Juristische Rhetorik mit Bildern

Posted on 9. September 2020 by Klaus F. Röhl

Der Bericht über eine Arbeitsgruppe »Multimodal Rhetoric in Online Media Communications« in den jüngsten ZIF-Mitteilungen erinnert mich daran, dass ich 2014 einen Handbuchartikel über »Bildrhetorik« geschrieben habe, und zwar für das »Handbuch der Juristischen Rhetorik«, herausgegeben von Katharina Gräfin von Schlieffen, das als Bd. 4 der Reihe »Handbücher Rhetorik« im Verlag De Gruyter Mouton, Berlin, erscheinen soll. Als Erscheinungsdatum war 2016 vorgesehen. Nun wird der Band auf der Verlagsseite für den 15. 8. 2021 angekündigt. Die Gründe der Verzögerung sind mir nicht bekannt. Ich hatte meinen Artikel rechtzeitig abgeliefert, und er war auch von der Herausgeberin akzeptiert worden. Nun habe ich meinen Text wieder aus dem Keller geholt. Hier ein kleiner Ausschnitt und am Ende der Link zum ganzen Artikel:

Es ist beinahe Mode geworden, nach dem Vorbild des methodologischen Etatismus überall methodologische Verzerrungen zu erkennen, die insbesondere darin bestehen sollen, dass das beschriebene Phänomen als natürlich und unvermeidlich erscheint. Wiewohl Bilder bedeutungsoffener sind als Worte, hat ihr kommunikativer Einsatz Verzerrungseffekte, die nicht bloß zufällig sind, denn was als Bild vorgezeigt wird, ontologisiert in gewisser Weise die Existenz eines Referenten.

Visualisierung erschöpft sich nie in bloßer Repräsentation von Referenzen, son-dern sie bietet Deutung oder Verzerrung, Inklusion oder Exklusion. Mit visueller Kompetenz kann der Redner diesen Vorgang bis zu einem gewissen Grade steuern. Dabei wird er die Visual Literacy seines Publikums im Blick haben. Dieser Ausdruck (der 1969 von John L. Debes eingeführt wurde) wird heute als Parallelbegriff zur produktiven visuellen Kompetenz des Redners für die Kompetenzen auf der Empfängerseite der Kommunikation verwendet.

Sachs-Hombach (2006:318) spricht davon, dass Bilder »mit dem Gestus des Faktischen auftreten und so zeichenbedingte Eigenschaften des Dargestellten unkrtisch als Eigenschaften realer Gegenstände erscheinen lassen«. Die wichtigste Verzerrung ergibt sich aus einem ontologischen Verständnis von Indexbildern. Der ontologisierende Effekt haben auch solche Bilder, die offensichtlich keine Spurbilder sind, wie Infografik oder logische Bilder, etwa wenn sie als Pyramide oder Baum gestaltet sind. Selbst virtuelle Bilderwelten zehren von diesem Effekt.

Prinzipiell kann man davon ausgehen, dass eine Visualisierung zu einer Überbewertung von Sicherheit des dargestellten Objekts oder Zusammenhangs führt, während umgekehrt mögliche Zweifel oder Ambivalenzen ausgeblendet werden. An die Stelle der Autorität des Sprechers tritt die Autorität des Bildes. Dieses Phänomen ist schon mit der Visualisierung als solcher verbunden. Bilder verfestigen durch darstellungstechnisch bedingte und durch ästhetische Entscheidungen bei ihrer Herstellung kulturelle Konventionen und/oder spezielle Interpretationen (Beck 2013: 81f). Die Visualisierung wird zur unangreifbaren Abbildung. Selbst die scheinbar harmlose Anordnung von Rohdaten in Tabellen, Kurven oder Diagrammen ist keine bloß objektive Verdichtung, sondern immer auch schon Deutung. Quantifizierung und mathematiknahe Formen erwecken den Anschein von Objektivität.

Gesteigert wird dieser Effekt durch die Verwendung von Präsentationssoftware nach Art von PowerPoint. PowerPoint war ursprünglich als Hilfsmittel zur Unterstützung des Vertriebs gedacht und unterstützt dementsprechend eine Verkaufsstrategie, die vereinfacht und zuspitzt. Der Folienmaster zwingt den Redner, sein Material zu portionieren und sich für bestimmte Ergebnisse zu entscheiden. Die typische Folie zeigt unter einem Titel eine kurze Liste mit Bullet Points, also mit Stichpunkten, die keinen Widerspruch zu dulden scheinen, selbst wenn sie mit einem Fragezeichen versehen werden.

Ein Nebeneffekt, der häufig bei programmgestützten Präsentationen zu be-obachten ist, ist eine störende Selbstinszenierung des Redners. Ein Redner, der oh-ne solche Hilfsmittel auftritt, stellt sich in der Regel nicht einmal selbst vor. Anders dagegen auf der Titelfolie einer Präsentation. Da werden meistens nicht nur Namen und Status des Redners vorgezeigt, sondern regelmäßig auch die institutionelle Zugehörigkeit, die oft ein Corporate Design, regelmäßig mit einem Logo, aufgewertet wird. Oft läuft diese Selbstdarstellung während der ganzen Präsentation als Fußzeile mit, und nicht selten bescheinigt sich der Redner durch einen Copyright-Vermerk seine Originalität. Inszenierungen werden heute in der Regel vom Publikum als solche durchschaut, und wirken deswegen eher kontraproduktiv.

Auch der Ästhetisierung visueller Kommunikationsmittel lässt sich ein Verzerrungseffekt vorhalten. Manche nehmen es als rigides Ordnungsbedürfnis wahr, was andere als Wohlgestalt oder schöne Form schätzen, insbesondere, wenn letztere sich dazu auf den goldenen Schnitt oder geometrische Formen berufen. Der Ord-nungsgedanke liegt besonders bei den von der fraktalen Geometrie erzeugten Figu-ren nahe, weil diese einen Umschlag von chaotischen zu geordneten

Zuständen markieren.

Soweit der Ausschnitt aus dem Text. Bevor mein Artikel vollends veraltet, stelle ich ihn hier ins Netz: Bildrhetorik.

Soeben bin ich auf das noch unveröffentlichte Manuskript von Michael D. Murrray, Diagrammatics and the Proactive Visualization of Legal Information, gestoßen, das im University of Arkansas at Little Rock Law Review erscheinen soll und im August 2020 zunächst bei SSRN verfügbar wurde: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3533412. Dieser Text wird voraussichtlich eine Überarbeitung meines Entwurfs nach sich ziehen.

Ähnliche Themen

- Narrative, Inszenierung und Rhetorik: Begriffe mit konstruktivistischem Überschuss
- Warnung vor juristisch infizierter Bildrhetorik
- Herstellung und Darstellung juristischer Entscheidungen