



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

„Propagandakartographie.

Die Verwendung von Karten als Mittel für Werbung und politische Meinungsbildung.“

Verfasser

Mag. Nikolaus Schobesberger

angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, Mai 2010

Studienkennzahl laut Studienblatt

A-455

Studienrichtung laut Studienblatt

Kartographie und Geoinformation

Betreuer

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Kainz

Kurzfassung

Die vorliegende Diplomarbeit beschäftigt sich mit der propagandistischen Verwendung von Karten in der Politik und Wirtschaft. Karten sind Teil unserer Raumvorstellung und dienen zur Identifikation von topographischen, wie auch gesellschaftlichen Phänomenen im Raum. Die Verwendung von Karten zur politischen Instrumentalisierung und ideologischen Indoktrination geht zurück bis in die Anfänge der Kartographie, erreichte aber im 20. Jahrhundert einen Höhepunkt der bis jetzt andauert. Die Arbeit soll die Möglichkeiten der Propaganda in Karten beschreiben und anhand von Beispielen demonstrieren, wie durch geschicktes Gestalten und Manipulieren im Kartenbild unsere Vorstellung von Raum verändert und unser Handeln beeinflusst werden soll.

Zu diesem Zweck wird zuerst der Wahrnehmungsprozess in der Kartographie selbst kurz vorgestellt und in weiterer Folge auf die Möglichkeiten eingegangen, wie durch Propaganda in diesen zugunsten einer politischen, religiösen oder wirtschaftlichen Ideologien eingegriffen werden kann. Anhand der Analyse von diversen Kartenwerken sollen gezielt die diversen kartographischen Möglichkeiten der propagandistischen Verwendung vorgestellt und abschließend nach einem Schema systematisiert werden.

Abstract

This theses deals with the use of maps for political and economical propaganda. Maps are part of our spacial cognition and are used to identify topographical, as well as societal phenomenons in space. The use of maps for political instrumentalisation and ideological indoctrination goes back to the very beginnings of cartography, but in fact climaxed in the 20th century continuing until today. This work shall analyse possibilities for propaganda in maps and show by examples, in what way our spacial cognition and our doing is affected by gilb construction and manipulation in maps.

Therefore it's necessary first to present in short the cognitive process in cartography and then analyse how and by what means it's possible to infiltrate this process for the benefit of a political, religious or economical ideology. Based on the analysis of severael maps, all cartographical possibilities for propagandistic use of maps shall be shown and finally, referring to a scheme, systemised.

Inhaltsverzeichnis

VORWORT UND DANKSAGUNGEN	7
---------------------------------	----------

I. ALLGEMEINE GRUNDLAGEN

1. EINLEITUNG	9
----------------------	----------

2. ALLGEMEINE BETRACHTUNG DER KARTOGRAPHIE ALS WERBE- UND PROPAGANDAMEDIUM	13
---	-----------

BEGRIFFSDEFINITION PROPAGANDA – DEFINITION FÜR DIE ARBEIT	13
--	-----------

ANSATZPUNKTE DER PROPAGANDA IN DER KARTOGRAPHIE	16
--	-----------

ZIELE DER PROPAGANDISTISCHEN ODER WERBETECHNISCHEN VERWENDUNG VON KARTEN	22
---	-----------

KARTEN IN DER WERBUNG	22
-----------------------	----

KARTEN FÜR POLITISCHE ODER IDEOLOGISCHE PROPAGANDA	25
--	----

3. DIE KARTOGRAPHISCHE KOMMUNIKATION UND IHRE PROPAGANDISTISCHE VERWENDUNG	31
---	-----------

GRUNDLAGEN DER KARTOGRAPHISCHEN KOMMUNIKATION UND INFORMATION	31
--	-----------

KARTOSEMIOTIK	33
----------------------	-----------

WISSENSUNTERSCHIEDE UND OBJEKTIVITÄT KARTOGRAPHISCHER INFORMATIONEN	35
--	-----------

II. METHODIKEN DER WERBE- UND PROPAGANDAKARTOGRAPHIE

4. VERFÄLSCHUNG ALS PROPAGANDAMITTEL	37
---	-----------

RÄUMLICHE FALSCHDARSTELLUNG	37
------------------------------------	-----------

STATISTISCHE VERFÄLSCHUNGSMETHODEN IN DER KARTOGRAPHIE	41
---	-----------

GENERALISIERUNG	45
------------------------	-----------

THEORETISCHE GENERALISIERUNGSANSÄTZE	46
--------------------------------------	----

SEMANTISCHE GENERALISIERUNG	47
-----------------------------	----

VORGÄNGE DER GENERALISIERUNG UND IHRE ANWENDUNG IN PROPAGANDAKARTEN	49
---	----

BEISPIELE DER GENERALISIERUNG IN WERBE- UND PROPAGANDAKARTEN	51
--	----

5. KARTOGRAPHISCHE PROJEKTIONEN ZUR VERÄNDERTEN RAUMWAHRNEHMUNG	55
--	-----------

KARTENVERWANDTE AUSDRUCKSFORMEN	64
--	-----------

KARTOGRAPHISCHE ANAMORPHOSEN	68
-------------------------------------	-----------

6. VERWENDUNG KARTOGRAPHISCHER GESTALTUNGSMITTEL ZU WERBE- UND PROPAGANDAZWECKEN **73**

KARTOGRAPHISCHE GRUNDELEMENTE	73
PUNKTE	73
LINIEN	75
FLÄCHEN	81
SIGNATUREN	86
BILDHAFTE UND SYMBOLHAFTE SIGNATUREN	86
KREISE	91
PFEILE	95
BILDHAFTE ELEMENTE IM KARTENBILD	98

7. FARBE **101**

ASSOZIATIONSFARBEN	102
KONTRAST- UND KOMPLEMENTÄRFARBEN	104

8. SCHRIFT UND SPRACHE **110**

TYPOGRAPHIE	110
SPRACHE	113
INHALT	114

9. KARTENRANDGESTALTUNG IN WERBE- UND PROPAGANDAKARTEN **119**

III. ANALYSE UND RESÜMEE

10. SYSTEMATISIERUNGSVERSUCH VON PROPAGANDA- UND WERBEKARTEN **125**

PROPAGANDAUNTERMALENDE KARTEN	127
PROPAGANDAFÜHRENDE KARTEN	130
ÜBER KARTOGRAPHISCHE GESTALTUNG ARBEITENDE PROPAGANDAKARTEN	130
ÜBER DARGESTELLTE INHALTE ARBEITENDE PROPAGANDAKARTEN (SEMANTISCHE PROPAGANDAKARTEN)	131
RAUMVERFÄLSCHENDE KARTEN	133
SZENARIOKARTEN	135
FANTASIEKARTEN	137
RESÜMEE	139

LITERATURVERZEICHNIS **141**

ABBILDUNGSVERZEICHNIS **147**

Vorwort und Danksagungen

Die vorliegende Arbeit wurde zur Erreichung des Magistergrades im Studium Kartographie und Geoinformation an der Universität Wien Verfasst und behandelt die Bedeutung, Möglichkeiten und Methodiken kartographischer Propaganda in all ihren Ausformungen in Politik und Werbung.

Meine Motivation, mich mit der propagandistischen Verwendung von Kartenwerken sowie von kartenverwandten Ausdrucksformen zu beschäftigen, entstammt sowohl einem in mir tief verwurzelten historisch-politischen Interesse, als auch der thematischen Verwandtschaft zu meinem zweiten, bereits abgeschlossenen, Studium der Geschichte. Die Auseinandersetzung mit politischen, in weitestem Sinn propagandistischen Karten im Rahmen meines Studiums begann bereits im ersten Semester, im Rahmen des Proseminars für Kartographie und Geokommunikation, in dem ich einerseits mit den verschiedenen Möglichkeiten der kartographischen Gestaltung und der Verknüpfung von kartographischen Ausdrucksformen, wie etwa Farbgebung und Symbolik, mit assoziativen, psychologischen Wahrnehmungsprozessen beim Betrachter konfrontiert wurde, andererseits mit der ersten für dieses Proseminar notwendigen Aufgabe, der kritischen Analyse dreier frei wählbarer Kartenwerke. Hierbei entschied ich mich bereits für zumindest zwei „Propagandakarten“, die ich nicht nur nach ihrer kartographischen Konstruktion hin betrachtete, sondern auch nach ihrer Semantik, politischen Aussage und ihrer suggestiven, beeinflussenden Gestaltung nach analysierte.

In weiterer Folge beschäftigte ich mich immer wieder mit dieser Thematik, sei es im Rahmen von Lehrveranstaltungen, auch in Geschichte, sei es abseits der universitären Ausbildung. Der Schritt dazu, diesem Thema als Versuch einer Gesamtdarstellung meine Diplomarbeit zu widmen, fiel mir insofern leicht, da ich in Herrn Professor Wolfgang Kainz einen Betreuer fand, der mich hierbei unterstützte und bei der Bearbeitung freie Hand ließ. Ihm gilt daher besonderer Dank.

Ich danke hier ebenfalls meinen Eltern, die mich während meines Studiums der Kartographie und Geoinformation jederzeit, sowohl finanziell als auch mental, unterstützt haben. Zudem möchte ich meiner langjährigen Lebensgefährtin für ihre Unterstützung und Geduld besonderen Dank aussprechen. Sie war mir auch als Diskussionspartnerin in einzelnen Fragestellungen der Arbeit stets eine große Hilfe.

I. ALLGEMEINE GRUNDLAGEN

1. Einleitung

Karten stellen eine implizite Form unseres Wissens über räumliche Verhältnisse dar. Sie verdeutlichen räumliche Objekte in ihrer Lage, grenzen Territorien ab, definieren die Erdoberfläche nach verschiedensten Parametern und widerspiegeln sie in zweidimensionaler Form.

Karten sind jedoch nicht das exakte Abbild realer, räumlicher Situationen, sondern sind immer ein Konstrukt der Wirklichkeit, das durch ihren Zeichner gebildet wurde. Alle Landkarten sind unzureichende Analogien der Realität, doch trotzdem werden sie vom Betrachter im überwiegenden Fall als unverfälschte Abbildung des Raumes verstanden. (CLARK, 2005, S. 236)

Karten und andere kartographische Ausdrucksformen wurden seit ihrer frühesten Entwicklung immer wieder dazu verwendet, politische oder weltanschauliche Ideologien zu verbreiten. So dienten beispielsweise schon mittelalterliche Radkarten zur Darstellung des idealen christlichen Weltbilds und zur Verbreitung desselben beim gläubigen Betrachter. Die Kolonialmächte der Neuzeit zogen in Karten Linien, die ganze, noch unerforschte, Kontinente aufteilten, um so im Kartenbild die Macht und Größe des eigenen Herrscherhauses und später des eigenen Volks – oder gar der Rasse – gegenüber anderen zu verteidigen. Karten rechtfertigten Kriege, indem Aggressoren mit ihnen ihre eigene Bedrohung visualisierten und mit ihrer Hilfe für das Volk ein Feindbild konstruierten; Karten dienten dazu, die größten Verbrechen der Menschheit zu legitimieren. Noch vor geraumer Zeit wurde mit Karten die Gefährdung der Welt durch irakische Massenvernichtungswaffen argumentiert und die Bedrohung durch den internationalen Terrorismus visualisiert, nicht ohne hierbei an eigene politische Ziele zu denken.

All diese Karten und andere kartographische Erzeugnisse, die gezielt zur Verbreitung oder „Propagierung“ einer Idee, sei sie religiös, politisch oder wirtschaftlich, instrumentalisiert werden, fallen in den Bereich der Propagandakartographie. Sie versuchen gezielt durch ihre Formgebung oder Konstruktion die Meinungsbildung des Betrachters beeinflussen, oder bei ihm eine – vom Kartenzeichner gewünschte und gelenkte – emotionale Reaktion auslösen.

Die Vorstellung von räumlichen Gegebenheiten und Situationen soll beim Kartenbetrachter verändert und, im weitesten Sinn, sein Denken und Handeln nach den Wünschen des Propagandisten gelenkt werden.

All diese Überlegungen berücksichtigend, stellt sich die Frage, durch welche Mittel Karten derartig instrumentalisiert werden können. Welche Eigenschaften unterscheiden die Karte als Kommunikations-, und in weiterer Folge, als Propagandamedium von anderen, herkömmlichen Nachrichtenträgern? In welcher Weise spielen Kartenelemente, Darstellungsweisen und Gestaltungsmittel eine Rolle bei der Verbreitung von propagandistischen Botschaften? Lassen sich bei der Betrachtung von propagandistisch wirkenden Karten Analogien ziehen und lässt sich daran eine grundsätzliche Systematisierung von Propagandakarten nach ihrer Wirkungsweise vornehmen?

All diesen Fragestellungen soll im Rahmen dieser Diplomarbeit nachgegangen werden. Grundsätzlich soll analysiert werden, wie Propagandakarten, auch im Bezug auf herkömmliche Propaganda, funktionieren, welche Eigenheiten der kartographischen Kommunikation besonders zur Verwendung von Karten zu Propagandazwecken beitragen, in welcher Weise der Betrachter durch spezifische kartographische Elemente in seiner Meinungsbildung beeinflusst wird und welcher Kanon an Konstruktionsmöglichkeiten in der Kartographie dem Propagandakartographen zu diesem Zweck zur Verfügung steht. Ziel soll sein, über eine umfangreiche Analyse der Thematik zu einer Systematisierung von Propagandakarten zu kommen, die einerseits die Bedeutung der Karte in der Übermittlung der Propagandabotschaft darstellen soll, andererseits soll über die Systematisierung der Frage nachgegangen werden, auf welche Weise durch eine Karte Propaganda ausgeübt werden kann.

Um diese Zielsetzung zu erreichen, sollen im Rahmen dieser Arbeit zahlreiche Propagandakarten, die allesamt über Literatur oder über das Internet frei verfügbar sind, analysiert werden. Die in dieser Arbeit analysierten Karten stammen nahezu aus allen Zeitaltern der Weltgeschichte, was wiederum die frühe Verwendung der Karte zur Meinungsbildung verdeutlicht, jedoch wird sicherlich ein Schwerpunkt auf das 20. und beginnende 21. Jahrhundert gelegt werden. Die hier vorgestellten Karten visualisieren eine Vielzahl von Themen, von religiösen Weltmodellen des Mittelalters über nationalistische Vorstellungen und sozialistischen Deutungsversuchen der politischen Lage des 19. und 20.

Jahrhunderts bis hin zu aktuellen Werbeplakaten, die versuchen, anhand von Karten die Besonderheiten eines Produkts oder einer Dienstleistung hervorzuheben.

Durch die heterogene Masse an derartigen Karten, die keine befriedigende Analyse anhand eines an die Karte gestellten Fragebogens ermöglicht, sollen alle hier analysierten Karten einzeln nach ihrem speziellen Inhalt angesprochen und eingehend betrachtet werden. Ziel ist eine Analyse nach ihrer Gestaltungsweise, dem politischen, wirtschaftlichen oder ideologischen Kontext in dem diese Karte entstanden ist und dem suggerierten Inhalt, den die Karte an den Betrachter zu übermitteln versucht.

Um eine umfassende Analyse des Phänomens „Propagandakarte“ zu erarbeiten, sollen in einem ersten Teil die Grundlagen der Kartographie als Propaganda- und Werbemedium vorgestellt werden. Hierbei soll, nach einer Definition der Begrifflichkeiten, die für die Arbeit immanent notwendig ist, der Frage nachgegangen werden, welche Ansatzpunkte die Kartographie für Werbung und Propaganda bietet und welche Ziele ein Propagandist durch die Verwendung einer Karte für seine suggestive Botschaft verfolgen kann. In weiterer Folge soll der Wahrnehmungsprozess in der Kartographie selbst kurz vorgestellt werden, wobei besonders auf die Kartosemiotik – das jeder kartographischen Kommunikation zugrundeliegende Zeichensystem – und die Objektivität von kartographischen Informationen eingegangen werden soll.

