

Inhalt

Vorwort | 11

Antje Schlottmann und Judith Miggelbrink

1. Ausgangspunkte

Das Visuelle in der Geographie und ihrer Vermittlung | 13

1.1 Kulturtheoretische Rahmung | 14

1.2 Visualisierung als fachspezifischer Habitus | 17

1.3 Positionierung und disziplinäre Öffnung | 24

TEIL I: THEORIEN VISUELLER GEOGRAPHIEN

Jürgen Hasse

2. Das Bild – ein visuelles Medium?

Phänomenologische Bemerkungen zu einem
sensualistisch-reduktionistischen Bild-Begriff | 31

2.1 Bild und Einbildung | 32

2.2 Die einen und die anderen Bilder | 34

Anke Strüver

3. Raum- und Subjektkonstitution durch visuelle Anrufungen auf der Mikroebene | 49

3.1 Einleitung | 49

3.2 Repräsentationen als Konstitutionselemente verkörperter
Subjekte – Verkörperung und Inkorporierung | 51

3.3 Sehen und Gesehen-Werden: Visuelle Anrufungen
und die performative Praxis des Sehens | 54

3.4 Wirkmächtigkeit von Visuellem in Praktiken
der Raumkonstitution | 58

3.5 »Sehen beim Gehen in der Stadt«: Ko-Konstitution
von Körpern und Raum | 61

Tilo Felgenhauer

- 4. Die visuelle Konstruktion gesellschaftlicher Räumlichkeit | 67**
 - 4.1 Einführung | 67
 - 4.2 Die soziale Fixierung von Bedeutung | 67
 - 4.3 Die Rolle des Visuellen in Prozessen der strategischen Regionalisierung | 70
 - 4.4 Raumbilder und die Fixierung von Bedeutung – Beispiele | 73
 - 4.5 Fazit | 82

TEIL II: PRAKTIKEN VISUELLER GEOGRAPHIEN

Antje Schneider

- 5. Raumbilder und Bildung | 91**
 - 5.1 Vorbemerkung | 91
 - 5.2 Über eine kleine Überraschung | 92
 - 5.3 Das Bild am Anfang | 94
 - 5.4 Das Bild als Spur | 95
 - 5.5 Von der Gegenwart der Geographie | 97
 - 5.6 Das Landschaftsbild auf dem Smartphone – Skizze einer Deutung | 99
 - 5.7 Raumbilder und Bildung – ein Fazit | 102

Jeannine Wintzer

- 6. »... wie in der folgenden Abbildung zu sehen ist ...«
Nachvollsehbarkeit von Bevölkerung | 103**
 - 6.1 Ausgangslage – Zukunftswissen über die Bevölkerung | 103
 - 6.2 Infografiken I – theoretische Ansätze | 109
 - 6.3 Infografiken II – methodische Zugänge | 111
 - 6.4 Bevölkerung *nachvollsehen* | 113
 - 6.5 Fazit | 118

Anne Vogelpohl

- 7. Raumbilder und Wirtschaft**
 - Visuelle Strategien in der Wirtschaftsförderung | 121
 - 7.1 Visualität und Wirtschaftsgeographie – Einblicke | 122
 - 7.2 McKinseys wirtschafts- und stadtpolitische Beratung für Berlin | 124
 - 7.3 Fazit: Von der Bildproduktion zur Raumproduktion.
Zum strategischen Gehalt von Raumbildern in der Wirtschaft | 130

