



FINNLAND

HAUPTSTADT: HELSINKI
SPRACHEN: FINNISCH, SCHWEDISCH
EINWOHNER: 5 MILLIONEN
FLÄCHE: 338 145 KM²



Finland ist SAUNA-Land
SUOMI-NEITO
Symbolfigur Finnlands

WALD-LEMMING
RENTIER-FLECHTE
RENTIER
TUNDRA
Steppenlandschaft im kalten, hohen Norden. Hier wachsen Moose und Flechten

LEMMENOKI-NATIONALPARK
INARI-SEE
SCHNEE-HASE
Das HERMELIN hat im Winter ein weißes Fell.

FINNLAND auf Schwedisch
FINNLAND auf Finnisch

ZWERG-BIRKE
Die Urwälder Finnlands erinnern an einen Menschen mit ausgestrecktem Arm.

HÄLTIATUNTURI
328 Meter höchste Erhebung Finnlands
traditionelle SAMENKOTE

SKIFAHRENER
PORTTIPAAHTA-STAUSEE
LOKKA-STAUSEE
RENTIER-LUCHT
Wälder sind LEVI
JÄTKÄNKYNTTILÄ BRÜCKE

NIKOLAUS-DORF

SCHNEEMOBIL FAHREN
VIELFRASS
WOLF
BRAUN-BÄR

VÄINÄMÖINEN
mythischer Held, Gott und Magier
KANTELE
traditionelles Zupfinstrument
SAMEN
Bewohner Lapplands

ELCH
SCHNEE-EULE

WÄLKER
NORDLICHER POLARKREIS
ROVANIEMI
Am Kenyote gibt es ganze 21 Klassen Kraftwerke

KEMIJÄRVI-SEE
YLLI-JÄTKÄ-SEE
NORNE
TAIGA

WANDERN AUF DER 80 KILOMETER LANGEN BÄRENKUNDE
ULANKA-NATIONALPARK

Nördlich des Polarkreises gibt es im Winter POLARNÄCHTE, in denen die Sonne tagelang oder wochenlang nicht richtig aufgeht. Im Sommer während der POLARTAGE, steht die Sonne fast rund um die Uhr am Himmel.

SING-SCHWAN
DER NIKOLAUS wohnt angeblich in Rovaniemi

KEMI
TÖRIPOLLIISI
Plastikstatue auf dem Marktplatz
PAPIER-HERSTELLUNG
OULU

YLLI-JÄTKÄ-SEE
KANTAKÄMMI-SEE
BIRKENBLATT
AHORN
BIRKE
KIEFERN
ESCHE
EICHE

ESCHEN-BLATT
HEIDELBEEREN
MOOSBEEREN
VOGELBEEREN
HIMBEEREN
NUTZBEEREN

KOMPOSIT JEAN SIBELIUS
KUCKUCK
AUFERHAHN

NORDIC WALKING, das Spazieren mit Stöcken, wurde in Finnland erfunden.

WÄLDER bedecken den Großteil von Finnland.
Die Finnen nutzen HOLZ zur Papierherstellung, für Möbel und zum Hausbau

OUJUKI
OUJURVI-SEE
KAJAANI
PITTLERLINGE
STEIN-PILZ
PIELINEN-SEE

GRAUERLE
EULEN-BLATT
HEIDELBEEREN
MOOSBEEREN
VOGELBEEREN
HIMBEEREN
NUTZBEEREN

AVAR AALTO
Architekt und Designer
PESÄPALLO, Baseball auf Finnisch
AINO
VEETI
J. J. JOHNSON
entwerfer der Muminen

BOTTNISCHER MEERBUSEN
LANGLAUF
WÄLDER bedecken den Großteil von Finnland.
Die Finnen nutzen HOLZ zur Papierherstellung, für Möbel und zum Hausbau