Der zweite Teil der Diplomarbeit befasst sich direkt mit den methodischen Aspekten der Werbe- und Propagandakartographie. Während im ersten Teil durch die Analyse der allgemeinen Eigenschaften kartographischer Kommunikation und Information die Besonderheit der Karte als Propagandamedium immanent wurde, soll hier direkt auf die Möglichkeiten eingegangen werden, mit denen ein Kartograph eine Karte zum Werkzeug der Meinungsbildung ge- und missbrauchen kann. So sollen die Möglichkeiten der tatsächlichen wie statistischen Fälschung und der unzulässigen Generalisierung ebenso nachgegangen werden, wie auch der Verwendung bestimmter Projektionen zur veränderten Raumwahrnehmung und von gestalterischen Mitteln, wie etwa einer psychologischen Farbgebung, oder der Verwendung von bestimmten Signaturen. Gleichzeitig sollen auch die Möglichkeiten zu propagandistischer Verwendung von textlichen wie bildlichen Karteninhalten, wie auch die der Kartenrandgestaltung aufgezeigt werden.

Basierend auf den in diesem Teil erarbeiteten Erkenntnissen zu Möglichkeiten und Wirkungsweise von Propagandakarten soll im dritten und abschließenden Teil dieser Diplomarbeit anhand eines von mir entwickelten Schemas eine Systematisierung entwickelt

werden. Diese Systematisierung soll, im Unterscheid zu früheren Arbeiten, die sich primär auf die Ziele von Propagandakarten konzentrierten, die Funktion der Karte in den Mittelpunkt stellen, den sie bei der Übersendung der Propagandabotschaft einnimmt. Hierbei wird sich die erste Frage nach der Rolle der Karte in der Propagandabotschaft richten, und in weiteren Analyseschritten soll der Frage nachgegangen werden, wie die Karten die durch sie vermittelte Propaganda ausübt.

Anhand von diesem Systematisierungsversuch sollen die verschiedenen Ausformungen von Propagandakarten in ein grobes Schema gegliedert werden, wobei davon ausgegangen werden muss, dass durch die Vielfältigkeit keine absolute Wahrheit postuliert werden kann. Die von mir vorgenommene Systematisierung muss daher mehr als eine grobe Orientierungshilfe denn als allumfassendes Ordnungsschema gesehen werden.

2. Allgemeine Betrachtung der Kartographie als Werbe- und Propagandamedium

Begriffsdefinition Propaganda – Definition für die Arbeit

Zu Beginn sollen hier zwei gängige, aktuelle Definitionen zum Begriff „Propaganda“ vorgestellt werden, auf denen diese Arbeit über Propaganda- und Werbekartographie aufbauen soll:

„Propaganda bezeichnet einen absichtlichen und systematischen Versuch, Sichtweisen zu formen, Erkenntnisse zu manipulieren und Verhalten zu steuern, zum Zwecke der Erzeugung einer vom Propagandisten erwünschten Reaktion.“ (NORSTET et al., 2000, S. 383)

„Der moderne Begriff der Propaganda bezeichnet den gezielten Versuch von Personen oder Institutionen, einen bestimmten Adressatenkreis durch Informationslenkung für eigennützige Zwecke zu gewinnen und diese Zwecke zugleich zu verschleiern.“ (UEDIG, 2005, S. 267)

Das Konzept einer sprachlichen, schriftlichen und bildlichen Werbung für eine Idee, die zur mehr oder weniger bedingungslosen Annahme dieser durch den Betrachter oder Zuhörer führt, wird bereits von Aristoteles in seiner „Rhetorik“ vertreten und ist weit älter als der Begriff „Propaganda“ an sich. Da moderne Propaganda jedoch in direkter Weise mit dem Vorhandensein von Kommunikationsnetzwerken und einer Öffentlichkeit zusammenhängt, kann diese frühe Form nur bedingt in Kontinuität mit heutigen Propagandaformen gesehen werden. Gleichwohl gab es durch die Verwendung von bildlichen und dinglichen Zeugnissen, wie Triumphbauten und Malereien, oder auch durch die Inszenierungen von profanen wie sakralen Feiern, militärischen Triumphen oder auch religiösen Prozessionen seit Beginn einer hierarchisch organisierten Lebensweise der Menschheit eine Art der Meinungsbeeinflussung, die in gewisser Form als Propaganda zu benennen wäre. (vgl. SCHWENDINGER, 2007)

Jedoch kann man erst durch die Erfindung des Buchdrucks und das Aufkommen von Flugblättern und ersten sogenannten „Zeitungen“ ab dem Beginn des 16. Jahrhundert und das

gleichzeitige Entstehen einer gewissen frühen Form der Öffentlichkeit von einer gewissen Form der „modernen“ medialen Propaganda sprechen.

Das lateinische Wort *propagare* bedeutete ursprünglich soviel wie „verbreiten, fortpflanzen, ausdehnen“. Die Verwendung des Worts im Zusammenhang mit der Verbreitung einer politischen Idee stammt ursprünglich von Papst Gregor XV., der 1622 eine kirchliche Kongregation unter dem Namen „*Sancta congregatio de propaganda fide*“ (Die heilige Gesellschaft zur Verbreitung des Glaubens) ins Leben rief, deren Hauptaufgabe sowohl die Bekämpfung des Protestantismus, wie auch die Verbreitung des Katholizismus in der Neuen Welt war. (BERNAYS, 2007, S. 9) Von dieser Institution ausgehend, wurde das Wort Propaganda als Synonym für die institutionelle Verbreitung einer politischen, ideologischen oder religiösen Idee in die meisten Sprachen übernommen. (JOWETT et al., 2006, S. 72-73)

Während des 17. und 18. Jahrhunderts wurde der Begriff jedoch nach wie vor vorrangig für kirchliche Missionstätigkeit verwendet, erst ab dem 19. Jahrhundert entwickelte sich daraus ein Kampfbegriff auch für politischen Werbetätigkeit. Die Erfindung der Dampfmaschine und die Einführung der Elektrizität steigerten die Leistung der Druckerpressen enorm und ermöglichten es, ein noch größeres Publikum schneller und kostengünstiger anzusprechen. Diese Neuerungen, verbunden mit der Telegraphie, wurden erstmals im Amerikanischen Bürgerkrieg (1860–1865) zum Zwecke der Propaganda benützt. (UEDIG, 2005, S. 275 - 277) Ab dem 20. Jahrhundert findet der Begriff auch Eingang in wirtschaftliche Bereiche. (UEDIG, 2005, S. 266)

Im 20. Jahrhundert kam es durch technische Neuerungen zu einer wahren Propagandaflut. Neben klassischen Medien wie Text und Sprache, wurden vermehrt Bilder, Poster und auch KARTEN in großer Zahl gedruckt um die Meinungsbildung zu manipulieren. Daneben kam es zur propagandistischen Verwendung von neuen elektronischen Medien wie Radio und Film. „Spätestens durch den Zweiten Weltkrieg bekam das Wort Propaganda schließlich seine negative Konnotation. Die Nationalsozialisten richteten zum Zweck der Ideologisierung der Bevölkerung in der eigenen, totalitären Weltsicht ein Ministerium „für Reichsaufklärung und Propaganda“ ein.“ (SCHWENDINGER, 2009)

Durch die intensive Verwendung des Begriffs „Propaganda“ durch die Nationalsozialisten wurde das Wort stark negativ geprägt; heute spricht man in der Wirtschaft eher von Werbung,

in der Politik von Öffentlichkeitsarbeit oder Public Relations. Manipulative Techniken werden jedoch nichts desto trotz sowohl in der Werbung als auch in den Public Relations eingesetzt. Unter Manipulation soll hier folgendes verstanden werden: Manipulation ist „die bewusste Beeinflussung eines anderen Menschen, die diesem nicht bewusst ist. Würde ihm dies einsichtig, er würde sie ablehnen und derartige Methoden nicht akzeptieren.“ (KOLMER, 2006, S. 17)

Für den Begriff „Propagandakarte“ findet sich folgende, treffende und prägnante Definition, die sich jedoch nur rein auf die politische Verwendung von Karten bezieht:

„Propagandakarten, auch als politische, geopolitische, Agitations- oder Suggestivkarten bezeichnet, sind kartenrelevante Darstellungen, die durch gezielte Konstruktion und spezifische Inhalte eine emotionale Wirkung beim Kartennutzer hervorrufen wollen.“
(MOSER, 2004, S. 43)

Im Zusammenhang mit dieser Arbeit sollen unter dem Titel „Propagandakartographie“ jedoch alle Arten kartographischer Darstellungsformen, die gezielt die Meinungsbildung des Kartenbetrachters beeinflussen sollen, zusammengefasst werden, ohne Unterschied ob der Karteninhalt eine politische, religiöse oder wirtschaftliche Thematik aufweist. Demnach wird in diesem Zusammenhang auch Werbekartographie, sofern sie durch ihre Darstellungsform die Meinung des Betrachters manipulieren soll, unter den Überbegriff Propagandakartographie zusammengefasst.

Propagandistische, kartographische Darstellungen sind in den meisten Fällen nicht als „Fälschungen“ anzusehen. Der größte Teil stellt räumlich Bedingungen geometrisch durchaus „richtig“ dar, jedoch kommt es durch die Aufbereitung der Daten zu einer einseitigen Darstellung, die eine ganz bestimmte – von Zeichner der Karte erwünschte – Reaktion beim Betrachter auslösen soll. Daher werden in dieser Arbeit Propagandakarten meist nicht als Fälschungen sondern vielmehr als Verfälschungen bezeichnet, da sie meist korrekte Geometrie und meist auch Daten durch spezifische Mittel, wie etwa dem Unterdrücken von Informationen zum objektiven Verständnis der Karte durch den Betrachter, unzureichend wiedergeben.

Ansatzpunkte der Propaganda in der Kartographie

Die Verbindung von Propaganda mit dem Medium der Karte gibt es im Wesentlichen seit dem Beginn der Kartographie. Bereits in der Antike findet sich eine politische und/oder religiöse Instrumentalisierung von Karten, beziehungsweise den frühen Abbildungen geographischer Gegebenheiten und Darstellungen von Weltbildern.

Wenn die erste Darstellung der Welt, die in der akkadischen Stadt Nuzi auf einer Tontafel gefunden wurde, den Erdkreis als runde, in einem Meer schwimmende Scheibe visualisiert, hängt dies einerseits natürlich mit dem Erfahrungs- und Wissenshorizont des Kartenherstellers zusammen; gleichzeitig wird jedoch auch das im Kulturkreis des frühen Kartographen bestehende, religiös inspirierte Weltbild wiedergegeben. Die Karte diente somit zur Manifestation der religiösen Ideologie, sozusagen als Bestätigung der theologischen Lehre in Form der Karte, wie auch als Abgrenzung zu anderen Weltvorstellungen, die in antiken Zeiten oft mit den religiösen, wie auch den politischen Systemen eines Volkes in engem Zusammenhang standen.

In selber Weise funktionierten auch mittelalterliche Welt Darstellungen, die sogenannten *Mappae Mundi*, die in biblischer Tradition gestaltet wurden. Hierbei diente die Karte nicht zur exakten Wiedergabe der Geographie, sondern zur Darstellung des christlich fundierten Idealzustands der Welt. Die Karte steht in direktem Zusammenhang mit der religiösen Lehre, dem Kartenbetrachter wird eine Welt, geformt nach göttlichen Maßen, präsentiert, oftmals mit Jerusalem als Mittelpunkt und dem irdischen Paradies im äußersten Osten. Hierbei dient die Karte sowohl als Projektionsfläche wie auch als Beweismittel der Wahrhaftigkeit christlicher Lehre. Der Kartenzeichner, ein theologisch Gebildeter, wohl ein Mönch, formte die Karte nach seiner Weltsicht, die den Inhalten der Evangelien entspringt, während der Betrachter, etwa ein einfacher Bauer, der die Karte in der Kirche oder im Kloster bewundern durfte, in ihr den Beweis der ihm sonntäglich gepredigten Lehre sieht. Ich würde diese Form der Verwendung von Karten zur Meinungsbildung noch nicht als Propaganda im heutigen Sinn sehen. Einerseits ist davon auszugehen, dass die Karte nicht vorsätzlich zur Desinformation und Beeinflussung des Betrachters gezeichnet wurde, sondern vielmehr als frommes Werk eines fest in seiner christlichen Überzeugung verbundenen Zeichners zu sehen ist, andererseits waren derartige Karten nur einem sehr beschränkten Publikum zugänglich. (zur Thematik allgemein: EDSON, E., et al., 2005)

Durch die Wiederentdeckung antiker kartographischer Schriften wie der *Geographia* des Claudius Ptolemaios im 15. Jahrhundert kam es zu einem schnellen Übergang zum Primat

geographischer Informationen vor religiösen Inhalten in Karten und in diesem Zusammenhang auch zur Entwicklung von auf die Geographie bezugnehmender Propaganda in Karten. „Mit ihrer Hilfe wurden Herrschaftsräume abgegrenzt und Ansprüche geltend gemacht. Bis zum 18. Jahrhundert handelte es sich jedoch meist um Unikate.“ (MOSER, 2004, S. 43) Frühe Propagandakarten, die allenfalls als Flugblätter nur eine geringe Auflage erreichten, waren nur einem kleinen Personenkreis zugänglich. Dieser genügte jedoch, um im 17. und 18. Jahrhundert über Karten die Aufteilung von Kontinenten unter Kolonialmächten zu visualisieren und darüber die sogenannten „Kartenkriege“ – die vor allem zwischen England und Frankreich um die Aufteilung Nordamerikas stattfanden – zu führen. (O’CLARK, 2005, S. 192 ff.) Jedoch erst mit der Entwicklung der modernen Massenmedien, in Folge von Neuerungen in der Druck- und Vervielfältigungstechnik, im 19. und verstärkt im 20. Jahrhundert konnte die Karte als Propagandainstrument eine größere Verbreitung erfahren. Bereits im Ersten Weltkrieg wurden Karten zum Frontgeschehen wie auch zur ideologischen Beeinflussung des Betrachters zur Massenware. (MOSER, 2004, S. 43)

Die intensivste und aggressivste Nutzung fand die Propagandakarte in der Zeit des Nationalsozialismus, mit der nur noch die Propagandamaschinerie der Sowjetunion annähernd mithalten konnte. Vor allem in Verbindung mit der Strömung der „Geopolitik“, die unter den deutschen Geographen Karl Haushofer, Erich Obst, Hermann Lautensach und Otto Maull ab den 1920er Jahren breiten Anklang fand und eine Körperlichkeit des Staates mit „Blut und Boden“ annahm, wurden Karten und geopolitische Atlanten sukzessive zu nationalsozialistischen Propagandainstrumenten. Derartige Karten dienten immer wieder zur Argumentation völkischer, angeblich „natürlicher“, Expansionsbestrebungen des Deutschen Volks, sowie zur Untermauerung der Opferrolle Deutschlands durch den Frieden von Versailles. (dazu HERB, 1997 und WOLTER, 2003)

Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs und dem damit verbundenen ideologischen Aus für die geopolitische „Blut und Boden“-Ideologie, war der Ost-West Konflikt eines der Hauptthemen der politischen Propagandakartographie. In jüngerer Zeit verloren Propagandakarten vor allem in den westlichen-demokratischen Ländern an Aggressivität, jedoch bedienen sie sich mitunter einer subtileren Methode der Meinungsbeeinflussung. Die Hauptthemen sind nach wie vor Konfliktregionen wie etwa der Nahe Osten und seit dem 11. September 2001 der Kampf gegen den internationalen Terrorismus.

Neben der politischen Verwendung wurden Karten spätestens seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts von wirtschaftlicher Seite als Werbeträger für Produkte und Dienstleistungen erkannt. Beschränkte sich die Verwendung von Werbekarten anfangs nur auf Transport- und

Reiseunternehmen, wie Schifffahrts-, Bahn- und später Fluglinien, so nahm die Bandbreite der mit kartographischen Darstellungen beworbenen Güter stark zu und umfasst heute von Fastfood-Ketten über Mobilfunknetze bis hin zu Kaffeehausketten und Wodkamarken so gut wie alle denkbaren Produkte und Leistungen.

Die Verwendung von Karten zu propagandistischen Zwecken ist naheliegend. Karten stellen geographisch- räumliche Phänomene dar, und sowohl in Politik als auch in Wirtschaft geht es häufig um räumliche Geltung, seien es nationale Grenzen, Standorte, Gebietsansprüche, strategische Positionen und Einflussgebiete (sowohl im wirtschaftlichen wie politisch-militärischen Sinn), etc. In diesem Zusammenhang liegt die Nutzung von Karten zur Verdeutlichung politischer oder wirtschaftlicher Ziele auf der Hand.

