

Medien der (Ver-)Messung

Audiovisuelle Klimadiskurse im digitalen Zeitalter

19. März 2020, Überseering 35, Raum 12095

„Es war ein schlagendes Argument. Und es saß“, schreibt Umberto Eco 1987 über eine Fotografie des Linksterrorismus der Roten Brigaden. „Für eine Kultur, die längst gewöhnt ist, in Bildern zu denken, war dieses Foto nicht die Beschreibung eines Einzelfalles [...]: Es war ein schlagendes Argument.“¹ Ähnliches ließe sich vermeintlich über die Aufnahme von dem abgemagerten Eisbären auf einer Scholle oder dem toten Seevogel mit dem Plastik im Bauch sagen. Auch sie gingen über die diversen Kanäle sowohl in der Presse als auch in sozialen Netzwerken um die Welt und wurden zu Ikonen der Klimakrise.

Dennoch zeigt sich an den letztgenannten Bildern, dass sie zwar eine Wirkung, aber noch keine durchschlagende Kraft entwickelt haben, was daran liegen könnte, dass sie nur Anzeichen des Klimawandels und keine Abbildungen einer Klimakatastrophe sind. Wie Eva Horn konstatiert, ist die globale Erwärmung „eine latente, nicht wahrnehmbare und schwer darstellbare Katastrophe, kein plötzlich über uns hereinbrechender Untergang, den man in satten Farben ausmalen kann. Das Wissen von ihr ist komplex und abstrakt“.² (Horn 2012: 1104) Es zeigt sich in Modellen, Hochrechnungen und Simulationen. Medienakteure stehen mit diesem Thema vor einer enormen Herausforderung und gleichzeitig kann uns die Erforschung des Umgangs mit dieser Herausforderung neue Erkenntnisse über die Funktions- und Wirkungsweisen der audiovisuellen Argumentation liefern.

Nachdem die Forschung sich insbesondere seit dem *iconic turn* und der Etablierung der Bildwissenschaft eingehend mit visueller Argumentation auseinandergesetzt hat – unter anderem im Bereich der Bild- (Barthes/Bredenkamp/Knape),³ Film- (Kanzog/Joost)⁴ und Fernsehrhetorik (Knape/Ulrich)⁵ –, bleibt mit Blick auf komplexe Themen wie den Klimawandel offen, wie das Visuelle und das Auditive im Fall einer gewissen Ungreifbarkeit des zu vermittelnden Argumentes zusammen für die Überzeugungskraft eingesetzt werden. Das heißt, es gilt zu fragen, worin die eventuell verschiedenen Funktions- und Wirkungsweisen von Bild und Wort liegen und wie sie gemeinsam zur Sichtbarmachung des weitgehend unsichtbaren Gegenstands eingesetzt werden. Welche Motive, Metaphern und Dramaturgien dienen der Verbildlichung und inwiefern wird Sprache, Sound oder auch die Stille für

¹ Umberto Eco: *Über Gott und die Welt: Essays und Glossen*, München 1987, S. 219.

² Eva Horn: „Das Wetter von übermorgen. Kleine Imaginationsgeschichte der Klimakatastrophe“, in: *Merkur*, Jg. 66 (2012), H. 12, S. 1091-1105, hier: S. 1104.

³ Vgl. u.a. Roland Barthes: „Die Rhetorik des Bildes“ (1964), in: ders.: *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn*, Frankfurt/M. 2005, S. 28-46, Horst Bredenkamp und Pablo Schneider (Hg.): *Visuelle Argumentation: Die Mysterien der Repräsentation und die Berechenbarkeit der Welt*, München 2006 oder Joachim Knape: *Modern Rhetoric in Culture, Arts, and Media*, Berlin 2013.

⁴ Vgl. Klaus Kanzog: *Grundkurs Filmrhetorik*, München 2001 oder Gesche Joost: *Bild-Sprache: Die audiovisuelle Rhetorik des Films*, Bielefeld 2008.

⁵ Vgl. Anne Ulrich: *Umkämpfte Glaubwürdigkeit: Visuelle Strategien des Fernsehjournalismus*, Berlin 2012 oder Dies. und Joachim Knape: *Medienrhetorik des Fernsehens: Begriffe und Konzepte*, Bielefeld 2014.

Interpretation und Erklärung eingesetzt? Da bei den Argumentationen sowohl der Stil einer dokumentarischen Wissensvermittlung als auch Techniken, (Bild-)Diskurse und Erzählstrategien aus dem fiktionalen Bereich zu beobachten sind,⁶ stellt sich nicht zuletzt die Frage nach deren Funktionen und Glaubwürdigkeitsansprüchen. Wie verhalten sich Information und Emotion zueinander? Kommt es durch die audiovisuelle Argumentation auf den diversen Kanälen im digitalen Zeitalter zu einer emotionalen oder affektiven Wirkung oder schlägt sie aufgrund des hohen Bekanntheitsgrades dieser Narrative in das Gegenteil um?

Der Workshop lädt dazu ein, diese und andere relevante Fragen zu audiovisuellen Klimadiskursen zu reflektieren. Die kurzen Impulsvorträge (15 Minuten) bieten Raum sowohl zur Bearbeitung von theoretischen Fragestellungen als auch zur konkreten Analyse einschlägiger Beispiele. Die Diskussionen werden den Hauptteil des Nachmittages einnehmen. Anschließend sind alle Referent*innen zu einem gemeinsamen Abendessen eingeladen.

Programm

- 13:00 Jun.-Prof. Dr. Judith Ellenbürger: Begrüßung und Einführung
- 13:30 Prof. Dr. Joachim Knappe: Was ist ein audiovisueller Beweis?
- 14:15 Pause
- 14:30 Prof. Dr. Michael Brüggemann und Dr. Lars Guenther: Framing as visual and textual argumentation: A case study on how news magazines frame the future in the context of climate change
- 15:15 Prof. Dr. Angela Krewani: Fort McMoney: Ökologische Informationspolitik im interaktiven Dokumentarfilm
- 16:00 Pause
- 16:15 Prof. Dr. Kathrin Fahlenbrach: Audiovisuelle Metaphern der Klimakrise
- 17:00 Dr. Anne Ulrich: Die Rhetorik von Bedrohungsszenarien
- 19:00 Gemeinsames Abendessen

Prof. Dr. Judith Ellenbürger
Universität Hamburg
Institut für Medien und Kommunikation
Überseering 35
22297 Hamburg

Tel.: 040/42838-6395

[E-Mail: judith.ellenbuenger@uni-hamburg.de](mailto:judith.ellenbuenger@uni-hamburg.de)

⁶ Vgl. zur Ikonographie und Dramaturgie von Naturkatastrophen Kathrin Fahlenbrach: „Strategien televisueller Evidenz: Televisuelle Ikonografien von Naturkatastrophen“, in: Joachim Knappe und Anne Ulrich (Hg.): *Fernsehbilder im Ausnahmezustand*, Berlin 2012, S. 231-257.