VAASA
HÄYER
GERSTE
ROGGEN
ZUCKER-RÜBE
RAPE
KEITEL-SEE
KALLAVESI-SEE
KAKAJI FAHREN
KLOSTER HUSI-VÄLÄMO
JOENSUU
ORIVESI-SEE

OUJUKI
OUJURVI-SEE
KAJAANI
PITTLERLINGE
STEIN-PILZ
PIELINEN-SEE

GRAUERLE
EULEN-BLATT
HEIDELBEEREN
MOOSBEEREN
VOGELBEEREN
HIMBEEREN
NUTZBEEREN

ATLANTISCHER HERING
LACHS
HOLZHÄUSER IN DER ALTSTADT

VAASA
HÄYER
GERSTE
ROGGEN
ZUCKER-RÜBE
RAPE
KEITEL-SEE
KALLAVESI-SEE
KAKAJI FAHREN
KLOSTER HUSI-VÄLÄMO
JOENSUU
ORIVESI-SEE

VAASA
HÄYER
GERSTE
ROGGEN
ZUCKER-RÜBE
RAPE
KEITEL-SEE
KALLAVESI-SEE
KAKAJI FAHREN
KLOSTER HUSI-VÄLÄMO
JOENSUU
ORIVESI-SEE

VAASA
HÄYER
GERSTE
ROGGEN
ZUCKER-RÜBE
RAPE
KEITEL-SEE
KALLAVESI-SEE
KAKAJI FAHREN
KLOSTER HUSI-VÄLÄMO
JOENSUU
ORIVESI-SEE

GRAUERLE
EULEN-BLATT
HEIDELBEEREN
MOOSBEEREN
VOGELBEEREN
HIMBEEREN
NUTZBEEREN

RAUMA
MUMIN-HAUS
NAANTALI
TURKU
VANTAA
HELSINKI
ESPOO

RAUMA
MUMIN-HAUS
NAANTALI
TURKU
VANTAA
HELSINKI
ESPOO

RAUMA
MUMIN-HAUS
NAANTALI
TURKU
VANTAA
HELSINKI
ESPOO

RAUMA
MUMIN-HAUS
NAANTALI
TURKU
VANTAA
HELSINKI
ESPOO

GRAUERLE
EULEN-BLATT
HEIDELBEEREN
MOOSBEEREN
VOGELBEEREN
HIMBEEREN
NUTZBEEREN

MARIEHAMN
das mittelalterliche Schloss KASTELHOLM
OST-SEE

MARIEHAMN
das mittelalterliche Schloss KASTELHOLM
OST-SEE

MARIEHAMN
das mittelalterliche Schloss KASTELHOLM
OST-SEE

MARIEHAMN
das mittelalterliche Schloss KASTELHOLM
OST-SEE

MARIEHAMN
das mittelalterliche Schloss KASTELHOLM
OST-SEE

Bild Macht Raum!

Jedes Bild kann geographisch sein,
der Umgang damit muss gelernt werden

von Antje Schlottmann

Was ist ein geographisches Bild? Darauf hat sicher jeder eine Antwort: Beim einen poppen im Kopf zunächst die Urlaubsfotos von der finnischen Schären-Küste oder aus Paris auf, die andere denkt an Satellitenaufnahmen des schwindenden Eisrandes der Arktis im GEO-Magazin oder an Claudia Kleinerts Wetterkarte in den Tagesthemen. Auf den ersten Blick scheint klar: alles Bilder, alles irgendwie geographisch.

Wer genauer hinsieht, stellt fest: Als geographisches Bild gilt offenbar landläufig ein Bild von etwas Geographischem (z.B. einer Landschaft, einer Stadt...). Oder aber auch ein von Wissenschaftlern und Experten, das heißt oft: von Geographinnen und Geographen, erstelltes Bild (z.B. eine Karte oder ein Diagramm). Beides sind gängige und durchaus plausible Zugänge. Mit ihnen verbunden sind allgemeine Vorstellungen von geographischen Sachverhalten einerseits (spätestens seit der Grundschulzeit kennen wir die: Stadt, Land, Fluss). Andererseits berufen sie sich aber auch auf Klischees von einer geographischen Wissenschaft, wie sie z.B. Jan Vermeer in seinem berühmten Ölgemälde aus dem 17. Jahrhundert oder Antoine de Saint-Exupéry im »Kleinen Prinzen« festgehalten haben: Geographen zeichnen, kartieren, beschreiben, vermessen. Kurz: Sie bilden ab.