Kartographische Darstellungsformen eignen sich auf Grund einiger typischer Eigenschaften hervorragend für eine derartige Instrumentalisierung:

Eine absolute Abbildung der Erdoberfläche in einer Karte oder einer kartenverwandten Darstellung ist nicht möglich. Selbst Luftbilder verzerren durch ihre Zweidimensionalität die gekrümmte Oberfläche der Erde und können nur die Grundrisse von dreidimensionalen Strukturen wiedergeben, womit sie die räumliche Ausdehnung von Körpern in der Höhe verschweigen. Des Weiteren sind Karten notwendigerweise nach einem bestimmten Maßstab verkleinerte Darstellungen. Es ist daher unmöglich, alle in der Realität vorkommende Objekte in ihr zu erfassen. Der Kartograph muss eine Auswahl treffen, welche Inhalte der Wirklichkeit 1. Ordnung in die von ihm geplante Zeichnung übernommen werden soll. Über graphische Modellbildung wird dem Objekt der Wirklichkeit graphischer Ausdruck verliehen. Eine Karte ist demnach kein detailliertes Abbild des Raumes, sondern lediglich eine Konstruktion der Wirklichkeit. „Damit entscheidende Informationen nicht in einem Gewirr von Details untergehen, gibt die Karte notwendigerweise ein ausgewähltes, unvollständiges Bild der Realität wieder“. (MONMONIER, 1996, S. 9)

Zur repräsentativen Wiedergabe von geographischen Gegebenheiten in Form einer zweidimensionalen Darstellung wie einer Karte ist demnach eine selektive Modellbildung durch den Zeichner notwendig. Diese Notwendigkeit in der Selektion und Generalisierung ist jedoch auch ein Ansatzpunkt für die propagandistische Verfälschung von Karteninhalten. Zudem sind dargestellte Karteninhalte selektiv, können unterschiedlich gewichtet dargestellt oder mitunter überhaupt unterschlagen werden.

Die Karte ist eine graphische Ausdrucksform, die in bildlicher Weise räumliche Gegebenheiten darstellt. In ihr kann Information über die Beschaffenheit der Erdoberfläche,

beziehungsweise über soziale, politische und wirtschaftliche Themen mit Raumbezug, in einer Form dargestellt werden, dass ein Betrachter sie ohne langwierigen Erklärungsaufwand konsumiert und verstehen kann. Auf diese Weise können abstrakte Sachverhalte, die ohne der Karte als Medium nur schwer plakativ darzustellen wären, in ein einfach wahrzunehmendes System gebracht werden. Dies ist auch die Aufgabe einer Karte. Die Karte verleitet in diesem Fall jedoch auch dazu, schwierige oder unklare Situationen vereinfacht, offensichtlich eindeutig und zudem oft widerspruchlos wiederzugeben.

Als Beispiel seien hier historische Karten erwähnt, die das Verbreitungsgebiet von Völkerschaften, Fürstentümern oder anderen staatenähnlichen Gebilden auf eine Weise darstellen, als handle es sich um Staaten im modernen Sinn, mit einer abgeschlossenen Grenze und einer im inneren homogenen Struktur und Verwaltung. Dies soll auch folgendes Beispiel verdeutlichen:

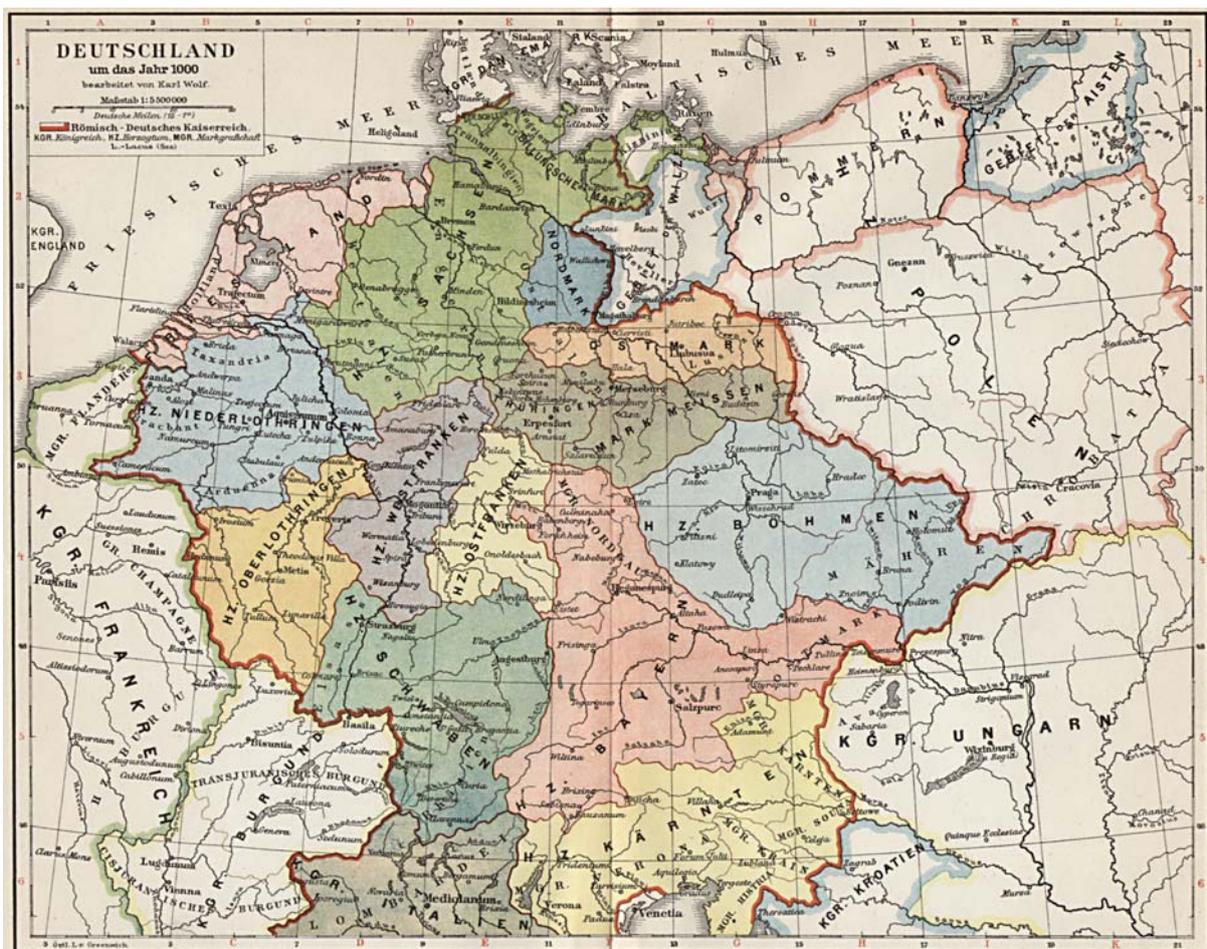


Abb. 2.1: „Deutschland um das Jahr 1000“ (Meyers historischer Weltatlas, 1905)

Diese Karte stellt Mitteleuropa im Jahr 1000 dar. Es zeigt die Gebiete innerhalb des „Römisch-Deutschen Kaiserreichs“, in Flächenfarben. Allein die Benennung dieses Reichs ist

für einen Zeitpunkt um 1000 völlig anachronistischen, das Reich verstand sich lediglich als „römisches Kaiserreich“ in der Nachfolge des Antiken Rom. Das in dieser Karte gezeigte „Römisch-Deutsche-Kaiserreich“ wird im Wesentlichen mit „Deutschland“ gleichgesetzt, was historisch ebenfalls abzulehnen ist, hier jedoch verwendet wurde um eine Kontinuität mit dem um 1905 bestehenden „deutschen Kaiserreich“ herzustellen. Durch die flächige Färbung und die klare Grenzziehung entsteht bei einem historisch nicht weiter bewanderten Betrachter der Eindruck, es handle sich hierbei um feste, homogene, staatliche Strukturen. Aus historischer Perspektive ist dies jedoch strikt abzulehnen. Diese Karte entspricht kaum der tatsächlichen politischen und gesellschaftlichen Wirklichkeit der Lebenswelt um 1000. Durch die Feudalisierung war jedes der hier als staatlich organisiert dargestellten Fürstentümer in unzählige kleinere Herrschaften unterteilt und die Grenzziehung war mitunter fließend. Ebenso kann von keinem Staatenbewusstsein oder nationaler Identität im Jahr 1000 ausgegangen werden, diese Phänomene finden sich erst ab dem 18. und 19. Jahrhundert. In dieser Karte wird die politisch und sozial komplizierte Situation des Mittelalters stark vereinfacht wiedergegeben, wohl auch mit dem Hintergrund der Situation Deutschlands zum Zeitpunkt der Kartenherstellung 1905 und einem zeitgemäßen, historisierenden Nationalismus.

Ebenso wie zur Vereinfachung von Sachverhalten in Karten können Themen, die nicht zwingend in einem direkten Raumzusammenhang stehen durch kartographische Darstellung in einen ebensolchen gebracht und auf diese Weise vom Kartenbetrachter falsch verstanden werden. So werden in (thematischen) kartographischen Darstellungen sowohl qualitative wie quantitative, oft abstrakte Sachverhalte in einen Bezug zum Raum gebracht, die zu diesem kaum einen aufweisen.

Als Beispiel sei hier der internationale Terrorismus erwähnt, der in seiner Struktur als weltumspannendes Netzwerk weder Territorien noch andere, direkt im Raum erfassbare Strukturen ausweist. In einer kartographischen Darstellung – hier jedoch auch in sprachlicher Zuweisung – kann jedoch eine Territorialisierung an Hand gewisser Merkmale erfolgen – im Fall des Terrorismus mit den Attributen „Islam“, „Achse des Bösen“, etc. – und räumlich zugewiesen werden – in unserem Beispiel etwa mit den Staaten Iran, Afghanistan oder Irak. Diese Information wird vom Betrachter aufgenommen und somit auf Strukturen projiziert, die ursprünglich keinen Zusammenhang mit dem Ausgangsphänomen haben.

Eine Karte ist für den Betrachter meist eine vertrauenswürdige Quelle die selten hinterfragt wird. Dies liegt in der Natur der kartographischen Darstellung, die, im Unterschied zu textlichen Kommunikationsformen, nur von einem Fachmann erzeugt werden kann. Eine Karte wird somit oft wissenschaftlich oder amtlich wahrgenommen und weniger infrage gestellt als andere kommunikatorische Erzeugnisse. Die Art und Weise wie eine Karte konstruiert wird, ist für den ungeschulten Betrachter meist nicht erkennbar. Die meisten Propagandakarten richten sich an eine bestimmte Zielgruppe. Während der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts und Zeit des Nationalsozialismus war das bevorzugte Klientel der als Massenware auftretenden Propagandakarten die Bevölkerungskreise mit niedrigerem Bildungsstand. Es sollte gezielt zu einer geringeren Reflexion über die Konstruktionsweise der Karten, die Zulässigkeit der Generalisierung und der dargestellten Inhalte und ihrem Raumbezug kommen. „Nicht als Nutzer erwünscht war das wissenschaftlich gebildete, intellektuelle Publikum. Ziel der Propaganda war nicht intellektuelle Bildung sondern die Abschaltung des Intellekts.“ (MOSER, 2004, S. 44) In diesem Zusammenhang ist ein mögliches Ziel von Propagandakarten nicht allein durch den dargestellten Inhalt, sondern auch durch die Art und Weise der Darstellung, wie das Layout oder die Farbgebung, – verbunden mit der Einbeziehung von Wünschen, Ängsten und anderen emotionalen Zuständen des Betrachters – eine psychologische Wirkung bei diesem zu erzielen. „Die Karten sollten sich als Gedächtniskarten (mental maps) im Kopf verankern und langfristig hängen bleiben.“ (MOSER, 2004, S. 45)

Ziele der propagandistischen oder werbetechnischen Verwendung von Karten

Karten in der Werbung

In seinem Buch „How to Lie with Maps“ stellt Mark MONMONIER (1996, S. 87) die Frage: „Was haben Werbung und Kartographie gemeinsam?“. Seine gleich darauf folgende Antwort lautet folgendermaßen: „Beide sind darauf angewiesen, eine beschränkt gültige Version der Wahrheit zu vermitteln. So geht es in der Werbung darum, ein möglichst anziehendes Bild von einem Produkt zu entwerfen, und in der Kartographie darum, ein möglichst klares Bild der geographischen Gegebenheiten zu zeichnen. Beides ist unmöglich (...)“. Produkte und Dienstleistungen mit einem räumlichen Bezug, wie zum Beispiel Firmen- oder Filialstandorte, Verkehrsrouten etc., werden oft mit Karten beworben. Das Hauptziel der Karte als Werbemittel ist naturgemäß, Konsumenten für das jeweilige Produkt oder die Dienstleistung zu gewinnen. Die Karte als Werbeträger ist insofern eine beliebte Methode, als Karten vom Betrachter meist als interessant empfunden werden und man ihnen länger Aufmerksamkeit schenkt als herkömmlichen Plakaten und anderen (gedruckten) Werbemitteln. Karten und andere kartographische Darstellungen eignen sich hervorragend als Blickfang. „In der Werbung sind Karten, die nur schmückenden Charakter haben, mindestens ebenso häufig wie Karten die informieren sollen.“ (MONMONIER, 1998, S. 88) Aus dieser Analyse kann man bereits auf die zwei wesentlichen Ziele der Kartenverwendung in der Werbung schließen – das (schöngefärbte) Darstellen von produktspezifischer Information (mit Raumbezug) und das Erregen von Aufmerksamkeit eines bisher nicht weiter an dem beworbenen Gut interessierten Betrachters. Im Idealfall verbindet eine gute Werbekarte jedoch die akkurate Wiedergabe von räumlicher Produktinformation mit gleichzeitiger Erregung von Aufmerksamkeit beim Betrachter über interessante Gestaltung.

Im ersten Fall ist das Ziel der in der Werbung benutzen kartographischen Darstellung, Informationen über ein Produkt oder eine Dienstleistung, die räumlich darstellbar sind, wiederzugeben. Die Verwendung von Karten ist besonders bei Branchen, die direkt von geographischen Gegebenheiten abhängig sind, von Bedeutung. So werben die meisten Verkehrsmittelbetriebe mit Karten, um die Erreichbarkeit und damit die Qualität ihrer Linien wiederzugeben. Je nach Art des Verkehrsmittels – von Bahn bis Flugzeug – werden hierbei unterschiedliche Ansätze der Darstellung verfolgt. Gleichzeitig sind Karten jedoch auch stark

in der Tourismusbranche vertreten, wo beispielsweise im Wintertourismus mit Panoramakarten auf die Qualität und Vielfältigkeit eines Skigebiets hingewiesen wird, oder aber in Tourismuskarten von Stadtzentren die Sehenswürdigkeiten in besonderer Weise – oft im Aufriss – dargestellt werden.

Karten können jedoch auch rein auf die Erreichbarkeit eines ansonsten nicht geographisch bedingten Produkts, Standorts oder einer Dienstleistung hinweisen. Derartige Karten, die oft nur schemenhaft und stark generalisiert sind, haben im Unterschied zu Produkten die räumlich bedingt sind – wie eben die genannten Verkehrsbetriebe oder Skigebiete etc. – keine Aussagekraft über die Qualität des Gutes. Sie sind daher nicht primärer Werbeträger sondern werden meist in Begleitung zu herkömmlichen schriftlich oder bildlichen Werbemitteln verwendet.

Gleichzeitig kann durch Karten auch die Aufmerksamkeit erregt werden, indem sie interessant gestaltet ist, die Werbewirksamkeit somit weniger durch ihren Inhalt als durch ihre spannende Form gewinnt. Derartige Karten stehen oft stark in Verbindung zu herkömmlichen bildlichen Plakatwerbung. So kann über eine Karte die Zuweisung eines räumlichen Attributs zu einem Produkt erfolgen, die ihm, und damit auch dem Benutzer, ein bestimmtes Image geben soll. Beispielsweise kann eine Fastfood-Kette, die ihre Produkte vor einer vergilbten Amerikakarte im Stil des 19. Jahrhunderts präsentiert, mit dem Wilden Westen und ungezügelter Freiheit identifiziert werden, oder wenn sie stattdessen eine Karte von Österreich hinter ihre Produkte legt, auf die strikte Verwendung österreichischer Lebensmittel und die damit suggerierte hohe Qualität anspielen, wie etwa auch folgendes Beispiel zeigt.



