

KWG-Sektion „Medienkulturen | Kulturmedien“ auf der Sektionstagung der KWG in Koblenz (23.-25.9.2019)

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

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

Prof. Dr. Michael Klemm (Universität Koblenz-Landau)

Zum Konzept des politischen Designs und seiner Erforschung. Prinzipielle Reflexionen und einige empirische Analysen am Beispiel des ‚Populismus‘

Kontakt: klemm@uni-koblenz.de, Blog: <https://michaelklemm.wordpress.com>

Ausgangspunkt des Vortrags ist es, Design prinzipiell politisch zu interpretieren, wie dies in jüngeren Theorien und Analysen angeregt wird (z.B. von Borries 2016 und 2018; Fuchs 2017; Pater 2016) und vice versa politische Kommunikation als (strategisches) Design zu analysieren, also Form und Funktion politischer Kommunikation systematisch in Beziehung zu setzen. Dies verlangt, die politische Medienkommunikation stets holistisch und oft transdisziplinär in ihrem komplexen diskursiven wie semiotischen Verwendungskontext zu erforschen. Design reagiert auf und initiiert anderseits gesellschaftlichen Wandel, es regt durch Muster der Gestaltung die Nutzer zur Nachahmung und damit zur Standardisierung an. Anders formuliert: Design diszipliniert – im Rahmen von Diskursen im Foucaultschen Sinne, von (Versuchen der) Grenzziehung des Sag- und Zeigbaren.

Der Vortrag geht an Beispielen vom IS über Merkel und Trump bis zu Fridays for Future und Rezo der Frage nach, ob es in diesem Sinne demokratisches, antidemokratisches, populistisches, extremistisches, terroristisches (...) politisches Design gibt. Oder ob sich diese Funktion erst durch den jeweiligen Verwendungskontext konstituiert und keine Frage der Gestaltungsmuster an sich ist. Dazu werden – ausgehend von theoretischen Überlegungen zum Populismus (vgl. z.B. Priester 2012, Müller 2016, Klemm 2017) multimodale kommunikative Designs von Plakaten, Wahlwerbespots oder YouTube-Ansprachen auf ihren ‚populistischen‘ Gehalt untersucht, aber auch die gesellschaftlichen Auswirkungen des aktuellen politischen Design- und Rhetorikwandels (dazu Klemm / Vidal 2020) reflektiert.

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.
- Fuchs, Christine (Hg.) (2017): Politisches Design – Demokratie gestalten. Dokumentation des Kulturpolitischen Forums Tutzing. Ingolstadt: Stadtkultur.
- Klemm, Michael (2017): Audiovisuelle Inszenierungen der Demokratie – und/oder des Populismus? Zur Analyse und Interpretation audiovisueller Politik im interkulturellen Vergleich. In: Christine Fuchs (Hg.), 55-75.
- Klemm, Michael (2019a): (Audio)visuelle politische Rhetorik. In: Armin Burkhardt (Hg.). Handbuch Politische Rhetorik. Berlin, New York: de Gruyter, 749-771. (im Erscheinen)
- Klemm, Michael (2019b): Rhetorik und Massenmedien: Information, Persuasion, Agitation und Propaganda. In: Armin Burkhardt (Hg.). Handbuch Politische Rhetorik. Berlin, New York: de Gruyter, 507-527. (erscheint im Oktober 2019)
- Klemm, Michael / Francesca Vidal (Hg.) (2020): Audiovisuelle Rhetorik brisanter Diskurse. Theoretische Reflexionen und Fallanalysen zum ‚politischen Design‘ aktueller Medienkommunikation. (i.V.)
- 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.
- Müller, Jan-Werner (2016): Was ist Populismus? Ein Essay. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Pater, Ruben (2016): The Politics of Design: A (Not So) Global Manual for Visual Communication. Amsterdam: BIS Publishers.
- Priester, Karin (2012): Wesensmerkmale des Populismus. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 5-6/2012, 3-8.