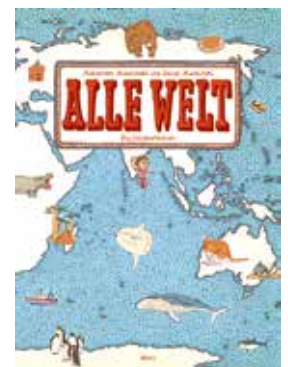
Bild und Raum: ein produktives Verhältnis

Entgegen diesem traditionellen Verständnis befasst sich die Geographie heute aber auch auf ganz andere Weise mit Bildern. Die Geographie versteht sich nicht mehr nur als bildproduzierende Wissenschaft. Das Berufsfeld beinhaltet keineswegs nur Kartographen, die Bilder erstellen, oder TV-Meteorologinnen, die Bilder erläutern. In der Humangeographie wie in der Geographie-didaktik erforschen Geographinnen und Geographen zunehmend in kritischer Weise die gesellschaftliche Rolle von Bildern im engeren Sinne, aber auch von Visualität (im weiteren

Sinne von Erscheinungsformen, Ansichten und Sichtweisen). Bei diesen »Visuellen Geographien« geht es vor allem um das produktive Verhältnis von Bild und Raum. Denn die Humangeographie, also der gesellschaftswissenschaftliche Zweig der Geographie, fragt heute nicht mehr nur, wie der Raum denn beschaffen sei. Eine zentrale Frage ist vielmehr, wie Raum gesellschaftlich ganz alltäglich und auch wissenschaftlich *hergestellt* wird (Werlen 2007) – und dabei spielen Bilder eine wesentliche Rolle.

Eine solche, »sozialkonstruktivistisch« zu nennende Perspektive mag den Laien erst einmal verwundern, stellt sie doch die selbstverständliche Gewissheit vom Raum, der da draußen ja doch ist und so ist, wie er eben ist (»sieht man doch!«), infrage. In der Geographie eröffnen sich durch diese Perspektive aber neue, angesichts komplexer Problemzusammenhänge äußerst relevante und gewinnbringende Horizonte. Anders an dieser Perspektive ist, dass ein geographisches Bild dann alles Mögliche zeigen kann. Ein geographisches Bild ist dann nämlich ein Bild, an das – sinnvollerweise – geographische Fragen gerichtet werden und das unter diesen betrachtet, reflektiert und kritisch analysiert wird. Ein geographisches Bild steht so betrachtet nicht als »richtiges« oder »falsches« Abbild von Welt zur Debatte, sondern als wirkmächtiges Mittel der Welterzeugung.

Die sich mit diesem Bildbegriff eröffnenden Fragen sind vielfältig: Wie werden zu welcher Zeit raumgestaltende Prozesse von materiellen oder auch mentalen (Vor-)Bildern geleitet? Welche



1 Weltbilder entstehen im Kopf, schon in frühester Kindheit. Kinderatlanten helfen bei der ersten Orientierung, prägen aber auch früh Vorstellungen davon, wer und was (stereo-)typischerweise wo zu finden ist. Ein besonders ansprechendes Exemplar ist der Titel »Alle Welt. Das Landkartenbuch«.

Von Aleksandra Mizielińska (Autor), Daniel Mizieliński (Autor), Thomas Weiler (Übersetzer). Moritz-Verlag Frankfurt am Main. 10. Auflage 2017.