Abb. 2.2: „100% Kartoffeln aus Österreich“ (McDonalds Werbekarte)

Karten können in der Werbung jedoch auch völlig von jeglicher geographischer Bedingung losgelöst verwendet werden. So werden etwa in folgendem Beispiel Kartenelemente verwendet um aus einer Karte ein Bild zu gestalten. Auch hierbei steht die Erregung von Aufmerksamkeit und Neugier beim Betrachter eindeutig im Vordergrund.



Abb. 2.3: „Ice Coffee Town“ (Café Fresco, Niederlande)

In dieser Karte wird das Produkt – der Eiskaffee – vor einem fiktiven Stadtplan präsentiert. Durch die Anordnungen von Straßen, Wasserwegen, Grünflächen und anderen Landnutzungsklassen entsteht das Bild einer Kaffee trinkenden, sportlichen, jungen Frau. Die Karte entspricht dabei keinerlei realen geographischen Gegebenheiten sondern wird rein zum Stilmittel und Baustein des Bildes. Ziel ist nicht das Transportieren irgendeiner geographischen, produktbezogenen Information, sondern nur das Erregen der Aufmerksamkeit über ein interessant gestaltetes Bild.

Karten für politische oder ideologische Propaganda

Während Karten in der Werbung vor allem dazu dienen, einen potentiellen Konsumenten für ein Produkt zu gewinnen, verfolgen kartographische Darstellungen in der Politik deutlich andere Ziele, wenngleich sie gestalterisch ähnlichen Prinzipien wie die Erzeugnisse der Werbekartographie folgen. Karten zu Propagandazwecken dienen vor allem zur Überwindung von Widerständen der Öffentlichkeit oder sollen ein möglichst positives Image für Ideologien oder politischer Maßnahmen vermitteln. (dazu vgl. BLACK, 1997)

Ziele sind vor allem Ansprüche auf Gebiete zu erheben, Bedrohungsszenarien durch einen potentiellen Feind oder eine feindliche Ideologie aufzuzeigen, politische Aktionen zu rechtfertigen oder den Betrachter ein falsches Bild von geographischen und sozialen Gegebenheiten zu liefern. Ausgehend von der Analyse von Wolfgang VOLLER (1992), der Propagandakarten nach ihrem Zweck in Bedrohungs-, Offensiv-, Rechtfertigungs- und Militärkarten zur Verteidigung unterteilt, möchte ich hier, auch aufbauend auf die von mir analysierten Karten, eine ähnliche, jedoch leicht abgewandelte Gliederung von Zielen der Propagandakartographie vorstellen.

Politische Karten dienten seit frühester Zeit vorrangig dazu, die Souveränität und Macht eines Staatengebildes zu repräsentieren. Mark MONMONIER bringt dies in seinem Buch „Eins zu einer Million – Die Tricks und Lügen der Kartographen“ (1998, S. 125) zugespitzt auf den Punkt: „Die Karte ist das perfekte Symbol des Staates. Wenn Ihr Großherzogtum oder Ihr Stammesgebiet heruntergewirtschaftet ist und zu zerfallen droht, nehmen Sie einfach ein Blatt Papier, skizzieren Sie einige Städte, Straßen und geographische Merkmale, ziehen Sie eine dicke, deutliche Grenze um das größtmögliche Gebiet, das Sie für sich zu beanspruchen wagen, malen Sie alles schön bunt an, und geben Sie ihm einen Namen – vielleicht noch mit dem beeindruckenden Zusatz „Republik...“ - und schon haben sie einen neuen, souveränen, autonomen Staat geschaffen. Sollte irgendjemand daran zweifeln brauchen Sie nur auf die Karte zu verweisen. Ihr neuer Staat existiert nicht nur bloß auf dem Papier, sondern auf einer Karte, folglich muss es ihn tatsächlich geben.“ Derartige politische Karten, die vorrangig die Einheit und Souveränität eines Landes darstellen sollen und dabei mitunter Anspruch auf umstrittene Gebiete erheben, würde ich hier unter dem nahe liegenden Überbegriff **Souveränitäts- und Anspruchskarten** subsumieren. In ihrer Gestaltung sind sie, meist wie im obigen Zitat von Monmonier beschrieben, vor allem durch farbige Differenz nach außen und durch eine klare Grenze charakterisiert. Ebenso wird kein Zweifel an der Staatszugehörigkeit

von beanspruchten Gebieten gelassen. Ihre Entstehung hängt eng mit der Entwicklung des modernen Staats- und Nationalbewusstseins ab dem 18. und 19. Jahrhundert zusammen, wo vor allem England und Frankreich ihre Grenzen in den Kolonien Nordamerikas unterschiedlich verstanden und in den jeweiligen Karten nach ihrer Sichtweise zogen. Derartige Karten sind bis heute vor allem in Ländern mit unklaren und umstrittenen Grenzverläufen in Verwendung, wie auch die folgende Karte mit dem Beispiel Pakistan zeigt.

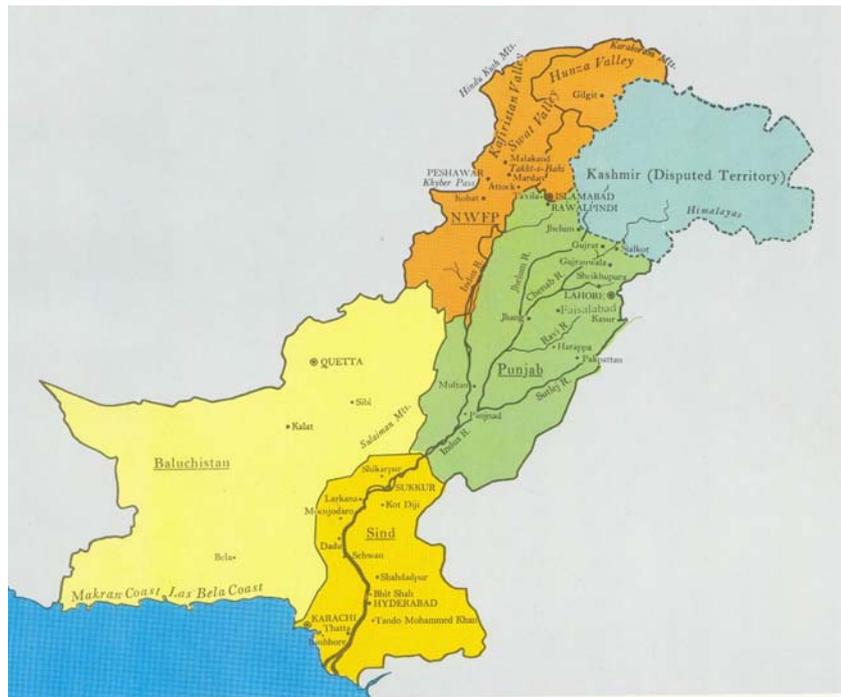


Abb. 2.4: „Map of Pakistan“ (Pakistan National Trade & Transport Facilitation Committee)
 Diese behördliche (Insel-)Karte von Pakistan lässt beim Betrachter keinen Zweifel über die nationale Souveränität und Einheit des Landes – das sich politisch seit Jahren immer wieder am Rand eines Bürgerkriegs befindet und durch innere Unruhen zerrüttet wird – aufkommen. Zusätzlich wird die zwischen Pakistan, Indien und China umstrittene Region Kaschmir, die in der Karte zwar mit dem Zusatz „Disputed Territory“ versehen ist, rein optisch als eine Provinz des Landes gezeigt und auch klar abgegrenzt. Andere Staaten finden in dieser Karte überhaupt keine Erwähnung.

Die Beanspruchung von geographischem Raum ist außerdem nicht auf staatliches Gebiet und Grenzverläufe beschränkt, sondern kann auch durch andere Entitäten wie Ethnien („Rassen“), Sprachzugehörigkeit oder Religionen erfolgen.

Eine der häufigsten, in politischer Propaganda benutzen Mittel ist das Erstellen und Aufzeigen eines Bedrohungsszenarios. Karten, die zu diesem Zweck herangezogen werden, sollen, ganz nach der Definition von Wolfgang VOLLER (1992, S. 130) als **Bedrohungskarten** bezeichnet werden. „Die (...) im Weiteren genannten Bedrohungskarten sollen dem Kartenleser eine ständige Bedrohung durch äußere Mächte [selbiges gilt meiner Meinung nach allerdings auch für innere, soziale oder terroristische Bedrohungen] signalisieren, die nicht nur militärischer Art sein müssen. (...) Bei diesem Typ von propagandistischen Darstellungsmethoden wird auf die unterbewussten Ängste des Kartennutzers gezielt.“ Das eigentliche Ziel dieser Karten ist es, den Betrachter über das Aufzeigen einer möglichen Gefahr auf zukünftige politische – oder eben auch militärische – Maßnahmen einzustimmen. Derartige Karten wurden in einem großen Umfang durch die diktatorischen Regime des 20. Jahrhunderts gebraucht, um durch ein ständiges Bedrohungsszenario von außen eigene militärische Aggressionen zu rechtfertigen. Sie finden jedoch auch nach wie vor in aktuellen Konfliktregionen, wie etwa dem Nahen Osten, Verwendung, oder dienen im Zusammenhang mit der Bedrohung durch den internationalen Terrorismus zur Argumentation der Beschneidung von bürgerlichen Rechten. Von ihrer Gestaltung her unterscheiden sich Bedrohungskarten stark voneinander, je nach Art der gezeigten Bedrohung und den Zielen des Kartenherstellers.



Abb.2.5: „Ein Kleinstaat bedroht Deutschland“ (Geopolitik XI./10, 1934)

Diese, im Zusammenhang mit der kartographischen Propaganda des Nationalsozialismus oftmals zitierte Karte ist eine klassische Bedrohungskarte. „This map shows some of the groundwork laid by the Nazis to convince the German public opinion that it was the Czechoslovak side that was responsible for the ‘threat’, indicating that the range of Czechoslovak bomber planes include most of Germany’s territory.“ (JAKOBS, *Strange Maps*) Die Karte verschweigt zudem gezielt, dass die Tschechoslowakei in den 1930igern weder über das notwendige Fluggerät, noch über einen Angriffsgrund gegenüber Deutschland verfügte.

Ein weiterer Verwendungszweck von Propagandakarten ist es, künftige oder bereits geschehene politische Aktionen zu erklären. Derartige Darstellungen werden hier unter der Bezeichnung **Rechtfertigungskarten** zusammengefasst. Sie sind in ihrer graphischen Konstruktion und in ihrem Inhalt den Bedrohungskarten mitunter sehr ähnlich, stehen jedoch bereits in direktem Zusammenhang mit der Rechtfertigung geplanter politischer Maßnahmen, die es der Bevölkerung zu erklären gilt und zielen somit, im Unterschied zu den Bedrohungskarten, nicht vorrangig auf die unterbewussten Ängste des Betrachters, sondern versuchen ein sachliches Verständnis für die geplante oder bereits getroffene politische Maßnahme zu erreichen. Anhand der folgenden Beispiele soll der Typus der Rechtfertigungskarte erläutert werden.



Abb. 2.6: „BDM Siting Locations“ (Stratfor Global Intelligence)

Diese Karte zur Positionierung des US-Raketenabwehrsystems stammt von Stratfor, einer US-amerikanischen privaten Sicherheitsagentur. Die Karte soll dem Betrachter erklären, warum

es für die USA notwendig ist, Raketenabwehrsysteme in Polen und der Tschechischen Republik zu errichten. Die Karte folgt im Wesentlichen der Bedrohungskarte, der rote Korridor zeigt potentielle Flugbahnen Iranischer Raketen in Richtung USA an. Die Bahn wurde so gelegt, dass Polen und Tschechien als Stützpunkte des Ballistic-Missile-Defense (BMI)-Systems tatsächlich sehr günstig erscheinen. Auf diese Weise soll der Leser für diese zukünftige strategische Maßnahme gewonnen werden – unabhängig davon in wie weit die Bedrohung der USA durch den Iran der Realität entspricht.

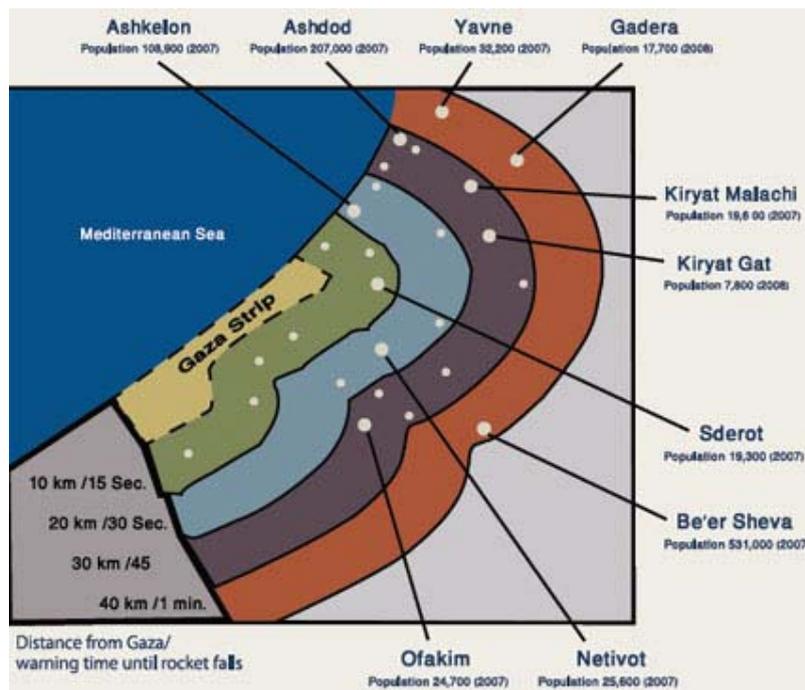


Abb. 2.7: „Israeli communities within range of rocket fire from Gaza“ (Israel Ministry of foreign Affairs, 27.12.2008)

Diese Karte findet sich auf der Website des israelischen Außenministeriums direkt im Zusammenhang mit der Militäroperation „Gegossenes Blei (Cast Lead)“ die von Ende Dezember 2008 bis Jänner 2009 gegen die radikalislamische Palästinenserorganisation Hamas im Gazastreifen geführt wurde. Die Karte zeigt die Reichweite der Raketen der Hamas, die vom Raketenbeschuss bedrohten israelischen Siedlungen und die Vorwarnzeit für die Einwohner vor Raketenbeschuss. Die Publikation der Karte diente vorrangig dazu, die Militäroperation vor der israelischen, wie auch internationalen Öffentlichkeit zu rechtfertigen.

Ein weiteres Ziel der Verwendung von Karten als Propagandamedium kann die gezielte sachliche oder geographische Desinformation des Betrachters sein. Derartige Karten, die

gezielt Falschinformationen vermitteln, fallen unter die Gruppe der **Täuschungskarten**. Verfälschungen von geographischen Gegebenheiten dienten ursprünglich vor allem der Desinformation eines militärischen Gegners. „A good defense establishment knows how to guard its maps and their geographic details and yet at times to leak false information the enemy might think is true.“ (MONMONIER, 1998, S.113) Besonders die sowjetischen Nationalatlanten zwischen den 1930igern und den 1970igern zeichneten sich durch eine geographische Verschiebung von strategisch wichtigen Orten in Karten mit großen und mittelgroßen Maßstäben aus. Derartige geographische Verfälschung findet sich jedoch bis heute. So sind die in Google Maps integrierten Straßenkarten im griechisch-türkischen Grenzgebiet nahe Edirne stark verfälscht und ungenau wiedergeben, wie folgende Karte zeigen soll. (dazu vgl. BOJANOWSKI, 2008, S.15)



Abb. 2.8: Google Maps nahe Edirne

Hier im griechisch-türkischen Grenzgebiet scheinen die wichtigsten Verkehrsrouten zwar auf, jedoch werden die meisten kleineren Straßen gezielt unterschlagen. Teilweise sind Ortschaften im Luftbild erkennbar, die in der Karte überhaupt nicht aufscheinen. Derartige gezielte Täuschung soll im Kriegsfall den Gegner geographisch verwirren.

3. Die kartographische Kommunikation und ihre propagandistische Verwendung

Bevor in dieser Arbeit konkret auf die gestalterischen Methodiken der Propagandakartographie eingegangen werden kann, ist es notwendig, die grundlegenden kommunikatorischen Funktionsweisen von Karten im Allgemeinen und in weiterer Folge von propagandistischen Karten im Speziellen zu erklären und zu analysieren. In diesem Zusammenhang sollen hier die wichtigsten wissenschaftlichen Theorien der Kartenwahrnehmung, wie die Kommunikations-, Informations- und Zeichentheorie, analysiert und auf die Semiotik der Kartographie als Zeichensystem eingegangen werden.

