkoppelt. Performativ sind somit nicht nur Artefakte und Praktiken, die jede Form der Repräsentation überwinden und auslöschen – wie es in vielen architektonischen Installationen und Theater-Performances beim Experimentieren an den Grenzen zur Repräsentation geschieht – sondern auch die grundlegende Haltung, die wir im Experimen-

tieren mit medialen Praktiken einnehmen. In der Architektur dient dieses Experimentieren der Erforschung von Potentialen jedes Mediums als einer sinnlichen Form unserer Erfahrung, die durch Praktiken untersucht und immer neu entdeckt wird. Dies ermöglicht, dass Konzepte nicht einfach immer wieder durch Medien repräsentiert werden, die als bloße Werkzeuge dienen. Stattdessen generieren Medien in ihrer Agency inhaltliche Bedeutung und damit wiederum architektonische Konzepte.

Auch wenn Architekten und Architektinnen zuweilen den Eindruck haben, auch ohne externe Dispositive in ihren geistigen Prozessen den Raum zu gestalten, hat auch diese geistige Imagination eine mediale Dimension, da wir schon in unserem Geist zeichnen, schreiben und modellieren. Diese Dimensionen findet dann früher oder später in den externalisierten, technischen Dispositiven eine Entsprechung und kann sich zu medialen Praktiken weiterentwickeln. Ob innerlich oder äußerlich vollzogen: Das architektonische Entwerfen kann – wie das Denken im Allgemeinen – nicht vom Medialen absehen, wie schon Kant bemerkt: „Ich kann mir keine Linie, so klein sie auch sei, vorstellen, ohne sie in Gedanken zu ziehen, d. i. von einem Punkte alle Teile nach und nach zu erzeugen, und dadurch allererst diese Anschauung zu verzeichnen“.<sup>40</sup>

Konzepte verändern sich im Prozess der Gestaltung, und das Experimentieren mit medialen Praktiken erschließt neue Räume. Das Experimentieren, das Eintauchen in die Welt der Medialität bildet die Voraussetzung, um zu verstehen, was *Media Agency* bedeutet: Ohne diese für das Prozesshafte des Entwerfens offene Haltung bleiben mediale Praktiken bloße Instrumente, die wir allein als neutrale Sonden oder als lästige Hindernisse unseren Konzepten gegenüber verstehen. Diese Haltung betrifft alle sinnlichen Dimensionen, mit denen mediale Praktiken verbunden sind: Es geht bei ihr um die textuelle, diskursive Dimension – eine Sprache, die unsere Gedanken nicht nur begleitet, sondern in Form bringt und dadurch konstituiert; sie betrifft die Materialität, die im Modell nicht nur verwendet, sondern generiert wird; sie beeinflusst alle analogen und digitalen Dispositive, die die Zeichnung nicht nur implementieren, sondern immer neu erfinden. Kurz, sie berührt alle Dimensionen der Sinnlichkeit, die durch mediale Praktiken realisiert werden, Raum wahrnehmbar machen und Architektur verkörpern.



Diese performative Haltung den Medien gegenüber kann auch als bewusste Haltung definiert werden. Dabei sollte jedoch ein Missverständnis vermieden werden, das die Idee eines bewussten, kreativen Prozesses mit sich bringen kann. Denn dass dieser Prozess bewusst ist, heißt nicht, dass er vollkommen kontrollierbar ist. Sein bewusster Anteil betrifft vielmehr die Vorbereitung, die Ausbildung bestimmter Fähigkeiten der Entwerfenden – mehr als ihre konkreten Handlungen. Es geht anders gesagt um die Werkzeugkiste, die die Entwerfenden mit sich tragen und im Entwurfsprozess meist implizit anwenden und weiterentwickeln. Der Entwurfsprozess enthält zwangsläufig eine unkontrollierbare Komponente, die generativ ist. Aber der Handlungsraum enthält gewisse Grenzen, innerhalb derer die Entwerfenden agieren und experimentieren. Es sind Grenzen, mit denen unterschiedlich umgegangen werden kann: Ohne Vorwissen lässt sich zwar ‚blind‘ experimentieren, wobei Widerstände gespürt und Grenzen als unüberwindbare Hindernisse wahrgenommen werden. Aus einer bewussten Haltung heraus aber lassen sich Grenzen theoretisch und praktisch erforschen, um anschließend im konkreten Gebrauch, in der Erfahrung, aktiv mit ihrem Widerstand zu arbeiten. Der Handlungsraum ist in diesem zweiten Fall ein Möglichkeitsraum, in dem Prozesse generiert werden. Und diese Generierung betrifft vor allem die Medien als sinnliche Formen, die sich bereits im Architekturstudium theoretisch und praktisch erforschen lassen, um den Gestaltungsprozess nicht nur als isolierten, kreativen Raum, sondern in seinem generativen Potential zu begreifen, in dem neue Praktiken erfunden werden können, um so die spezifische Medialität der Architektur aufzuzeigen und gleichzeitig zu transformieren – wie auch den Raum, der mit allen unseren Sinnen gebaut und gelebt wird. Dieses Element des hier vertretenen Medialitätsverständnisses kann daher auch als ‚propädeutisch‘ bezeichnet werden, weil es ins Spiel kommt, bevor die Entwerfenden konkrete Entwurfserfahrungen machen; es geht dabei um ein Grundgerüst an Fähigkeiten, die ausgebildet werden, um den Raum in seiner sinnlichen Fülle kennenzulernen. Diese Vorbereitung betrifft einerseits die Theorie, als Lehre des Raumes, und andererseits die Praxis, als Experimentieren mit und im Raum.