2 Zum Image der Geographie gehört die Wettervorhersage. Hinter die vermeintliche Objektivität solcher alltäglicher Kartenbilder lässt sich schauen, wenn z. B. gefragt wird, warum politische, nicht naturräumliche Grenzen abgebildet sind oder ob die Nennung bestimmter Städte etwas mit deren gesellschaftlicher Bedeutung zu tun hat. (Claudia Kleinert, die »Wetterfrau« der Tagesschau, ist übrigens mitnichten Geographin, sondern gelernte Diplomkauffrau).

Leitbilder haben sich etwa für die oft gleiche Anlage von Parks oder Neubaugebieten durchgesetzt und warum? Inwiefern werden Verhältnisse und Ereignisse an weit entfernten Orten wahrhaftiger, wenn wir ein Bild von ihnen haben (und das, obwohl heute allgemein bekannt ist, wie schnell ein Bild nachbearbeitet werden kann)? Welche Rolle spielen die Prospektbilder bekannter wie unbekannter Länder bei der Reisezielentscheidung? Welche Konsequenzen hat die Visualität von Windrädern für die Akzeptanz erneuerbarer Energien? Wie lassen Medienbilder Eisbären zu den prominentesten Opfern des Klimawandels werden, und was bedeutet es für den Lebensraum Arktis, dass dabei andere Lebewesen (Tiere oder Menschen) aus dem Blickfeld geraten?

Kurz: Wo, wann, wie genau und mit welcher Wirkmächtigkeit erzeugen Bilder Raum? Genauer: Wie schaffen Bilder durch inhärente Sichtbarkeiten, aber auch durch Unsichtbarkeiten (und damit verbundene Deutungsmächtigkeit) Räume auf eine ganz bestimmte Art und Weise? Und was sagt das wiederum über die Gesellschaft aus, die sie hervorbringt?

Werbung konstruiert Naturraum

Das sind auch die zentralen Fragen, die mich interessieren und faszinieren, zum Beispiel in meiner Forschung zur visuellen Konstruktion von Naturräumen. Das sogenannte »Draußen« liegt eben nicht nur da draußen, sondern auch im Internet oder am Kiosk. So wird etwa in Natursport-Magazinen und Katalogen für Outdoor-Produkte das Bild einer wilden, unberührten Natur gezeichnet, zu der zurückzukehren offenbar höchst erstrebenswert ist. Gesunde und fitte, frohe Menschen erobern den ansonsten menschenleeren Raum und genießen sich selbst. Freilich gelingt das den Bildern zufolge

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- Ein geographisches Bild ist für den Laien ein Bild von »etwas Geographischem« oder auch ein Bild, das durch einen Geographen erstellt wurde. Die Kritische Humangeographie fragt hingegen, wie durch Bilder Raum gesellschaftlich hergestellt wird. Ein geographisches Bild kann jedes sein, an das sich raumbezogene Fragen stellen lassen.
- Diese sozialkonstruktivistische Sichtweise eröffnet neue, äußerst relevante Horizonte. Ein geographisches Bild steht so betrachtet nicht als »richtiges« oder »falsches« Abbild von Welt zur Debatte, sondern als wirkmächtiges Mittel der Welterzeugung.
- Für die Geographiedidaktik ergibt sich angesichts der digitalen Bilderflut ein zentraler Bildungsauftrag: Die Forschung muss sich kritisch-analytisch mit den zahllosen Bildern befassen, die über Medien aller Art an Schülerinnen und Schüler herangetragen werden. Denn diese Bilder wirken sich auf deren Menschenbilder und Naturverständnisse aus.
- Denn Geographie ist nicht, sondern wird gemacht – und zwar nicht von Experten am Computer oder Kartentisch, sondern von uns allen jeden Tag. Die räumliche Wirklichkeit erschließt sich demnach über den analytischen Blick auf Handlungen, welche der (existierenden) materiellen und auch absolut-räumlichen Welt Sinn und Bedeutung verleihen.

nur in den entsprechenden hochpreisigen Outfits. Diese visuelle Vermarktung zeigt nicht nur, was Naturraum in der sogenannten »Erlebnisgesellschaft« bedeutet, sondern beeinflusst auch, wie wir uns selbst darin wahrnehmen (Schlottmann 2010).