Grundlagen der kartographischen Kommunikation und Information

„Kommunikation dient der Informationsübertragung; ihre Wirkung besteht in dem Einfluss, den die empfangene Information auf den Kommunikator ausübt.“ (HAKE et al, 2002, S. 8)

Das Betrachten einer Karte ist eine Informationsübertragung, in der räumliche Information von einem Sender mittels eines Mediums an einen Empfänger übermittelt wird. In der Kartographie ist der Sender der Kartograph, das Medium die Karte und der Empfänger der Kartenbetrachter. Während in sprachlicher Kommunikation in den meisten Fällen ein dialogisierender, wechselseitiger Informationsaustausch stattfindet, spielt sich die kartographische Kommunikation im überwiegenden Fall, vor allem im Bezug auf klassische analoge Karten, einseitig, nach Sender-Empfänger-Prinzip ab. (STEINBUCH, 1973, S. 129-136)

So findet die Informationsübertragung nur vom Kartographen hin zum Kartenbetrachter statt, während ersterer nur über Umwege einen Respons auf die via Karte ausgesandte Nachricht erhält. So ist es dem Kartenbetrachter etwa nicht möglich, den Informationssender nach der Richtigkeit der von ihm visualisierten Daten zu fragen, oder sich über Unklarheiten in der Darstellung direkt im Kommunikationsprozess zu informieren. Durch die somit vorwiegend einseitig und im weitesten Sinn hierarchisch, von einem „Fachmann“ oder einer übergeordneten Instanz zu einem mehr oder weniger Unwissenden, ablaufende Kommunikationsstruktur eignet sich eine Karte in besonderem Maß zur Verbreitung von Propaganda.

Der Informationsgewinn ist generell das Ergebnis eines Kommunikationsprozesses. Gleichzeitig bildet Information auch das Fundament aller Funktionen der Kommunikation an sich. (VOLLER, 1992, S. 19) Die Informationstheorie, die in den 1940er und 50er Jahren vor allem von Claude Elwood SHANNON (1948) und Warren WEAVER (1949, The Mathematical Theory of Information) entwickelt wurde, liefert grundlegende Überlegungen zur Datenübertragung, die vor allem mathematisch-physikalische Prozesse einer einseitigen Informationsübertragung beschreiben, wie sie in der Nachrichtentechnik angewendet werden. Interessant ist hierbei die Tatsache, dass Shannon und Weaver während des Zweiten Weltkriegs in der Propagandaabteilung der amerikanischen Armee tätig waren, worin sich bereits die enge Verbindung zwischen Information und gezielter Desinformation zeigt. (VOLLER, 1992, S. 19)

Die in der kartographischen Informationstheorie dargelegte Funktionsweise einer Informationsweitergabe erfolgt zunächst durch die Codierung von Informationsinhalten in ein spezifisches – in der Kartographie, graphisches – Zeichensystem. Dieses wird über einen Kommunikationskanal an den Empfänger übermittelt – im Fall der Kartographie ist dieser Kanal die Karte in ihrer jeweiligen, analogen oder digitalen, Form. Der Empfänger entschlüsselt die wahrgenommenen Zeichen und setzt sie wiederum zur – im Idealfall mit der Ausgangsinformation identischen – Nachricht zusammen. Die vollständige Weitergabe einer Nachricht ist jedoch in Realität kaum möglich, da die Wahrnehmung einerseits durch äußere Störquellen beeinflusst wird, und andererseits der Empfänger im Normalfall nicht über den gleichen Wissenstand wie der Sender verfügt.

Grundlegend lässt sich daraus schließen, dass in der Kartographie demnach immer Informationen in einer verschlüsselten Weise als Zeichen übertragen werden. „Zeichen oder Zeichenfolgen lassen sich demnach auch als Realisation von Informationsinhalten auffassen.“ (HAKE et al., 2002, S. 9) In der Kartographie erfolgt die Informationsvermittlung in der Regel über graphische Mittel und Zeichen, in anderen Kommunikationsarten sind jedoch auch nicht optische Zeichensysteme wie Gerüche, Laute oder Taktilität Möglichkeiten der Nachrichtenvermittlung.

Kartosemiotik

Grundlegend für jede Kommunikation ist das Vorhandensein eines gemeinsamen Verständigungssystems. So muss der Empfänger die vom Sender ausgehenden Zeichen und Signale erkennen, verstehen und richtig zu deuten wissen um die Information wahrzunehmen. Während in sprachlicher Kommunikation die Sprache das wesentliche Verständigungselement darstellt, dient in der Karte das bildliche Zeichen als Grundlage. Das Zeichen ist wiederum als Code für ein Phänomen zu verstehen, das vom Sender zuvor wahrgenommen und sprachlich identifiziert wurde. (allgemein dazu: BERTIN, 1974 und MacEACHREN, 2004)

Diese visualisierten Phänomene werden in der Kartographie als „Objekte“ bezeichnet. Objekte sind sowohl konkrete Gegenstände, wie etwa topographische Gebilde der Umwelt, die auch sinnlich wahrgenommen und abgegrenzt werden können, wie auch abstrakte Sachverhalte, die immanente Merkmale von Objekten und deren Beziehungen zueinander beschreiben. (HAKE et al., 2002, S. 14)

Im Unterschied zur sprachlichen Informationsübertragung, bei dem das Wahrgenommene in eine sprachliche Codierung überführt wird, entsteht hier in der Karte mit dem bildlichen Zeichen als Code für sprachlich identifizierbare Phänomene eine weitere Abstraktionsebene. So muss beim kartographischen Erfassungsvorgang ein räumliches Objekt zuerst identifiziert, in eine sprachliche Form übersetzt und in ein Zeichen übertragen werden. Beim Lesen einer Karte durch den Betrachter spielt sich dieser Vorgang in umgekehrter Reihenfolge wieder ab, das Zeichen muss in eine sprachliche Form umgewandelt werden und wird in ein (mentales) Bild des Objekts überführt. Wichtig ist jedoch hierbei festzuhalten, dass das Bild des Objekts, das beim Betrachter rein durch die Betrachtung der Karte entsteht, sich nicht mit dem realen Objekt decken kann.

Kommunikation kann also auch als eine Folge von Codierung und Decodierung aufgefasst werden. Durch diese Art des Kommunikationsvorgangs geht demnach IMMER Information vom Sender zum Empfänger verloren, da codierte Information nicht verlustfrei decodiert werden kann.

Ein Zeichen verfügt über drei grundlegende Dimensionen, einer syntaktischen, einer semantischen und einer pragmatischen Ebene. (nach HAKE et al, 2002, S. 10) Die syntaktische Dimension bezieht sich auf die formale Bindung der Zeichen zueinander. Eine syntaktische Korrektheit entsteht dadurch, dass ein Zeichen eindeutig identifizierbar ist und

von anderen Zeichen deutlich unterschieden werden kann. Die semantische Dimension beschreibt die Beziehung zwischen dem Zeichen und dem durch das Zeichen dargestellten Objekt. Über sie soll eine möglichst fehlerfreie Decodierung des graphischen Zeichens beim Betrachter gewährleistet, und so dafür gesorgt werden, dass die decodierte Information möglichst der vom Sender ausgehenden entspricht. Die pragmatische Dimension beschreibt wiederum die Verhaltensänderung beim Betrachter durch das, mittels des Zeichens, wahrgenommene Objekt.

Unter Berücksichtigung der Besonderheiten von kartographischen Zeichen lassen sich drei verschiedene Ebenen eines Zeichens feststellen. (NÖTH, 2000) So wird zwischen dem Objekt, dem Zeichenträger und dem Interpretanten unterschieden, wobei das Objekt das in der Natur wahrgenommene, durch das Zeichen wiedergegebene Phänomen ist, der Zeichenträger die eigentliche, in der Karte wiedergegebene Symbolisation des Objekts ist, und der Interpretant die kognitive Vorstellung des Objekts beim Betrachter des Zeichens ist. So muss dem Betrachter durch das Zeichen eine Vorstellung von dem realen Objekt vermittelt werden, die jedoch – ohne Vorwissen, oder zusätzliche Betrachtung des Objekts außerhalb der Karte – immer von der Realität abweichen wird. So wird ein Kartenbetrachter zum Beispiel ein in der Karte dargestelltes Haus auf Grund des Zeichensystems als solches identifizieren können, jedoch wird sein kognitives Bild des Hauses von dem tatsächlich existierenden Haus in der Natur abweichen.

Grundlegend finden sich zur Kartographie als Zeichensystem folgende Merkmale (folgendes nach HAKE et al., 2002, S. 11 f.): Die kartographische Informationsübertragung erfolgt über die Verwendung von graphischen Zeichen, reale Objekte werden über Zeichen symbolisiert und visualisiert. Die verwendeten Zeichen sind geometrisch gebunden, da sie Informationen über den Raumbezug eines Objekts und auch dessen Nachbarschaftsbeziehungen wiedergeben sollen. Die Zeichen können durch gestalterische und graphische Variation in ein Ordnungssystem übertragen werden. Zeichen haben eine festgelegte Bedeutung, so dass jede Objektklasse durch ein anderes Zeichen repräsentiert wird. Über Objektklassifikation werden Objekten und Objektmerkmalen Zeichen zugewiesen. Als gleich definierte Objekte werden durch das gleiche graphische Zeichen symbolisiert, wobei durch graphische Variation die Quantität und mitunter auch die Qualität in unterschiedlichem Maß dargestellt werden kann.

Wissensunterschiede und Objektivität kartographischer Informationen

Neben der Annahme eines gemeinsamen Zeichensystems ist für die kartographische Kommunikation ein „relativ angeglichenen Erfahrungs- und Wissenshorizont“ (VOLLER, 1992, S. 16) zwischen Kartenzeichner und -betrachter als Prämisse vorzusetzen, um einen ungestörten Informationsaustausch zu ermöglichen.

So muss davon ausgegangen werden, dass der Betrachter einer Karte, sofern sich die kartographische Kommunikation nicht in Fachkreisen abspielt, nicht über den gleichen Wissenstand über Karten und ihre Gestaltungsmöglichkeiten besitzt wie ihr Zeichner.

Neben der technischen Fähigkeit, eine Karte richtig zu deuten, ist ein gewisses inhaltliches Verständnis der in der Karte dargestellten Thematik für einen ungestörten Kommunikationsprozess unabdingbar. Je fachspezifischer eine Karte ist, umso geringer wird der Kreis an Betrachtern, die den Inhalt richtig zu deuten wissen. So sind für einen Betrachter etwa geologische Karten ohne eine gewisse geologische Vorbildung nur unter sehr großem Aufwand richtig zu interpretieren.

Eine Karte, die gezielt versucht, die öffentliche Meinung zu einer bestimmten Thematik zu beeinflussen, wird versuchen, einen möglichst breiten Personenkreis anzusprechen und demnach eine möglichst einfache Sprache verwenden.

Ein weiterer für diese Arbeit wesentlicher theoretischer Punkt ist die Frage nach der Objektivität kartographischer Information und Karten im Allgemeinen. Unter Objektivität wird allgemein die Unabhängigkeit einer Beschreibung eines Sachverhalts vom Beobachter verstanden. Allein durch die subjektive Meinungsbildung des Beschreibers wird eine strenge Objektivität unmöglich. „Die Objektivität ist eine abstrakte Wunschkategorie. Sie ist in der Realität nicht realisierbar, es sei denn, man relativiert den Objektivitätsbegriff.“ (BAUER, 1979, S. 97)

Kartographische Darstellungen sind von einer subjektiven Auswahl durch den Kartographen (bzw. durch bestimmte Vorstellungen des Verlags oder des Kartenauftraggebers) bedingt und werden immer die subjektive Meinung der Informationssender widerspiegeln. Annähernde Objektivität ist demnach nur durch Selbstreflexion der Kartenhersteller und der dezidierten Zielstellung der Produktion einer objektiven Karte möglich. Folgt man diesen Überlegungen, und der oben anstellten Annahme, dass die kartographische Kommunikation – von einem wissenden Fachmann zu einem mehr oder weniger unwissenden Betrachter – hierarchisch

verläuft, so ist die Wahrung von Objektivität in der Kartographie nur durch die Nachweisbarkeit der dargestellten Sachverhalte, die Quellenangaben und die Offenlegung der Darstellungsformen zu gewährleisten. So müsste dem Kartenbetrachter offenbart werden, warum ein bestimmter Sachverhalt in einer spezifischen Art und Weise kartographisch visualisiert wird um eine gleiche Informationsbasis zu gewährleisten. Nur auf diese Weise wäre die Informationsvermittlung in einer Karte auf demokratischer Basis, unter der Überwindung einer hierarchischen Schichtung zwischen Kartenproduzenten und Benutzern möglich. Dies würde jedoch erfordern, den gesamten Produktionsvorgang einer Karte offen zu legen, Gründe für Selektion und Gestaltung der visualisierten Inhalte anzugeben, sowie vordringlich die generellen Motivationen und Ziele, die mit der Erzeugung Karte verfolgt werden, dem Kartenbetrachter zu vermitteln. Eine solche Demokratisierung der kartographischen Kommunikation wäre vordringlich für Karten zu politisch und sozial relevanten Themen von Bedeutung. In der Praxis ist diese völlige Offenlegung aller Hintergründe, die zur spezifischen Karte geführt haben, sowie die Offenlegung aller hinter einer Karte stehenden Daten jedoch kaum möglich, da zu jeder Karte wohl ein umfangreiches Verzeichnis sowie Erläuterungen notwendig wäre.

Derartige Überlegungen spielen bei Karten, die gezielt dazu verwendet werden sollen, die Meinungsbildung zu beeinflussen, naturgemäß keine Rolle.

II. METHODIKEN DER WERBE- UND PROPAGANDAKARTOGRAPHIE

4. Verfälschung als Propagandamittel

Räumliche Falschdarstellung

Die einfachste Methode, über eine Karte Propaganda und Werbung für oder gegen eine bestimmte Sache zu betreiben, ist die gezielte Falschdarstellung. Man bedient sich hierbei keiner weiteren kartographischen Methode als der falschen Attributierung des Raumes. Der Propagandaeffekt dieser Karten besteht somit nicht durch graphische Suggestion sondern durch reine faktische (Ver)fälschung.

Wie bereits oben am Beispiel Pakistans erwähnt, neigen vor allem politische Karten, in denen die Souveränität eines Landes, oder der Anspruch auf bestimmte Gebiete dargestellt werden soll, zu räumlichen Ungenauigkeiten. Hierbei werden schlichtweg Regionen außerhalb des eigenen Territoriums, oder solche, die zumindest nicht unter unmittelbarer Kontrolle stehen, dem Land zugeschlagen und der Besitz daran über die Grenzziehung und/oder eine einheitliche Flächenfarbe bestätigt. Diese Art der kartographischen Verfälschung wird auch bei unklaren Grenzverläufen angewendet. Die falsche Einzeichnung von Flussläufen und anderen geographischen Gegebenheiten kann mitunter in Grenzstreitigkeiten ebenfalls von großer Bedeutung sein.