Dabei gilt es vor allem einen zentralen Aspekt der Medialität zu untersuchen, und zwar die Konnotation der Medien wahlweise als opak oder als transparent. Im Entwurfsprozess können Medien

dann als opak definiert werden, wenn sie Widerstand leisten und in den jeweiligen Praktiken präsent sind; transparent sind sie hingegen, wenn sie widerstandslos verschwinden und sich nicht mehr zeigen.<sup>41</sup> Letzteres kann grundsätzlich in der Verwendung aller Medien des architektonischen Entwerfens geschehen; besonders gut lässt es sich jedoch an der Arbeit mit *digital generator design tools* als Beispiel veranschaulichen. Wenn die Entwerfenden sie quasi automatisch bedienen und durch die ständige Wiederholung die Grenze zur Maschine nicht mehr spüren, erleben sie die Transparenz dieser Medien. Wenn sie jedoch versuchen, mit diesen Programmen zu experimentieren, sie in der Programmierung so zu beherrschen, dass sie mit ihrer Hilfe auch andere Gestaltungs- und Darstellungsprozesse entwickeln können, dann arbeiten sie im bewussten Umgang mit den Medien und erleben somit ihren Widerstand. Das Entwerfen ist so ein ständiges Wechselspiel zwischen Transparenz und Opazität der Medien. Entwurfspraktiken auszuführen, erfordert also eine bewusste Haltung, da die Entwerfenden in ihrer Medienverwendung einer Strategie folgen. Das heißt wiederum nicht, dass der Prozess vollständig kontrollierbar ist und die Medien nur in ihrer Opazität präsent sind. Im Gegenteil bereiten Entwerfende das Verschwinden der Medialität auch bewusst vor, und das geschieht implizit. Eine Praktik, die dabei oft angewandt wird, ist die experimentelle Wiederholung, die die Medien zum Verschwinden bringt, wie die Überlegungen und die Praxis der Wiederholung von vielen Entwerfenden – nicht zuletzt von Aldo Rossi – zeigen.<sup>42</sup> Auf der anderen Seite betrifft die Opakisierung der Medien, d.h. der Moment, in dem Medien sich in ihrer Präsenz zeigen, auch ihre technische Komponente. Im architektonischen Entwerfen zeigt sich dieser Aspekt in der Verwendung aller analogen und digitalen Medien, die – vom Bleistift bis hin zu digitalen Programmen – als mediale Praktiken auch technische Apparate sind. Doch vor allem am Beispiel digitaler Programme lässt sich die Relevanz des opaken Moments der Medialität veranschaulichen. Denn im architektonischen Entwerfen sind CAD- und BIM-Anwendungen für die Entwerfenden vorprogrammiert und bieten daher hinsichtlich der architektonischen Darstellung begrenzte Möglichkeiten, die die Entwerfenden selbst selten steuern können. Die Opazität zeigt sich in diesem Fall als ein Hindernis, das in der repräsentationalen (instrumentellen) Haltung zur passiven Annahme des technischen Apparats führen kann. Eine performa-

