

Call: „Medienkulturen ‚gestalten‘. Medienforschung aus Designperspektive“

Montag, 23. September, 14:00 – 18:00 Uhr, Raum F 313, Campus Koblenz

„Früher entwarfen Designer Gegenstände. Heute wird praktisch alles designt: das Klima, Prozesse, Flüchtlingslager. Wenn jedoch alles designt wird, ist es höchste Zeit, Design nicht länger allein nach ästhetischen Gesichtspunkten zu bewerten. Wir brauchen, so Friedrich von Borries, eine politische Designtheorie.“ Der Klappentext zum Buch „Weltentwerfen“ des Architekten und Professors für Designtheorie von Borries könnte auch als Einladung an KulturwissenschaftlerInnen interpretiert werden, sich an diesem Entwurf einer politischen Designtheorie zu beteiligen und u.a. die Perspektive der Medienforschung um die transdisziplinäre Analyse der Gestaltungsaspekte politischer Medienkommunikation zu erweitern. Ausgangspunkt ist es, Design politisch zu interpretieren und vice versa politische Kommunikation als (strategisches) Design zu analysieren, also Form und Funktion systematisch in Beziehung zu setzen und die politische Medienkommunikation stets in ihrem komplexen diskursiven wie semiotischen Verwendungskontext zu erforschen.

Design reagiert auf und initiiert anderseits gesellschaftlichen Wandel. Design diszipliniert aber auch – im Rahmen von Diskursen im Foucaultschen Sinne, von (Versuchen der) Grenzziehung des Sag- und Zeigbaren. In diesem Sinne gibt es zum Beispiel demokratisches und auch anti-demokratisches Design. Auch ein Missbrauch von Design ist möglich, wie jüngst etwa Analysen der „Hochglanzmagazine“ des Islamischen Staats (Scheuermann 2018; Fritzsche 2019) zeigen. Was macht zum Beispiel ‚populistisches‘ (Klemm 2017) oder ‚extremistisches‘ (Liebert 2019) Design aus? Aber auch politische Kommunikate im öffentlichen Raum (dazu Domke 2014 oder die aktuelle ‚Linguistic Landscapes‘-Forschung) oder in Social Media werden durch deren spezifische Gestaltungskontexte wesentlich geprägt. Design ist wirkmächtig, gerade weil es oft ‚unschuldig‘ daherkommt und einfach nur ‚praktisch‘ oder ‚alltäglich‘ erscheint. Aber für jede Art von Design gilt nach dem viel zitierten Diktum des Grafikers Helmut Schmid: „Gestaltung ist Haltung“:

Für eine kultur- und medienwissenschaftliche Designforschung bedeutet diese Perspektive, den jeweiligen Entstehungs- und Verwendungskontexten von Kommunikaten (dazu z.B. Klemm / Perrin / Michel 2016), ihrer Einbettung in Dispositive und Diskurse noch mehr Beachtung zu schenken und in die empirische Analyse systematisch alle relevanten Zeichensysteme bzw. Gestaltungsaspekte mit einbeziehen: zum Beispiel Layout, Typografie, Medialitäten, die gegenseitige Beeinflussung der ‚Modes‘ und ‚Codes‘, aber auch je nach Art und Ort des Kommunikats bislang weniger beachtete Aspekte wie Designstandards, Architektur oder Städteplanung (dazu etwa von Borries 2016 und 2018; Fuchs 2017; Pater 2016). Ansätze dazu gibt es bereits in der Medienforschung, etwa im Rahmen der Sozialen Semiotik (u.a. van Leeuwen 2005), der Visuellen Stilanalyse (Meier 2014), der multimodalen Diskursanalyse (u.a. Stöckl 2004, Meier 2011, Klemm 2019) oder der Audiovisuellen Rhetorik (Klemm / Vidal 2020). Politisches Design ist stets multimodal als ‚transkriptives Zusammenspiel‘ (vgl. Holly 2006) diverser Zeichtypen zu analysieren – und erfordert daher komplexe, nur interdisziplinär verfügbare Analysemethoden u.a. aus Sprach- und Medienwissenschaft, Rhetorik, Bildwissenschaft, Designforschung, Kunst- und Architekturgeschichte, die problembezogen angewendet werden können.