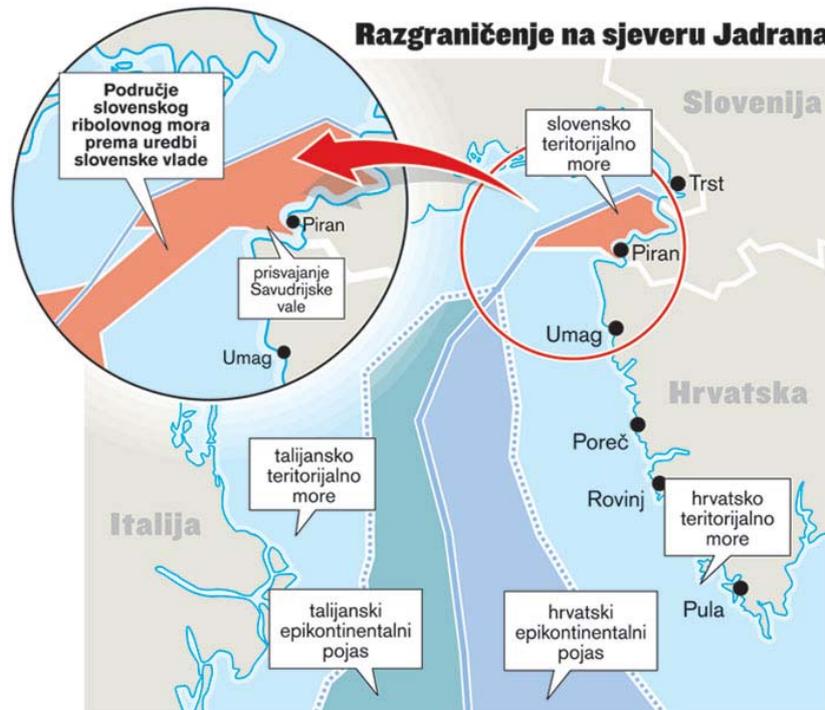
Abb.4.1: „Republic of Slovenia Map“



Abb.4.2: „Slowenien“

Diese (vermutlich slowenischen) Karten lösen den Streit mit Kroatien um den Zugang Sloweniens zu internationalen Gewässern in der Adria auf unterschiedlichen Weg. Während die linke Karte die Küste der ganzen umstrittenen Bucht von Piran beansprucht – und dabei

auch den kroatischen Teil der Bucht als slowenisches Territorium verzeichnet – zeichnet die rechte Karte die beanspruchten Seegebiete mit einer deutlichen schwarzen Grenzlinie als zu Slowenien zugehörig ein. Die folgende Karte (Abb.4.3) stellt den kroatischen Gegenentwurf zu den slowenischen Karten dar. Die Bucht von Piran wird klar in der Mitte geteilt und über die Verwendung von Rot als Farbe der beanspruchten Gebiete und durch einen Pfeil soll Slowenien als Aggressor dargestellt werden.



Wie bereits oben erwähnt, finden gerade in militärisch brisanten Gebieten geographische Verfälschungen in Karten statt. Derartige Verfälschung aus Gründen der Geheimhaltung von geographischen Situationen wurden bereits sehr früh in Seekarten der Kolonialmächte betrieben, indem wesentliche Informationen über Küstenverläufe und Meeresströmungen nur in sogenannten „Geheimkarten“ festgehalten wurden. Auch hier kam es bereits in für eine breitere Öffentlichkeit bestimmten Karten neben der Unterschlagung auch zu gezielter Falschdarstellung von Informationen im Kartenbild.

In der Verfälschung von geographischen Informationen hat sich in der neueren Kartographie besonders die Sowjetunion hervorgetan. So wurden vor allem ab den 1930er Jahren in mittelmaßstäbigen Karten und Nationalatlanten, die auch dem politischen Feind zugänglich waren, strategisch wichtige Punkte falsch eingezeichnet. „In den späten dreißiger Jahren, nachdem die sowjetische Geheimpolizei die Kontrolle über die Herstellung der Landkarten übernommen hatte, begannen die kartographischen Behörden, die geographische Lage und

Form von Dörfern, Küstenlinien, Flüssen, Straßen, Eisenbahnen, Gebäuden, Grenzen und anderen geographischen Merkmalen in den für den öffentlichen Verkauf bestimmten Karten und Atlanten bewusst zu verfälschen.“ (MONMONIER, 1998, S. 158)

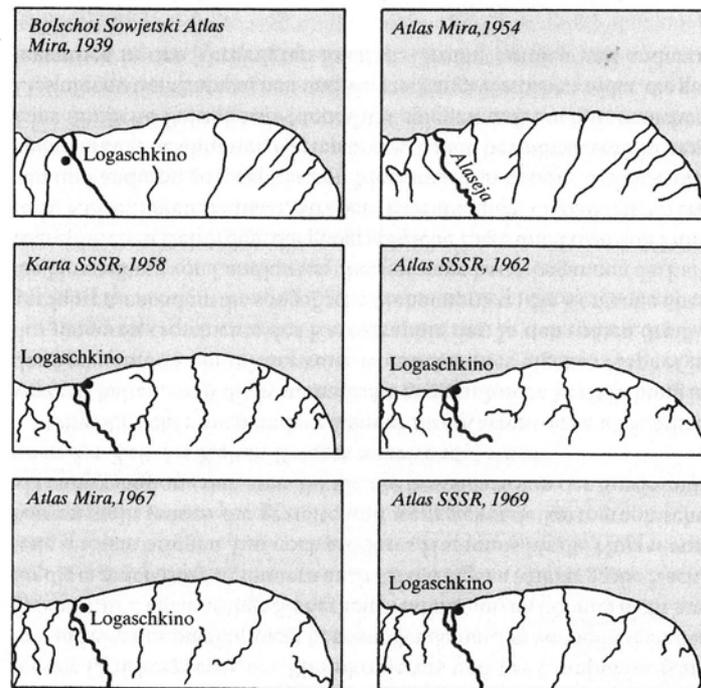


Abb. 4.4: „Die Lage der Stadt Logaschkino und des Flusses Alaseja in verschiedenen sowjetischen Karten zwischen 1939 und 1969“ (aus MONMONIER, 1998, S. 160)

Während Logaschkino 1939 am linken Flussufer im Landesinneren liegt, wandert die Stadt bis 1969 nach Nordosten ans Meer. Ebenso verändert sich der Verlauf des Flusses und des Deltas ständig – wohl nicht nur auf Grund der natürlichen Wanderung des Flussbetts durch Erosion.

In der Werbekartographie werden mitunter in ansonsten weitgehend topographisch genauen Karten die für das beworbene Produkt wichtigen Anfahrtsinformationen derart verkürzt generalisiert wiedergegeben, so dass man bereits von räumlicher Verfälschung sprechen muss.

Außerdem können durch falsche geographische Information auch mehr oder weniger ideologische Konflikte ausgetragen werden. Das geht soweit, dass in Fremdenverkehrskarten selbst die Höhe von Bergen falsch angegeben wird, um einer Region ein höheres Prestige zu geben. So wird beispielsweise in der Panoramakarte des Skigebiets Dachstein West in Oberösterreich der Hohe Dachstein mit einer Höhe von 3004 Metern versehen. Auf diese Weise soll der Berg neben dem Skigebiet auch der oberösterreichischen Tradition, den Berg

als (einzigen oberösterreichischen) Dreitausender zu führen, gerecht werden. Dass die tatsächliche, amtlich bestätigte Gipfelhöhe mit 2995,01 Metern über dem adriatischen Meer knapp darunter, und auf steirischem Hoheitsgebiet liegt, wird dezent verschwiegen. (dazu: WIROBAL)

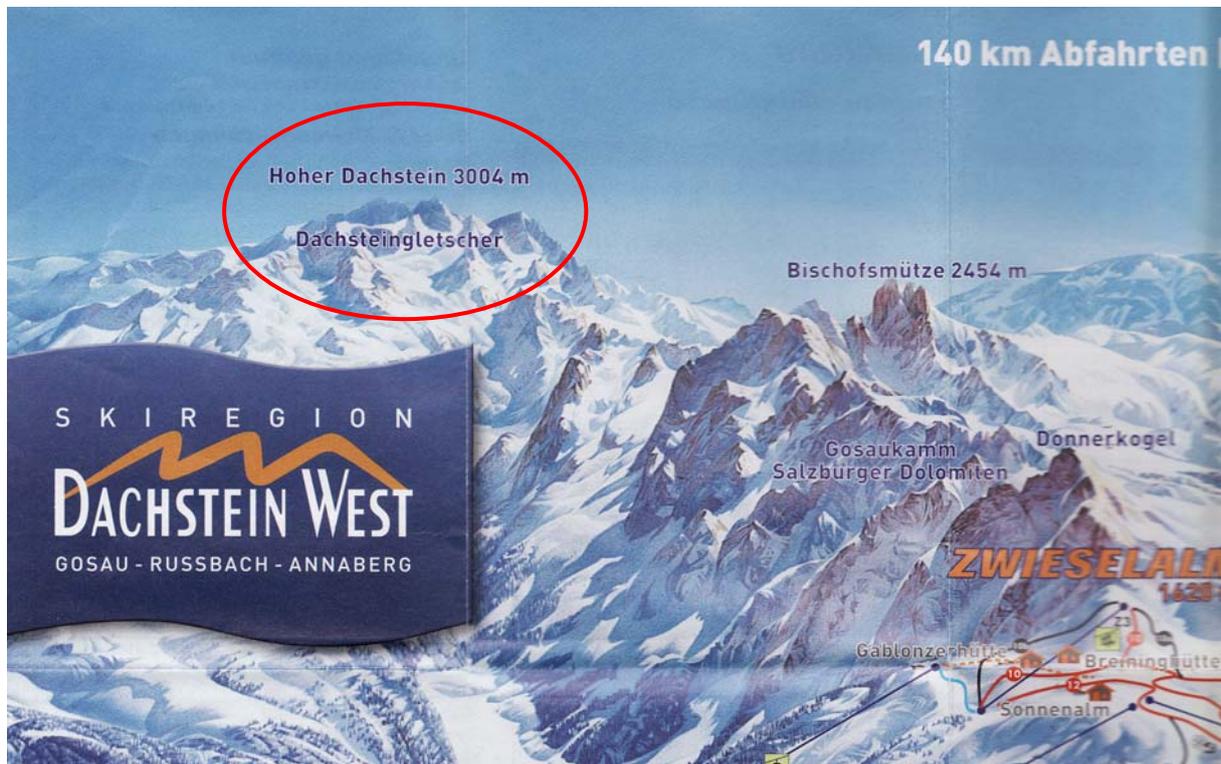


Abb.4.5: „Skiregion Dachstein West. Gosau – Russbach – Annaberg“ (Winter 2008/09)

Statistische Verfälschungsmethoden in der Kartographie

Im Unterschied zur oben angeführten Verfälschung in Karten, die im Wesentlichen falsche Behauptungen über den Raum und dessen Verteilung aufstellen, basieren statistische Methoden auf tatsächlich erhobenen – im Regelfall quantitativen – Daten. Die gängige Methode, statistische Verteilungen im Raum zu visualisieren, sind Flächenkartogramme oder Chloropletenkarten. Hierbei wird ein Merkmal nach der Häufigkeit seines Auftretens in räumlichen Gebietseinheiten, wie Staaten, Bundesländern oder Bezirken über eine unterschiedliche Farbabstufung wiedergegeben. Neben der weiter unten beschriebenen Möglichkeit, durch die Farbgebung dem Flächenkartogramm eine suggestive Wirkung zu verleihen, bietet sich vor allem durch die Bildung von Grenzwerten und Kategorien an, einer Karte eine bestimmte Aussage zu verleihen. (MONMONIER, 1998, S. 66) Die Gliederung des Datenmaterials in Wertgruppen kann nach verschiedenen Methoden erfolgen, entweder nach mathematischen Regeln wie etwa die Bildung von äquidistanten Intervallen, oder nach subjektiven bzw. für das Datenmaterial bedeutenden Grenzzahlen.

So können verschiedene Kategorisierungen zu völlig verschiedenen Interpretationen ein und des selben Sachverhalts führen, wie die beiden unten angeführten Beispiele demonstrieren sollen.

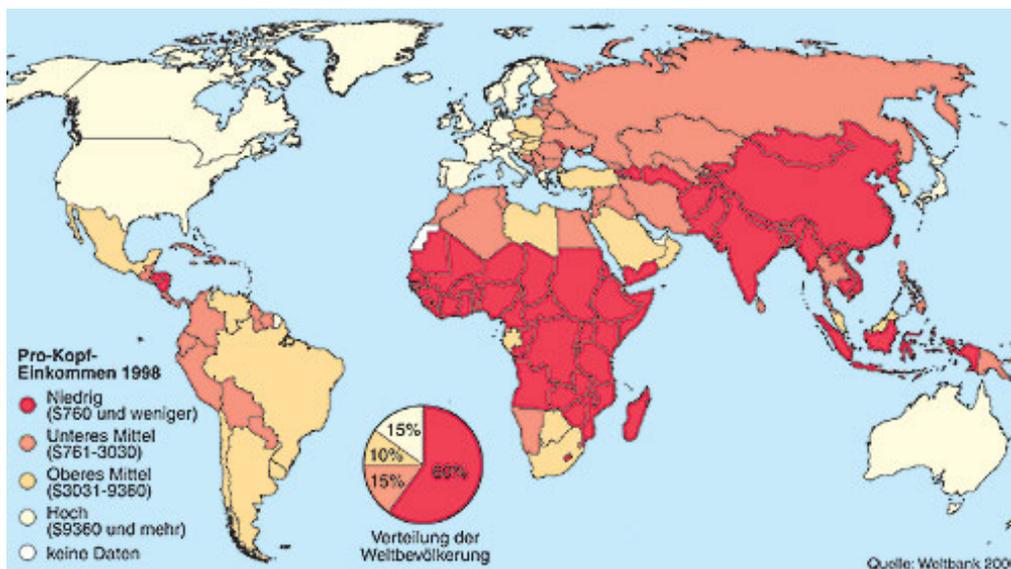


Abb.4.6: (A) „Globale Armut. Pro-Kopf-Einkommen 1998“

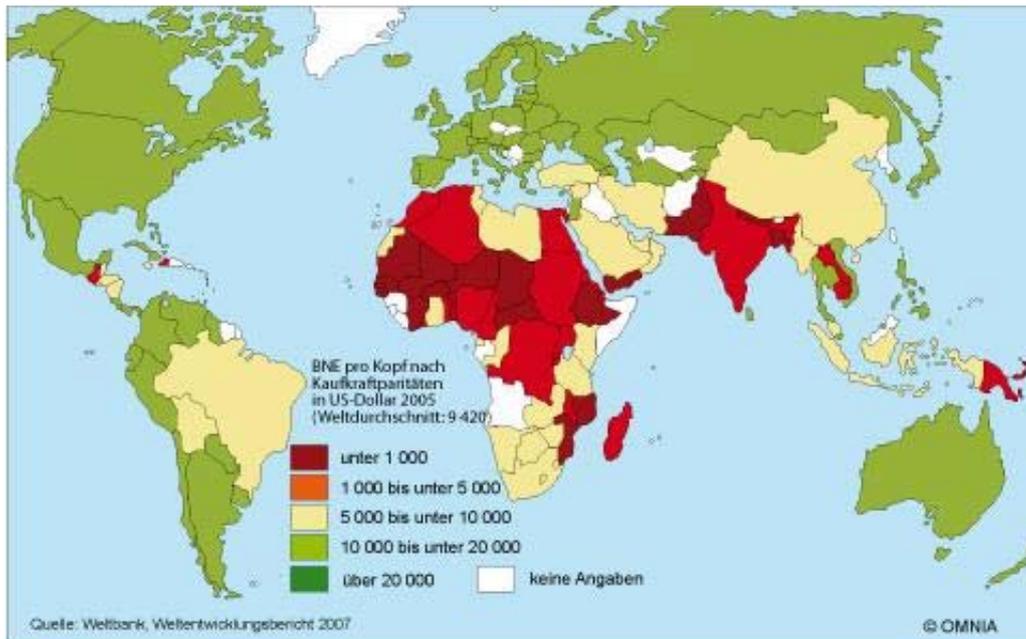


Abb.4.7: (B) „Weltkarte Bruttonationaleinkommen pro Kopf 2005“

Die beiden hier gegenübergestellten Karten sollen beide die finanzielle (Ungleich)verteilung in der Welt darstellen, wobei beide Karten das statistische Material der Weltbank als Datenquelle verwenden. Karte A intendiert bereits im Titel über das Pro-Kopf-Einkommen die globale Armut darzustellen, während Karte B über die Darstellung des Bruttonationalprodukts vorrangig auf keine augenscheinlichen ideologischen Ziele abzielt. Auffällig ist die unterschiedliche Kategorisierung des – miteinander eng verwandten – statistischen Datenmaterials. Während Karte B die fünf statistischen Grenzwerte über gerade Tausender-Zahlen trennt, werden die vier Kategorien in Karte A ohne erkennbare Methode abgegrenzt. Diese unterschiedliche Abgrenzung bewirkt, dass beispielsweise China in Karte A der ärmsten Weltregion zugeordnet wird, während es in Karte B im Mittelfeld liegt. Durch die Visualisierung, einerseits einfarbig von weiß nach rot, andererseits grün-gelb-rot entsteht zusätzlich ein völlig unterschiedlicher Eindruck beim Betrachter der Karte. Der Eindruck von Karte A ist, dass die Armut in der Welt bis auf Westeuropa und Nordamerika alle Länder stark betrifft, während Karte B mehr ein Bild einer Welt erzeugt, in der die Wohlstandsverteilung fast Normalverteilt erscheint und Armut lediglich auf Sahara- und Zentralafrika sowie Südasien beschränkt ist.