Katja Manz

8. Sichtbares und Unsichtbares

RaumBilder und Stadtplanung – ein Perspektivenwechsel | 133

8.1 RaumBilder und visuelle Medien in Planungsprozessen | 133

8.2 Bilder der Stadt: Die Perspektiven der Bewohnerinnen
und Bewohner in Planungsprozessen | 135

8.3 Methodologische Überlegungen zum Bildbegriff | 136

8.4 Urbane Erkundungen am Beispiel des Chemnitzer
Brühl Boulevards | 139

8.5 Sichtbares und Unsichtbares – ein Fazit | 144

Kathrin Hörschelmann

9. RaumBilder und Sozialisation: Sehen lernen | 147

9.1 Einleitende Bemerkungen | 147

9.2 Ansätze zur Analyse von Sozialisation und Bild | 149

9.3 Partizipatorische Forschung mit Bildern:
Einblicke in soziale Wirklichkeiten? | 154

9.4 Zusammenfassung und Fazit | 158

Eva Nöthen

10. RaumBilder und Kunst | 161

10.1 Ästhetische Erfahrung und Kunst im öffentlichen Raum | 163

10.2 Historischer Abriss | 165

10.3 Künstlerische Intervention im Stadtraum (2 Fallbeispiele) | 167

10.4 Abschließende Bemerkungen | 173

Hans-Dietrich Schultz

11. »Jedes Volk arbeitet nach seiner Art«

Der »Volksgeist« im Spiegel der Kulturlandschaft | 175

11.1 Landschaft als Medium | 175

11.2 Völkersauslese durch Arbeit und Leistung | 177

11.3 Von der Kulturlandschaft zum Volks- und Kulturboden | 179

11.4 Germanen gegen Slaven | 180

11.5 Belletristik und geographische Jugendliteratur | 183

11.6 Drei Unterrichtsvorschläge | 185

11.7 Schlussbemerkungen | 187

TEIL III: REFLEXION UND VERMITTLUNG

Peter Dirksmeier

- 12. Bildbegriffe und Ihre Reichweite zur Analyse von Gesellschaft-Raum-Verhältnissen** | 195
- 12.1 Geographisches Nachdenken über das Visuelle | 195
 - 12.2 Grundlegende Bildbegriffe im geographischen Nachdenken über das Visuelle | 197
 - 12.3 Thematisierung des Visuellen in existierenden Theoriesträngen in der Humangeographie | 203

Boris Michel

- 13. Geographische Visuallitätsregime zwischen Länderkunde und Quantitativer Revolution** | 209
- 13.1 Einleitung | 209
 - 13.2 Länderkunde – Landschaft und Anschauung | 212
 - 13.3 Die Quantitative Revolution – Geometrie und Modell | 216
 - 13.4 Zusammenschau – Synthese | 221
 - 13.5 Schluss | 224

Tilman Rhode-Jüchtern

- 14. Leit-Bilder konstruieren und reflektieren**
Oder: Die Welt lesen lernen im Zweiten Blick | 225
- 14.1 Vorbemerkung | 225
 - 14.2 Eine kleine Erzählung vorweg | 226
 - 14.3 Begriffliche Vorklärungen: »Text«, »Bild«, »Sehfläche« | 228
 - 14.4 Beispiel 1: Das wissenschaftliche Bild. Altes und neues Denken: »Es ist so!« – »Ist es so?« | 230
 - 14.5 Beispiel 2: Das massenmediale Bild – Der Zweite Blick: Was steckt dahinter? | 234
 - 14.6 Beispiel 3: Das mentale Modell – Unsichtbares sichtbar machen und verstehen: Das Gesetz vom Minimum | 236
 - 14.7 Beispiel 4: Das normative Bild – Das »Gleichgewicht« der Natur: Ordnung oder Unordnung? | 238
 - 14.8 Nachbemerkung | 240

Mirka Dickel

15. Sehendes Sehen

Zur Praxis visueller Vermittlung | 243

15.1 Einleitung | 243

15.2 Zur sprachanalogen Bildpraxis: Das Bild als Text verstehen | 248

15.3 Zur phänomenologischen Bildpraxis:
Das Bild als Bild verstehen | 253

15.4 Visuelle Vermittlung als Haltung | 256

Abbildungsverzeichnis | 259

Literatur | 263

Autorinnen und Autoren | 297