Die kritische Analysearbeit sollte sich neben solcher Auseinandersetzung mit alltäglichen Visualitäten aber auch auf die Wirklichkeiten beziehen, welche die von der wissenschaftlichen Geographie selbst produzierten Bilder entfalten. So hat sich etwa seit den 1990er Jahren auch eine »Kritische Kartographie« formiert mit dem Ziel, die »Macht der Karten« nicht zuletzt in Bezug auf die selektive und gerichtete Prägung von Weltbildern offenzulegen. Bereits Kinderatlanten zeigen zum Bei-

spiel ein Bild von Afrika als Box voller wilder Tiere und wilder Menschen. Das ist sicher nicht ganz falsch, geht aber darüber hinweg, dass dies nur eine mögliche Darstellungsweise ist, da Afrika viel mehr ist und je nach angelegter Perspektive auch ganz anders erscheinen könnte. Ähnliche Stereotypen gibt es auch in der Darstellung europäischer Regionen (siehe die Karte Finnlands, Abb. 1). Dennoch erweckt eine Karte zunächst einmal den Eindruck, objektiv zu sein. Das gilt auch für Infografiken oder Satellitenbilder und so verbreitete Geomedien wie Google Earth oder OpenStreet-Map. Deren scheinbare Selbstverständlichkeit hält Anwenderinnen und Anwender davon ab zu fragen: Was zeigen sie eigentlich und in welcher Form, was zeigen sie nicht? Wer kann da mitmachen und wie kann man sich ihnen entziehen?