Eine weitere Methode einer statistischen Verfälschung ist die Unterschlagung von für die Interpretation einer Karte notwendigen Daten. So werden in einigen statistischen Karten lediglich über Bezeichnungen wie niedrig – mittel – hoch Kategorien voneinander abgegrenzt, ohne hierzu entsprechende Hintergrundinformationen den diesen Gruppenbildungen

zugrundeliegenden statistischen Datenmaterialien anzugeben. Dies kann neben den dargestellten Daten ebenfalls auf die Unterschlagung ihrer zeitlichen Dimension umgelegt werden. Als Beispiel für eine derartige, über die Nichtangabe von statistischen Hintergrundmaterial suggestiv arbeitende Karte, bietet sich folgende Abbildung zum Thema „Verbreitungsgebiet der Aleviten in der Türkei“ an.



Abb. 4.8: „Verbreitung der Aleviten in der Türkei“

Diese Karte verwendet die einfachste Methode eines Kartogramms mit der Untergliederung in nur zwei Gruppen – Aleviten und Nicht-Aleviten. Ein thematisch wenig bewandelter Betrachter könnte davon ausgehen, dass alle in gelb gehaltenen Gebiete ausschließlich von Anhängern des Alevitischen Islam bewohnt werden. Darunter würden neben der bevölkerungsreichen Mittelmeerküste auch Großstädte wie Istanbul, Izmir und Antalya fallen. Tatsächlich beträgt der Anteil der Aleviten in der Türkei zwischen 15 und 30% und die in gelb gehaltenen Gebiete repräsentieren lediglich eine höhere Verbreitung als im übrigen Land.

Neben der Festlegung von Grenzwerten und Kategorien ist auch die Bildung von räumlichen Gebietseinheiten ein Möglichkeit der statistischen Verfälschung. Für eine statistische Auswertung eines Sachverhalts ist die Bildung von räumlich möglichst homogenen Gruppierungen sinnvoll. „Die räumliche Zusammenfassung kann erstaunliche Auswirkungen auf die dargestellten Verhältniszahlen haben“ (MONMONIER, 1998, S. 195) Administrative Einheiten, die so gut wie jeder statistischen Karte zugrunde liegen, sind in den meisten Fällen keine nach dem zu untersuchenden Sachkriterium homogen gegliederten Gebiete. So würden beispielsweise in einer Karte zum Thema „Wirtschaftsleistung Österreichs“ mit räumlichen Bezugseinheit auf Bundesländer- oder Bezirksbasis sowohl arme wie reiche Gemeinden nach ihrer administrativen Zugehörigkeit räumlich aggregiert und zu

einem Einheitswert zusammengefasst. Auf diese Weise können durch räumliche Gruppenbildungen tatsächliche räumliche Trends in der statistischen Merkmalsverteilung unterdrückt, oder subjektiv gefärbt werden.

Generalisierung

Wie bereits erläutert ist die Generalisierung von geographischen Phänomenen in der Kartographie eine zwingende Notwendigkeit. Keine Karte kann die Wirklichkeit in all ihren Facetten abbilden, so dass es für einen Kartographen notwendig ist wesentliche Elemente der Realität erster Ordnung zu selektieren und im Kartenbild vereinfachend – also generalisiert – wiederzugeben. Dieser Vorgang ist immanent notwendig um die Lesbarkeit der Karte zu gewährleisten. Gleichzeitig werden durch gute Generalisierung die Nachteile, die eine Maßstabsverkleinerung mit sich bringt, gemildert. (IMHOF, 1972, S. 217) „Eine gute Karte beschönigt oder verschweigt die Wahrheit, um es dem Kartenbenutzer zu erleichtern, das Wichtige zu erkennen“ (MONMONIER, 1998, S. 45). „Das Wichtige ist hervorzuheben und das Unwesentliche zu unterdrücken“ (TÖPFER, 1966).

Der Vorgang der Generalisierung ist immer vom gewünschten Produkt abhängig. So werden topographische Karten, deren primärer Zweck die Wiedergabe geographischer Gegebenheiten der Erdoberfläche ist, immer mit besonderer Berücksichtigung topographischer Gegebenheiten generalisiert. Die Generalisierung erfolgt im Wesentlichen auf einer rein graphischen Basis. Ziel ist es, aus der Fülle an physisch-geographischen Objekten die für den Kartenleser wesentlichen graphisch hervorzuheben. Zwar kommt es ebenfalls zu einer inhaltlichen Selektion der dargestellten Objekte, diese ist jedoch vorrangig durch darstellerische Notwendigkeit und – damit verbunden – durch die graphischen Minimaldimensionen begründet.

Im Fall von thematischen Karten – wie es die meisten Werbe- und Propagandakarten sind – verhält es sich mit der Generalisierung etwas differenzierter, aus dem einfachen Grund, dass die dargestellten Inhalte vielfältiger und komplexer sind. Während für die durch Maßstabsverkleinerung notwendige Generalisierung in topographischen Karten, mathematische Modelle (wie etwa das „Wurzelgesetz der Generalisierung“ von TÖPFER, 1962) herangezogen werden können, sind derartige Gesetzmäßigkeiten für thematische nicht auszumachen. Während in der topographischen Kartographie die Generalisierung vorrangig graphisch determiniert ist, kommt in der thematischen Karte eine – fast überall – notwendige Generalisierung der dargestellten Inhalte zum Tragen.

Aus diesem Grund ist die Generalisierung in der Kartographie ein häufig genutzter Ansatzpunkt für die manipulative Verwendung von Karten. So kann durch eine gezielt

eingesetzte Generalisierung der Karteninhalt verfälscht oder einseitig dargestellt werden, so dass dem Betrachter eine gewünschte Information suggeriert wird.

Bevor näher auf propagandistische Generalisierung in der Kartographie eingegangen wird, soll hier ein Überblick über die theoretischen und praktischen Ansätze der kartographischen Generalisierung generell gegeben werden.

Theoretische Generalisierungsansätze

In der Generalisierung für thematische Karten haben sich zwei theoretische Ansätze etabliert.

„Im objektorientierten Ansatz, den etwa HAKE et al. (2002) verfolgen, ist das Objektmerkmal der Ausgangspunkt, für den die Gestaltungsmittel gesucht werden, die zu seiner themakartographischen Modellierung geeignet sind. Es gibt sachliche (qualitativ – quantitativ), räumliche (diskret – kontinuierlich) und räumliche (statisch – dynamisch) Objektmerkmale.

Der methodisch orientierte Ansatz, dem u. a. IMHOF (1973) und ARNBERGER (1993) nachgehen, kennt als Ausgangspunkt die kartographischen Gestaltungsmöglichkeiten, die für das jeweilige themakartographische Modell zur Verfügung stehen. Das Resultat sind unterschiedliche Gefügetypen, die den thematischen Karten zugrunde liegen können.“ (HIEBL, 2005, S. 2)

Nach Eduard IMHOF (1972, S. 217) unterscheidet man in der kartographischen Generalisierung bei thematischen Karten zwischen einem begrifflichen und einem graphischen Vorgang. So ist es in der thematischen Kartographie, wie oben beschrieben, notwendig neben den topographischen Elementen auch die dargestellten inhaltlichen Objekte begrifflich und nach Sachkriterien zu generalisieren um ihre Darstellbarkeit zu gewährleisten (mehr dazu s.u.). Die zweite Generalisierungsstufe nach Imhof ist eine graphische Vereinfachung von in der Karte dargestellten Objekten mit grundrisslichem Charakter. Derartige Generalisierung ist primär in topographischen Karten notwendig, da hier ein besonders dichtes Gefüge an Objekten auf „grundrisslicher Art“ (IMHOF, 1972, S. 221) besteht. Unter einem Element mit grundrisslichen Charakter wird jedes geographische Objekt verstanden, das in einer Karte eine Abgrenzung besitzt. Demnach zählen Signaturen und Diagramme nicht zu derartigen Figuren, sehr wohl aber abstrakte (humangeographische oder

soziologische) Phänomene, die eine gewisse Ausdehnung und Verbreitung im geographischen Raum besitzen. Aus diesem Grund ist eine graphische Generalisierung auch bei thematischen Karten – die wie bereits erwähnt, im Bereich der Propagandakarten die mit Abstand größere Gruppe darstellen – ebenso notwendig, wie bei topographischen Kartenwerken.

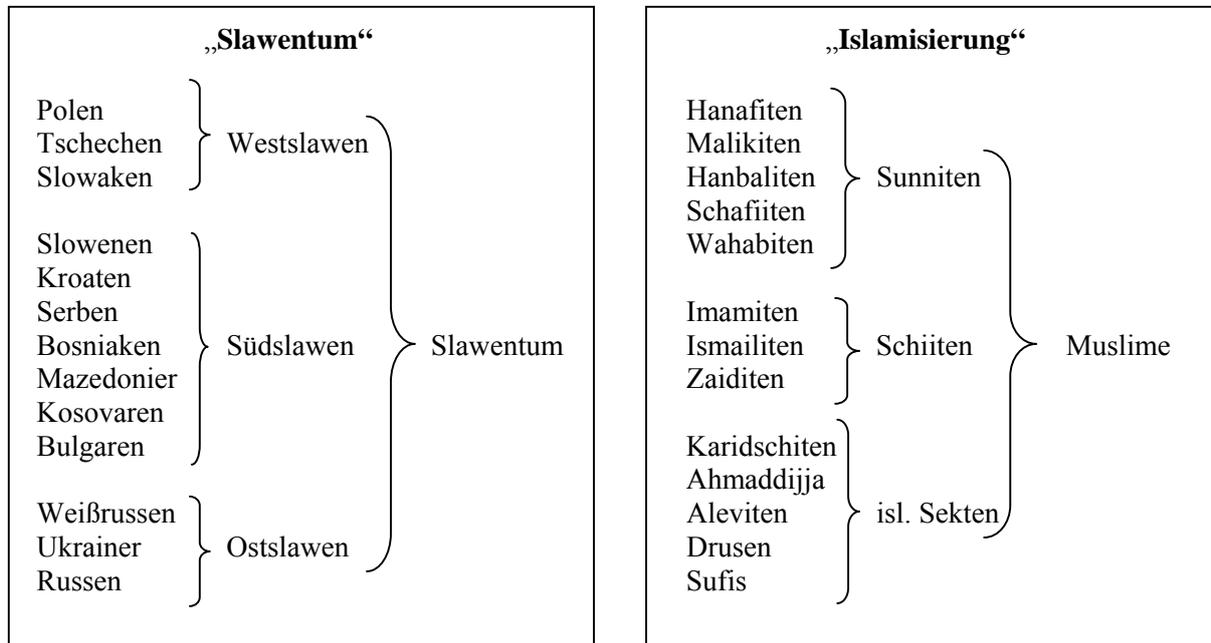
Eine derartige räumliche Generalisierung dient primär der vereinfachenden Darstellung des räumlichen Verhaltens von Objekten und Phänomenen, sowohl physisch-topographischer, wie inhaltlicher-sachlicher Natur. Ziel einer guten (und objektiven) geometrischen Generalisierung ist die Bewahrung der Lesbarkeit bei höchstmöglicher Inhaltsdichte.

HAKE et al. (2002, S. 168) unterscheiden in der Generalisierung zwischen einer Objektgeneralisierung und einer kartographischen. Unter Objektgeneralisierung wird eine Abstraktion bereits in der Erfassung von Objekten und Phänomenen mit räumlicher Ausdehnung verstanden, sowie einer Vereinfachung in der räumlichen Modellbildung mit geringerer semantischer und geometrischer Auflösung. Die kartographische Generalisierung dient zur Visualisierung der bereits im Modell generalisierten Wirklichkeit. Hierbei ist vor allem auf die Lesbarkeit und die graphischen Minimaldimensionen zu achten. Während die Objektgeneralisierung sowohl Arbeit des Kartographen wie auch Aufgabe der entsprechenden Fachdisziplinen ist, stellt die kartographische eine rein auf Umsetzung bezogene Vereinfachung dar.

Semantische Generalisierung

Begriffliche oder semantische Generalisierung ist ein thematisch-inhaltliches Zusammenfassen von einzelnen Unterbegriffen zu einem höheren Überbegriff. Gleichzeitig handelt es sich hierbei um das Ersetzen individueller Einzeldarstellungen durch vereinheitlichte, uniformierte Gestaltungssymbole. (IMHOF, 1972) „Durch sukzessives Zusammenfassen spezifischer Ausdrücke wird das begriffliche Generalisieren auf immer kleinere Maßstäbe ermöglicht. Dies kann in zweierlei Hinsicht geschehen, nämlich entweder durch Ersetzen differenzierter Unter- durch umfassendere Oberbegriffe oder durch Ersetzen individueller Einzeldarstellungen durch vereinheitlichte Gattungssymbole.“ (HIEBL, 2005, S. 4) Derartige begriffliche Zusammenfassung ist bei kleinmaßstäbigen Karten notwendig um die Lesbarkeit zu erhalten, jedoch kann dadurch auch eine inhaltliche Vereinfachung erfolgen mit dem Ziel gewisse politische Sachverhalte einseitig darzustellen. Dazu seien hier folgende

textliche Beispiele der semantischen Generalisierung anhand zweier, historisch wie aktuell, propagandistischverwendeter (Kampf)Begriffen demonstriert:



Tab. 4.1: Semantische Generalisierung zu den Begriffen „Slawentum“ und „Islamisierung“. Die beiden hier analysierte Bezeichnungen dien(t)en in der politischen Propaganda als Kampfbegriffe. Das „Slawentum“ wurde in der völkisch-nationalistischen Strömung während des 19. Jahrhunderts und bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs von Deutschnationalen als größte territoriale Bedrohung des „Germanentums“ angesehen. Der Islam wird vor allem seit den Terroranschlägen vom 11. September 2001 als Gefahr wahrgenommen und auch in Karten als solche visualisiert, ebenso wie die „Islamisierung“ der westlichen Gesellschaften. Propagandisten (kartographische, wie auch sprachliche) bedienen sich in beiden Fällen einer semantischen Generalisierung, indem komplexe Systeme, die in sich keinesfalls geschlossen und einheitlich sind, als homogen dargestellt werden.

MONMONIER (1998, S. 58) unterscheidet in der inhaltlichen Generalisierung zwischen der Auswahl und der Klassifizierung. Letztere entspricht im Wesentlichen dem oben beschriebenen begrifflichen Zusammenfassen. Die Auswahl wiederum dient dazu, nur relevante Inhalte in die Karte aufzunehmen (dazu mehr s.u.).

Eine weitere Form der thematischen Generalisierung ist die Generalisierung zeitlicher Objektinformationen. Vor allem in der politischen Propaganda werden gerne historische

Karten verwendet um etwa (Gebiets-)Ansprüche abzuleiten. Ähnlich wie andere thematische Aspekte können zeitliche Informationen in Karten über Auswahl, Vereinfachung und Zusammenfassung generalisiert werden. Über gezielte Auswahl werden demnach nur bestimmte – für den Karteninhalt – wichtige Ereignisse datiert, während unwichtige unterschlagen werden. Über Rundung von Daten und durch Zusammenfassung von mehreren ähnlichen Ereignissen können historische Karten vereinfacht werden.

Vorgänge der Generalisierung und ihre Anwendung in Propagandakarten

Methodisch wird in der Generalisierung nach MONMONIER (1998, S. 47) zwischen Auswahl, Vereinfachung, Verdrängung, Glättung und Typisierung unterschieden. Zusätzlich wird bei HAKE et al. (2002, S. 169) noch Zusammenfassen (ebenso bei TÖPFER, 1966, S. 54) und Bewerten als Generalisierungsvorgang angeführt.

Unter **Auswahl** wird die Selektion der darzustellenden Kartenelemente verstanden. Auswahl kann nach thematischen und geometrischen Kriterien erfolgen, wobei letzteres auch unter Verdrängung fällt. Die Auswahl der darzustellenden Kartenelemente orientiert sich stark an der Intention der Karte. „Merkmale, die ausgewählt wurden um die spezifische Themenstellung einer Karte zu unterstützen, erfordern im allgemeinen markantere Symbole als Merkmale, die ausgewählt wurden um den geographischen Bezugsrahmen zu bilden.“ (MONMONIER, 1998, S. 46) Die Selektion von dargestellten Kartenelementen ist sicherlich eine der wichtigsten Methodiken in der Werbe- und Propagandakartographie. Wie oben beschrieben ist eine der Hauptintentionen einer derartigen Karte, schnell und eindringlich eine (meist einfach gestrickte) Botschaft zu vermitteln. Für diesen Zweck ist genau darauf zu achten, nur Wesentliches darzustellen. So ist beispielsweise für eine Werbekarte vorrangig der Standort, oder die Anfahrtsroute zur beworbenen Firma von Bedeutung. Demnach werden in der Karte keine redundanten Informationen wiedergegeben, sondern gezielt nur für das beworbene Produkt relevante geographische Elemente.