tive Haltung dagegen kann zum Medienwechsel oder im Idealfall zur Intervention der Entwerfenden auf der Ebene der Programmierung führen. In diesem Sinne sind die Entwerfenden aus der Sicht des *Media-Agency*-Ansatzes nicht nur Nutzer, sondern *Hacker der Medialität*: Sie sind nicht nur in der Lage, technische Apparate hinsichtlich ihrer medialen Qualität zu verwenden, sondern auch dazu, sie zu transformieren und zu modellieren. Auf diese Weise entwickeln sie die architektonische Gestaltung generativ, anstatt sie lediglich technisch zu implementieren. Dabei enthält der *Media-Agency*-Ansatz sowohl eine ästhetische als auch eine ethische Komponente: Die ästhetische liegt in der Relation zwischen Wahrnehmung und Gestaltung unseres Lebensraums; aus ethischer Sicht tritt die ‚Freiheit‘ der Entwerfenden in den kritischen Fokus – beispielsweise hinsichtlich der wenig erforschten Verstrickungen zwischen Programmierung, Verbreitung und Vermarktung von Entwurfsprogrammen, die die Gestaltung unseres Lebensraums vorprägen. Auch experimentelle Praktiken, die das architektonische Entwerfen auf den ersten Blick in die Nähe der Kunst rücken und es in gewissem Maße entfunktionalisieren, berühren den ethischen Kern einer Architektur, die sich ihrer eigenen medialen Praktiken bewusst werden möchte und deshalb nach neuen medialen Erschließungen sucht.

Die experimentelle, immanente und performative Haltung betrifft schließlich sowohl das Hervorbringen als auch das Wahrnehmen von Raum. Das hervorgebrachte Werk – zugleich Umformung unseres Lebensraums – ist wiederum Gegenstand der Wahrnehmung, der gegenüber ebenfalls eine Haltung eingenommen wird. Wir können den Gegenstand in seiner äußerlichen Natur begreifen und ihn durch klassifizierende und bewertende Gedanken sofort repräsentational etikettieren oder direkt kopieren. Doch wir können mit diesem neuen Gegenstand ebenso experimentieren und ihn mithilfe verschiedener medialer Praktiken erforschen. Aus diesem Grund lassen sich in der Ausbildung junger Architekten und Architektinnen das Wahrnehmen, das Betrachten, das Erfassen und das Erforschen nicht von der konkreten Gestaltung trennen: Wahrnehmen und Hervorbringen sind komplementäre Teile des Entwerfens.

Anmerkungen

- 1 John Dewey, *Kunst als Erfahrung*, Frankfurt a. M. 1987, S. 229.
- 2 Ebd.
- 3 Ebd., S. 230.
- 4 Siehe dazu das von Nishat Awan, Tatjana Schneider und Jeremy Till herausgegebene Buch *Spatial Agency. Other Ways of Doing Architecture* (Oxon/UK 2011), dem das Verdienst zugerechnet werden kann, den Begriff der *Agency* im Rahmen der Architektur behandelt zu haben, die weit gefasst nicht nur Gebäude entwirft, sondern kulturelle und gesellschaftliche Prozesse artikuliert.
- 5 Jörg H. Gleiter, *Architekturtheorie heute*, Bielefeld 2008, S. 43f.: „Dies wirft ein neues Licht auf eine alte, jedoch zwischendurch vernachlässigte Tatsache, dass die Architekturpraxis sich immer diesseits und jenseits der Bilder bewegt, dass die Architektur immer eine Praxis medialer Grenzüberschreitung ist von den bildhaften Visionen in Skizze und Zeichnung zu ihrer Vergegenständlichung im Raum“.
- 6 Siehe dazu Stephan Trüby, „Medientheorie“, *Arch+*, 221, 2015, S. 106–109.
- 7 Wolfgang Sonne, „Die Medien der Architektur“, in: Ders. (Hg.), *Die Medien der Architektur*, München u.a. 2011, S. 8–10.
- 8 Sonne, „Die Medien der Architektur“ (Anm. 7), S. 13.
- 9 Gerhard Schweppenhäuser, „Einleitung“, in: Ders. (Hg.), *Handbuch der Medienphilosophie*, Darmstadt 2018, S. 13.
- 10 Ebd. S. 14. Dazu siehe auch Dieter Mersch, „Philosophien des Medialen. ‚Zwischen‘ Materialität, Technik und Relation“, in: Schweppenhäuser, *Handbuch der Medienphilosophie* (Anm. 9), S. 27.
- 11 Dieter Mersch, *Aura und Ereignis. Untersuchungen zu einer Ästhetik des Performativen*, Frankfurt a. M. 2002, S. 55.
- 12 Stefan Münker, „Beantwortung der Frage: Was ist Medienphilosophie?“, in: Stefan Münker, Alexander Roesler und Mike Sandbothe (Hg.), *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt a. M. 2003, S. 7. Dazu siehe auch Stefan Münker, *Philosophie nach dem »Medial Turn«*. *Beiträge zur Theorie der Mediengesellschaft*, Bielefeld 2009.
- 13 Lambert Wiesing, „Was sind Medien?“, in: Stefan Münker und Alexander Roesler, *Was ist ein Medium?*, Frankfurt a. M. 2008, S. 239.
- 14 Münker, „Beantwortung der Frage: Was ist Medienphilosophie?“ (Anm. 12), S. 7.
- 15 Wiesing „Was sind Medien?“ (Anm. 13), S. 239. Vgl. auch Matthias Vogel, *Medien der Vernunft*, Frankfurt a. M. 2001, S. 13.