Erwünscht sind Vorschläge für Vorträge oder auch Workshops / Datensitzungen, die sich theoretisch und/oder empirisch mit den oben skizzierten ‚gestalterischen‘ Aspekten von politischer Medienkommunikation beschäftigen, gerne aus unterschiedlichen disziplinären Perspektiven. Ziel ist zu reflektieren, welchen Mehrwert ein holistischer Zugang zu ‚politischen Design‘ aus Sicht einer transdisziplinären kulturwissenschaftlichen Medienforschung entfalten könnte. Themenvorschläge mit einer kurzen inhaltlichen und formalen (Vortrag oder Workshop, gewünschte Länge) Beschreibung sollten bis zum **10. August 2019** an klemm@uni-koblenz.de geschickt werden. Nach Festlegung des Programms werden die Vortragenden um ein Abstract gebeten, das **bis zum 1. September 2019** vorliegen sollte.

Am Ende des Treffens soll auch Zeit sein, um über die zukünftige Ausrichtung der Sektion zu sprechen.

Rückfragen bitte an: Prof. Dr. Michael Klemm (klemm@uni-koblenz.de)

Informationen zur KWG-Sektionstagung unter <https://kwg19.org>.

Informationen zur Kulturwissenschaftlichen Gesellschaft unter <https://kwgev.wordpress.com>.

Literatur:

- Borries, Friedrich von (2016): Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie. Frankfurt/Main: Suhrkamp (edition suhrkamp 2734).
- Borries, Friedrich von (2018): Politics of Design. Design of Politics. Köln: Walther König.
- Domke, Christine (2014): Die Betextung des öffentlichen Raumes. Eine Studie zur Spezifik von Meso-Kommunikation am Beispiel von Bahnhöfen, Innenstädten und Flughäfen. Heidelberg: Winter.
- Fritzsche, Maria (2019): Der sogenannte „Islamische Staat“ und seine Hochglanzmagazine. Ein Gegenstand für die linguistische Forschung. In: Sprachreport 1/2019, 14-22.
- Fuchs, Christine (Hg.) (2017): Politisches Design – Demokratie gestalten. Dokumentation des Kulturpolitischen Forums Tutzing. Ingolstadt: StadtKultur.
- Holly, Werner (2006): Mit Worten sehen. Audiovisuelle Bedeutungskonstitution und Muster „transkriptiver Logik“ in der Fernsehberichterstattung. In: Deutsche Sprache 1-2/2006, 135-150.
- Klemm, Michael (2017): Audiovisuelle Inszenierungen der Demokratie – und/oder des Populismus? Zur Analyse und Interpretation audiovisueller Politik im interkulturellen Vergleich. In: Christine Fuchs (Hg.). Politisches Design – Demokratie gestalten. Dokumentation des Kulturpolitischen Forums Tutzing. Ingolstadt: StadtKultur, 55-75.
- Klemm, Michael (2019): (Audio)visuelle politische Rhetorik. In: Armin Burkhardt (Hg.). Handbuch Politische Rhetorik. Berlin, New York: de Gruyter, 749-771. (im Erscheinen)
- Klemm, Michael / Daniel Perrin / Sascha Michel (2016): Produktionsforschung. In: Nina-Maria Klug / Hartmut Stöckl (Hg.). Handbuch Sprache im multimodalen Kontext. Berlin, Boston: de Gruyter, 277-299.
- Klemm, Michael / Francesca Vidal (Hg.) (2020): Audiovisuelle Rhetorik brisanter Diskurse. Theoretische Reflexionen und Fallanalysen zum „politischen Design“ aktueller Medienkommunikation. (in Vorbereitung)
- Leeuwen, Theo van (2005): Introducing Social Semiotics. London: Routledge.
- Liebert, Wolf-Andreas (2019): Zur Sprache totaler Ideologien. Wie die Linguistik zum Verstehen extremistischen Denkens und Sprechens beitragen kann. In: Sprachreport 1/2019, 1-12.
- Meier, Stefan (2011): Multimodalität im Diskurs: Konzept und Methode einer multimodalen Diskursanalyse. In: Reiner Keller et al. (Hg.). Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse 1 – Theorien und Methoden. 3., erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS, 499-532.
- Meier, Stefan (2014): Visuelle Stile. Zur Sozialsemiotik visueller Medienkultur und konvergenter Design-Praxis. Bielefeld: transcript.
- Pater, Ruben (2016): The Politics of Design: A (Not So) Global Manual for Visual Communication. Amsterdam: BIS Publishers.
- Scheuermann, Arne (2018): Wie kommuniziert Gewalt? Zur visuellen Rhetorik des Terrorismus. In: Sprache für die Form, online verfügbar: <https://www.designrhetorik.de/wie-kommuniziert-gewalt> (letzter Zugriff: 10.7.2019)
- Stöckl, Hartmut (2004): Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text: Konzepte. Theorien. Analysemethoden. Berlin, New York: de Gruyter.