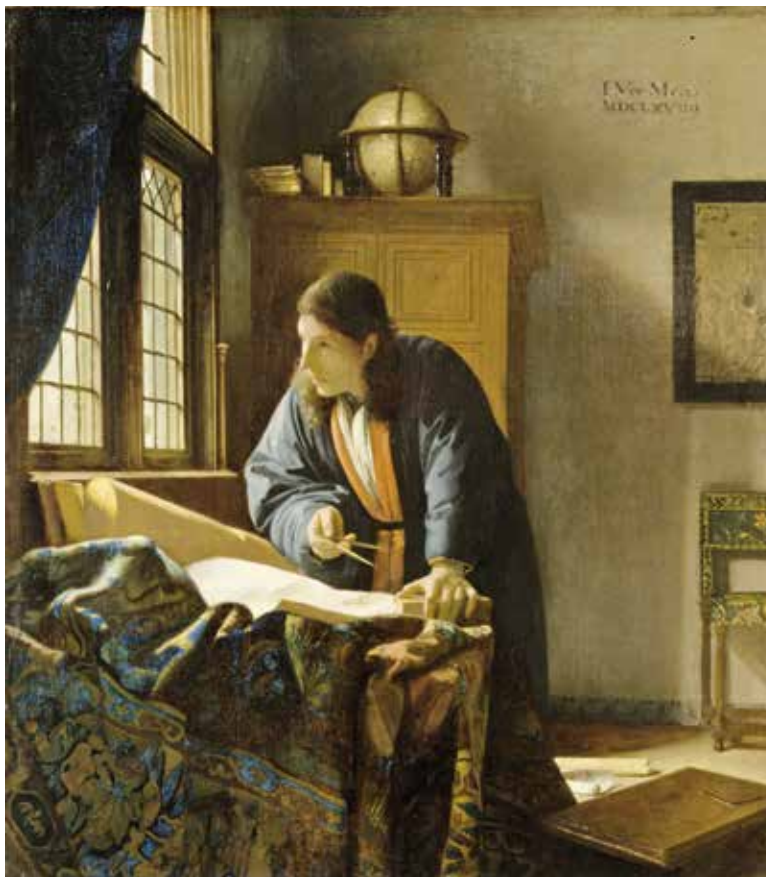
Bilder prägen Weltbilder

Und so ergibt sich im Zeitalter allgegenwärtiger digitaler Bilder ein zentraler Bildungsauftrag für die Geographiedidaktik: Die Forschung muss sich einerseits kritisch-analytisch mit den zahllosen Bildern befassen, die über Medien aller Art, in der Werbung wie in den sozialen Netzwerken, an Schülerinnen und Schüler herangebracht werden. »SCHAU HIN! – Was dein Kind mit Medien macht« ist eine gemeinsame Initia-

tive des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten. Gleichzeitig ist mindestens ebenso wichtig, genau hinzuschauen, was die Medien und ihre Bilder »mit deinem Kind« machen. Denn die Bilder sind mitbestimmend für Vorstellungen von Welt, zum Beispiel für die Entwicklung von Menschenbildern oder Naturverständnissen, die ihrerseits handlungsleitende Wirkung haben können. Das gilt für Alltagsmedien wie Fernsehen, Internet, Zeitschriften und Prospekte genauso wie für die sogenannten »Bildungsmedien« wie Schulbücher und die darin präsentierten Abbildungen. Reproduktionen des typischen Wilden im Amazonastiefland schaffen, wenn nicht ganz explizit mit einer hinterfragenden reflexiven Aufbereitung verknüpft, stereotype Ideen von Mensch und Raum, die für den Umgang mit Fremd- und Andersartigkeit Konsequenzen haben.

Eine Studie zur bildlichen Darstellung des Alpenraums in deutschen Schulbüchern (Schlottmann 2013) hat etwa gezeigt, dass die Alpen bis in die 1990er Jahre bildlich als landwirtschaftlicher Nutzraum präsentiert werden, in dem mittelalte Männer harter Arbeit nachgehen, Frauen und Kinder treten nicht in Erscheinung, sie bleiben bildlich »zu Hause«. Klassische Rollenverteilungen wurden hier, wenn

3 Bilder sind machtvolle Mittel der Welterzeugung, weil sie immer selektiv sind. Das Bild des Geographen von Vermeer zeigt eben nur eine von vielen möglichen geographischen Praktiken, ist aber zentraler Teil der Vorstellung von wissenschaftlicher Geographie. Visualitäten können aber auch machtvolle Irritationen gesellschaftlicher Verhältnisse leisten. Eine Bildmontage könnte dem Geographen statt der Karte ein Tablet hinlegen. Oder, noch etwas provokanter, da auf das Rollenbild des männlichen Wissenschaftlers abzielend, ihm einen kecken Damenhut aufsetzen.



Was Bilder bewirken

4 + 5 Das Bild der Alpen ist geprägt von unterschiedlichen Klischees: Auf der einen Seite die romantische Vorstellung vom urwüchsigen Bergbauern, der die Almen in Handarbeit bewirtschaftet; dies kommt immer noch in vielen Schulbüchern vor (links). Auf der anderen Seite werden die Berge, vermittelt durch Outdoor-Angebote und Sportbekleidungsfirmen, oft als Kulisse für sportliche Betätigungen dargestellt, wo fitte, fröhliche – und vor allem kaum schwitzende – Menschen an ihre körperlichen Grenzen gehen (rechts).



Literatur

Nöthen, E. & A. Schlottmann (2015), Stadt in den Blick genommen. Ansätze zur Differenzierung beim Erwerb kritisch-reflexiver visueller Kompetenz, in: *GW-Unterricht* 139 (3), 32–41.

Schlottmann, A. & Miggelbrink, J. (Hrsg.) (2015), *Visuelle Geographien. Praktiken der Produktion, Aneignung und Vermittlung von RaumBildern*, Bielefeld: transcript.