- 16 Siehe dazu Hartmut Böhme und Peter Matussek, „Die Natur der Medien und die Medien der Natur“, in: Münker und Roesler, *Was ist ein Medium?* (Anm. 13).
- 17 Mersch „Philosophien des Medialen“ (Anm. 10), S. 26.
- 18 Böhme und Matussek, „Die Natur der Medien und die Medien der Natur“ (Anm. 16), S. 103. Dazu auch Martin Seel, „Medien der Realität und Realität der Medien“, in: Sybille Krämer (Hg.), *Medien, Computer, Realität*, Frankfurt a. M. 1998, S. 260.
- 19 Alexander Roesler, „Medienphilosophie und Zeichentheorie“, in: Münker, Roesler und Sandbothe (Hg.), *Medienphilosophie*. (Anm. 12), S. 39.
- 20 Marshall McLuhan, *Die magischen Kanäle – Understanding Media*, Dresden 1995.
- 21 Siehe dazu Dieter Mersch, „Meta/Dia. Zwei unterschiedliche Zugänge zum Medialen“, in: Lorenz Engell und Bernhard Siegert (Hg.), *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung (ZMK)*, 2010, S. 185–208.
- 22 Lorenz Engell, „Tasten, Wählen, Denken. Genese und Funktion einer philosophischen Apparatur“, in: Münker, Roesler und Sandbothe (Hg.), *Medienphilosophie* (Anm. 12), S. 54. Dazu auch Stefan Münker, „Was ist ein Medium? Ein philosophischer Beitrag zu einer medientheoretischen Debatte“, in: Münker und Roesler, *Was ist ein Medium?* (Anm. 13), S. 331: „Während wir mit Medien nur machen können, was Medien uns zu machen erlauben, könnten wir ohne Medien nichts von dem tun, was Medien uns zu machen ermöglichen“.
- 23 Sybille Krämer, „Erfüllen Medien eine Konstitutionsleistung? Thesen über die Rolle medientheoretischer Erwägungen beim Philosophieren“, in: Münker, Roesler und Sandbothe (Hg.), *Medienphilosophie* (Anm. 12), S. 83: „Medien phänomenalisieren und machen also Bezugnahme möglich“.
- 24 Lambert Wiesing, „Was sind Medien“ (Anm. 13), S. 248. Die Frage, ob dann für die Annahme einer reinen Wahrnehmung argumentiert werden kann, die für die reine Präsenz unserer leiblichen Anwesenheit steht, die erst in einem zweiten Moment von Medien realisiert und zu Schau gestellt werden kann, ist eine wichtige Frage auf der Grenze zwischen Phänomenologie und Medienphilosophie. Dazu Dieter Mersch, *Aura und Ereignis* (Anm. 11).
- 25 Dass sowohl Performativität und Medialität „Dimensionen von Akten der Aisthetisierung“ sind, ist eine Hypothese, die Krämer entwickelt und die weiter verfolgt zu werden verdient, vgl. Sybille Krämer, „Was haben ›Performativität‹ und ›Medialität‹ miteinander“.

ander zu tun? Plädoyer für eine in der ›Aisthetisierung‹ gründende Konzeption des Performativen“, in: Sybille Krämer (Hg.), *Performativität und Medialität*, München 2004, S. 14: „Die Bedeutung von ‚Performativität‘ ist in einer zeitgenössisch interessanten und anschließbaren Weise gar nicht ohne einen Bezug auf Medialität zu begreifen“.

- 26 Siehe dazu Lidia Gasperoni, *Versinnlichung. Kants transzendentaler Schematismus und seine Revision in der Nachfolge*, Berlin 2016.
- 27 Ein Beispiel dafür ist der von Jutta Eming, Annette Jael Lehmann und Irmgard Maassen herausgegebene Sammelband *Mediale Performanzen*, Freiburg im Breisgau 2002.
- 28 Mersch, „Philosophien des Medialen“ (Anm. 10), S. 30.
- 29 Mit Praktik (*practice*) ist im Sinne von Dana Cuff (*Architecture: The Story of Practice*, MIT Press 1991, S. 4) „the embodiment, indeed the expression, of the practitioner’s everyday knowledge“.
- 30 Friedrich A. Kittler, „Geschichte der Kommunikationsmedien“, in: Jörg Huber, Alois Martin Müller (Hg.), *Raum und Verfahren*, Basel 1993, S. 188.
- 31 Siehe dazu Lidia Gasperoni, „Die Vernunft in den Sinnen“, *der architekt*, 4/2019, S. 22–27.
- 32 Siehe dazu Uwe Wirth (Hg), *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*, Suhrkamp 2002.
- 33 Das Buch von John L. Austin (*Zur Theorie der Sprechakte*, Stuttgart 1972) hat die Aufmerksamkeit hinsichtlich des Performativitätsbegriffs auf das Sprechen gerichtet und bleibt der philosophische Bezug der Performativitätstheorie, die von Judith Bluter um eine politische Dimension erweitert worden ist – siehe dazu Judith Butler, *Excitable Speech. A Politics of the Performative*, New York, London 1997. Zur Bedeutung der Sprechakttheorie siehe den von Uwe Wirth herausgegebenen Sammelband *Performanz* (Anm. 32), der eine Reihe der grundlegenden Texte enthält, die im ersten Teil auf die sprachphilosophischen und literaturwissenschaftlichen Aspekte, im zweiten Teil auf die Verwendung des Performanz-Begriffs in der Anthropologie, Theaterwissenschaft und Gender-Studies konzentriert ist. Sybille Krämer, „Was tut Austin, indem er über das Performative spricht? Ein anderer Blick auf die Anfänge der Sprechakttheorie“, in: Jens Kersch, Dieter Mersch (Hg.), *Performativität und Praxis*, München 2003, S. 19–33. Als wissenschaftliche Untersuchungen der Performativität im Theater sind vor allem die Arbeiten von Erika Fischer-Lichte zu erwähnen: *Ästhetische Erfahrung: Das Semiotische und das Performative*, Tübingen

- 2001, *Performativität und Ereignis*, Tübingen 2003 und *Ästhetik des Performativen*, Frankfurt a. M. 2004.
- 34 Erika Fischer-Lichte, „Grenzgänge und Tauschhandel. Auf dem Wege zu einer performativen Kultur“, in: Wirth, *Performanz* (Anm. 32), S. 279.
- 35 Ebd.
- 36 Karen Barad, *Agentieller Realismus*, Frankfurt a. M., 2017, S. 9.
- 37 Ebd. S. 23.
- 38 Ebd. S. 21.
- 39 Ebd. S. 26.
- 40 Immanuel Kant, *Kritik der reinen Vernunft*, A 162f., B 203.
- 41 Siehe dazu Sybille Krämer, „Medien zwischen Transparenz und Opazität. Reflexionen über eine medienkritische Epistemologie im Ausgang von der Karte“, in: Markus Rautzenberg und Andreas Wolfsteiner (Hg.), *Hide and Seek. Das Spiel von Transparenz und Opazität*, München 2010, S. 217: „Medien an-aisthetisieren sich im störungsfreien Gebrauch. Im Unterschied zu gewöhnlichen Instrumenten und Werkzeugen, im Unterschied aber auch zu Zeichen-vorkommnissen, blenden Medien ihre eigene Materialität und Sinnlichkeit aus, solange sie Anderes zu vergegenwärtigen haben. Wir können dabei auch von einem Latentbleiben der Medien sprechen. Medien machen etwas wahrnehmbar, indem sie selbst dabei zurücktreten und unterhalb der Schwelle des Wahrnehmens für den Rezipienten verbleiben“.
- 42 Siehe dazu Aldo Rossi, *Wissenschaftliche Selbstbiographie*, Zürich 2014.