Schlottmann, A. (2013), Regionale Identitätsbildung – Bildung zur regionalen Identität. Eine Analyse der Konstruktion von Natur und Mensch im Schulbuch, in: Brand, O., Dörhöfer, S. & Eser, P. (Hrsg.), *Die konflikt-hafte Konstitution der Region: Kultur, Politik, Ökonomie*. Münster: Westfälisches Dampfboot, 162–185.

Schlottmann, A. (2010), Erlebnisräume/Raumerlebnisse: Zur Konstruktion des »Draußen« in Bildern der Werbung, in: Wöhler, K.-H., Denzer, V. & Pott, A., *Tourismusräume. Zur soziokulturellen Konstruktion eines globalen Phänomens*, Bielefeld: transcript, 67–88.

Werlen, B. (2007), *Globalisierung, Region und Regionalisierung, Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen Band 2*, Stuttgart: Steiner.

nicht produziert, so doch jahrzehntelang zumindest reproduziert. In jüngeren Bildern hingegen zeigt sich eine nahezu menschenleere, ästhetisch überhöhte Welt aus Berglandschaft, Verkehr und Technik, die eher zum Urlaubsmachen einlädt, als dazu auffordert, sich über Konflikte und unterschiedliche Interessen und Sichtweisen im Spannungsfeld von Schutz und Nutzung Gedanken zu machen.

Sensibilisierung dringend notwendig

Noch einmal: Das sind keine »falschen« Bilder, aber Bilder, die etwas mit unseren Vorstellungen von Räumen machen, die also Geographien herstellen. Erst beim genauen Hinschauen wird ihre Macht ersichtlich. Für solcherart genaues Hinschauen, für die (Neu-)Entdeckung der versteckten Geographien in den oft scheinbar nur zur Illustration dienenden Bildern, braucht es Anleitungen. Zumindest bedarf es einer Sensibilisierung – und zwar nicht nur für Kinder und Eltern, sondern eigentlich für alle, die im 21. Jahrhundert mit Medien umgehen.

Auf dieser Basis widmen wir uns in der Frankfurter Geographiedidaktik nicht allein der kritischen Analyse, sondern erarbeiten auch Konzepte für einen mündigen Umgang mit Raumbildern und Geomedien. Ein solches Konzept ist z. B. das Angebot einer »geographischen Sehschule« für Schulklassen, Lehrende und die interessierte Allgemeinheit auf dem Campus Westend der Goethe-Universität (Nöthen/Schlottmann 2015). Die Teilnehmenden setzen sich reflexiv mit ihrer Wahrnehmung des zentralen Theodor-W.-Adorno-Platzes und seiner Gebäude auseinander. Ihre direkte subjektive Anschauung wird über Arbeitsaufträge auf die Gerichtetheit des eigenen Blicks durch äußere Bilder, wie z. B. veröffentlichte Fotografien,

zurückgeführt. Zudem werden in Gruppendiskussionen kollektiv geteilte Sehgewohnheiten sichtbar. Die Selektivität von Visualisierungen wird erkennbar, wenn die Teilnehmenden selbst in die Rolle von Fotojournalisten schlüpfen. Am Ende ist jedes »so habe ich das noch nie gesehen!« ein Erfolg und ein Beleg für den Erwerb von kritisch-reflexiver visueller Kompetenz. ●



Die Autorin

Prof. Dr. Antje Schlottmann, Jahrgang 1970, studierte in Freiburg Geographie, Geologie und Ur- und Frühgeschichte. Sie schrieb und zeichnete viel, änderte dann die wissenschaftliche Blickrichtung und promovierte 2003 zur sprachlichen Produktion von Raum am Beispiel der Berichterstattung zur deutschen Einheit. Seit 2008 ist sie Professorin für Geographie und ihre Didaktik an der Goethe-Universität und verbindet ihre Forschung zu gesellschaftlichen Naturverhältnissen mit ihrem Interesse an den »Visuellen Geographien«. Ein gleichnamiges Buch hat sie 2015 herausgegeben.

schlottmann@geo.uni-frankfurt.de