Die **Vereinfachung** beschreibt im Wesentlichen einen geographischen Generalisierungsprozess. Die kartographische Vereinfachung ist in Propagandakarten streng von thematischer-inhaltlicher Vereinfachung zu unterscheiden. Während erstere vor allem der Linienglättung und Formvereinfachung komplexerer geometrischer Elemente dient, ist

letztere die kartographische Umlegung einfacher Erklärungsansätze auf thematische (meist politische oder soziale) Inhalte. Derartige semantische Vereinfachung steht in engem Zusammenhang mit der inhaltlichen Generalisierung (s.o.), aber auch mit statistischen Vorgängen, wie der Wahl von Schwellenwerten, Klassifizierung etc. in statistischen Kartenwerken. Sowohl graphische als auch semantische Vereinfachung werden in Propagandakarten verwendet. Erstere dient beispielsweise dazu, komplizierte geometrische Zusammenhänge zu simplifizieren, um so dem Betrachter eine vereinfachte räumliche Situation zu präsentieren. Als Beispiel sei hier eine schematische Anfahrtskarte im Werbebereich erwähnt, die eine möglichst simple Route zeigen soll.

In ähnlicher Weise wird auch die Verdrängung und Glättung in derartigen Karten verwendet. **Verdrängung** meint in diesem Zusammenhang nicht die Ausschließung von bestimmten Inhalten, sondern die räumliche Verdrängung von Kartenelementen zu Gunsten der Lesbarkeit. Es wird versucht, graphische Überschneidungen zu verhindern, wie sie vor allem durch Maßstabsverkleinerung entstehen. Hierbei wird die Lagegenauigkeit zu Gunsten der Visualisierung aufgegeben. In diesem Zusammenhang unterscheidet sich die Definition von Verdrängung bei MONMONIER (1998) und HAKE et al. (2002) von TÖPFER (1966), der unter Verdrängung das Weglassen von unwichtigen Elementen zu Gunsten eines oder mehrerer wichtigen.

Die **Glättung** dient in ähnlicher Weise vorrangig der vereinfachten Darstellung geographischer Formen. Sie ist ebenso, wie die Verdrängung kein spezifisches Merkmal für Propagandakarten, sondern dient der ansehnlichen Darstellung.

Die **Typisierung** ist ein wesentliches Merkmal zur Wiedererkennung von bestimmten Elementen. Bei HAKE et al. (2002) wird dieser Vorgang als Klassifizieren und Signaturieren bezeichnet. Darunter versteht man die Vergabe von graphischen Signaturen an geographische und sachliche Elemente. Graphisches Typisieren dient dazu, geographische Details und Kartensignaturen einfacher wahrnehmbar und eventuell realistischer wirken zu lassen.

Zusammenfassung, oder Aggregation, dient der Vereinigung von gleichen oder ähnlichen Signaturen zu einer übergeordneten. Hierbei können punktförmige Elemente in eine Flächensignatur umgewandelt werden. Auf diese Weise können Objekte, die ansonsten unter einer kartographischen Mindestgröße sind, als flächiges Phänomen dargestellt werden. Außerdem kann so mit einer Signatur eine Vielzahl gleicher abgedeckt werden. In der

Propagandakartographie ist ein derartiges Aggregieren ein häufig umgesetztes Mittel zur vermeintlichen Demonstration von flächenhaften Problemen, die tatsächlich nur über punktuelle Verbreitung verfügen. Neben der graphischen Zusammenfassung gibt es ähnlich wie bei der Vereinfachung auch eine semantische, die im Wesentlichen mit den Prinzipien der semantischen Generalisierung oder begrifflichen Zusammenfassung deckungsgleich ist.

Bewerten dient in der Kartographie dem (mehr oder weniger subjektiven) Hervorheben von wichtigen Elementen in der Karte. Dieser Vorgang ist in graphischer Hinsicht ähnlich der Auswahl, wobei jedoch primär unwichtige Elemente nicht weggelassen sondern reduziert dargestellt werden. (HAKE et al., 2002 S. 169) Semantische Bewertung ist ein wesentliches Merkmal von Propagandakarten. Hierbei erfolgt eine Bewertung von dargestellten Inhalten, weniger aufgrund von grundrisslichen Generalisierung, sondern vielmehr über Farbsymboliken oder durch textliche Elemente.

Beispiele der Generalisierung in Werbe- und Propagandakarten

In wissenschaftlichen Werken zur Generalisierung in der Kartographie, wird diese immer unter der Prämisse einer objektiven und korrekten Handhabung dieses Gestaltungsmediums verstanden. Selbst bei MONMONIER (1998, S. 66. ff.) wird die Generalisierung zwar als verfälschend dargestellt, dies jedoch hauptsächlich im Sinn einer notwendigen Lüge der Kartographie verstanden. Lediglich bei der statistischen Generalisierung (wie etwa bei der Annahme von Schwellenwerten) warnt er vor einer missbräuchlichen Verwendung. Jedoch sind die Möglichkeiten der manipulativen Verwendung der Generalisierung gerade durch die oben beschriebenen Vorgänge der Auswahl, Typisierung und Bewertung – sowohl in semantischer wie graphischer Generalisierung – immanent.

Als Beispiel vorwiegend graphischer Generalisierung seien hier zwei Exemplare aus der Werbekartographie vorgeführt.



Abb. 4.9: „Check Us Out! Just A Short Drive From Anywhere!“

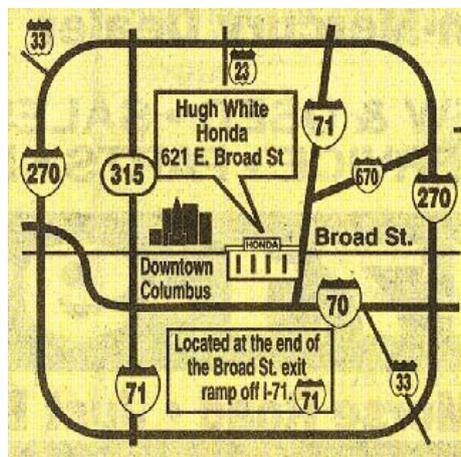


Abb. 4.10: Honda-Werbeinserat

Besonders Karten, die Standorte von Filialen oder Firmen bewerben, sind oft in einem besonderen Maß generalisiert. Ihr Ziel ist es, eine möglichst einfache und schnelle Erreichbarkeit von überall her zu demonstrieren. Die beiden oben angeführten Beispiele bedienen sich fast aller Generalisierungsvorgänge, wobei jedoch die Linienglättung sowie die Verdrängung unwichtiger Verkehrsverbindungen zu Gunsten der für das Produkt relevanten besonders hervorstechen. So werden im Verkehrsnetz zwar die topologischen Beziehungen der wichtigsten Routen beibehalten, unklar für den Betrachter bleibt jedoch, in welcher räumlichen Dimension sie zueinander stehen.

In der politischen Propagandakartographie ist weniger die Generalisierung von geometrischen Formen als die inhaltliche Generalisierung von Bedeutung. Im Unterschied zur Werbekartographie, die meist in einem größeren Maßstabsbereich agiert, bleiben die wichtigsten geometrischen Formen weitgehend lagegetreu erhalten. Besondere Bedeutung besitzt das Typisieren und Zusammenfassen sowie das Bewerten von räumlichen Phänomenen thematischer Natur. Gerade die Bewertung erfolgt vorrangig über die

Farbgebung, wie auch die beiden im Folgenden angeführten, aktuellen Beispiele aus der Propagandakartographie zeigen sollen.

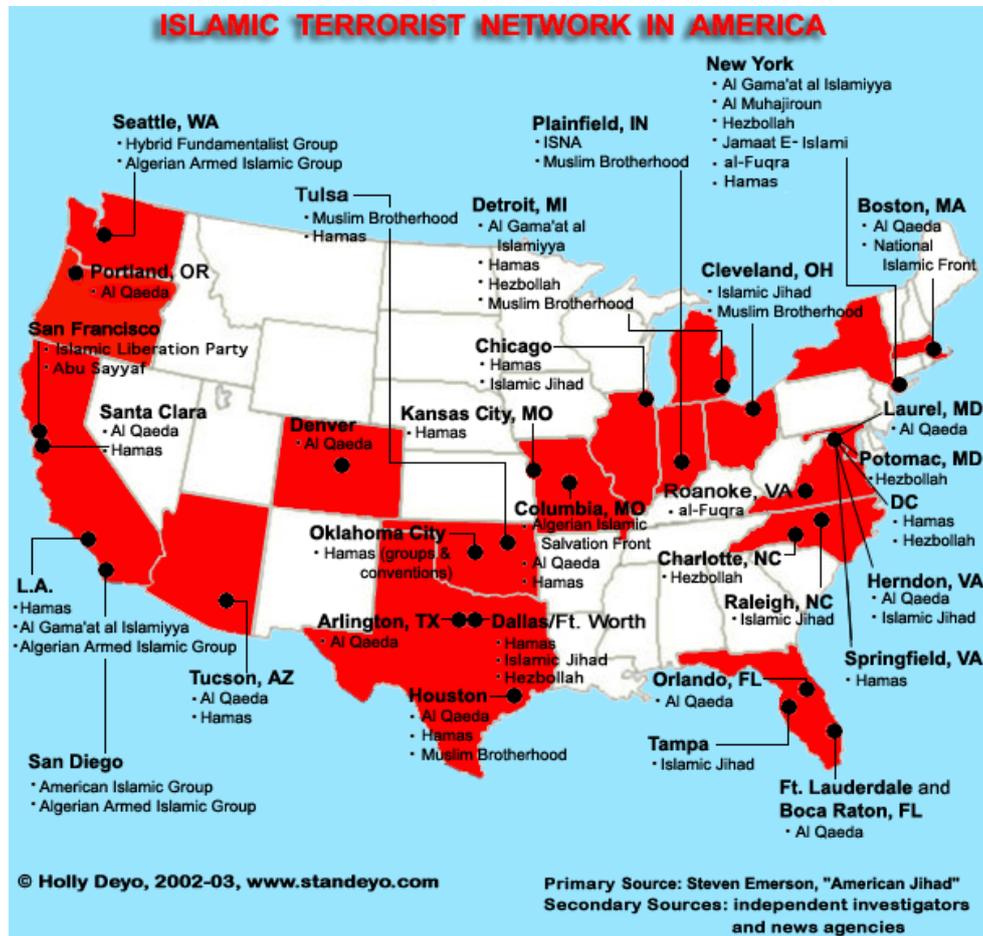


Abb. 4.11: „Islamic Terrorist Network in America“

Die Karte soll die Verbreitung von terroristischen Gruppen in den USA zeigen und benutzt dabei die Generalisierungsmethode der Zusammenfassung oder Aggregation. Die vermeintlichen Terrorzellen sind meist in den Städten angesiedelt und diesen auch zugeordnet. Die Karte gibt jedoch die gesamten Bundesstaaten, in denen diese Städte angesiedelt sind, in der Alarmfarbe Rot wieder. Auf diese Weise wird ein weitgehend punktförmiges Phänomen auf eine Fläche umgelegt – hierbei mit der Intention das Bedrohungspotential der Terrornetzwerke graphisch zu verstärken.



Abb. 4.12: „Bedrohung Israels durch den Islam“

Diese pro-israelische Karte, die einen Zusammenhang zwischen der aktuellen Weltpolitik und biblischer Prophezeiung verdeutlichen soll, bedient sich im Wesentlichen der oben angeführten Form der semantischen Generalisierung. Alle muslimischen Gebiete, unabhängig von ihrer tatsächlichen politischen Ausrichtung im Nahostkonflikt, werden einheitlich als grüne Gefahr für das kleine rote Israel dargestellt, wie auch die Bildunterschrift auf der zugehörigen Homepage unterstreichen soll: „That Tiny Red 'Dot' is Israel ... God warns, 'Israel is His'...'Allah' and his vast armies (green) keep trying to prove Him wrong The 'God of Israel' and the Bible ... or ... 'Allah' and the Koran ... The Bible Warns One Is True ... and One Is False. The coming Battle of Armageddon ('Hill of Megiddo') ... Armageddon lies right in the center of that tiny Red 'Dot'. "I (God) will bless those who bless you (Israel) and will curse those who curse you"... (Genesis 12:3)“

5. Kartographische Projektionen zur veränderten Raumwahrnehmung

Die zweidimensionale Abbildung der Erdoberfläche in einer Karte kann rein mathematisch nicht ohne Verzerrungen stattfinden. Kartographische Projektionen sind somit zwangsweise verzerrend, da die Oberfläche der Erde (Geoid bzw. Rotationsellipsoid) nicht in allen Treueigenschaften in zweidimensionale Form übertragen werden kann.

Propagandistische Manipulationen bedienen sich oftmals dieser Verzerrungen, um die Raumwahrnehmung des Betrachters zu beeinflussen. (dazu als Überblick KLINGHOFFER, 2006) Durch die gezielte Verwendung von kartographischen Projektionen wird es möglich, Regionen der Erde zu betonen, entweder größer darzustellen, oder fast verschwindend klein. So kann der Kartograph ein Land einerseits mächtig und wichtig erscheinen lassen, oder andererseits klein und bedroht. Wichtig in diesem Zusammenhang ist die gedankliche Verknüpfung zwischen Größe im geographischen Sinn und politischer Macht, beziehungsweise Bedeutung, beim Betrachter. So wird von der räumlichen Ausdehnung eines Objekts, wie etwa eines Staates, direkt auf die Wichtigkeit anderer Attribute des Objekts, wie etwa politischer Bedeutung oder militärischer Potenz, geschlossen. So kritisiert bereits HAUSHOFER (1932, S. 735 f.), hier vor allem bezogen auf das britische Weltreich und die Sowjetunion, die Vorstellung einer direkten Vergleichbarkeit zwischen räumlicher Ausdehnung und Macht (was der Blut- und Boden- Ideologie des NS-Regimes, dem auch Haushofer, wie oben beschrieben, anhing, eigentlich widersprach), sowie die Unzulänglichkeit der Verwendung der Merkatorprojektion für geopolitische Karten, da sie durch Verzerrungen „unbewusst für den Gegner [Deutschlands] werben“.

Das Spiel mit Projektionen ist jedoch nur in kleinmaßstäbigen Karten möglich, bei mittel- und großmaßstäbigen Kartenwerken kommt die, hier von dem Propagandisten gezielt gesuchte, Verzerrung zu wenig zum tragen. Durch diese Tatsache finden Projektionen als Gestaltungsmittel einer Propagandakarte vor allem in politischen Werken Eingang, die meist globale oder zumindest kontinentale Situationen darstellen, während Werbekartographische Darstellungen meist großmaßstäbig auf kleinere Gebiete beschränkt sind, in denen eine projektionsbedingte Verzerrung noch nicht zum tragen kommt.

Als besonders günstig für die Verfälschung der Größenverhältnisse der Erdoberfläche erwies sich die **Mercatorprojektion**. Diese winkeltreue, polständige Zylinderprojektion wurde im

16. Jahrhundert von den niederländischen Kartographen Gerhard Mercator speziell für die Navigation auf See entwickelt, da in der Karte Loxodromen als gerade Linien wiedergegeben werden. „Als Loxodrome gilt jede Kurve, die in ihrem Verlauf auf der Kugel alle Meridiane unter konstantem Winkel schneidet.“ (HAKE et al., 2002, S. 63) Die Pole liegen bei die Projektion im Unendlichen, wodurch die Maßstabsverzerrung in nördlicheren- und südlicheren Regionen und besonders ab den Polarkreisen stark zunimmt. Dadurch werden vor allem die nördlichen Landmassen wie Alaska, Kanada, Grönland – das in der Mercatorabbildung fast der Größe Afrikas entspricht – und Sibirien besonders stark vergrößert wiedergegeben. Die Bedeutung der äquatorialen Länder, die vergleichsweise klein dargestellt sind, tritt hingegen stark zurück.

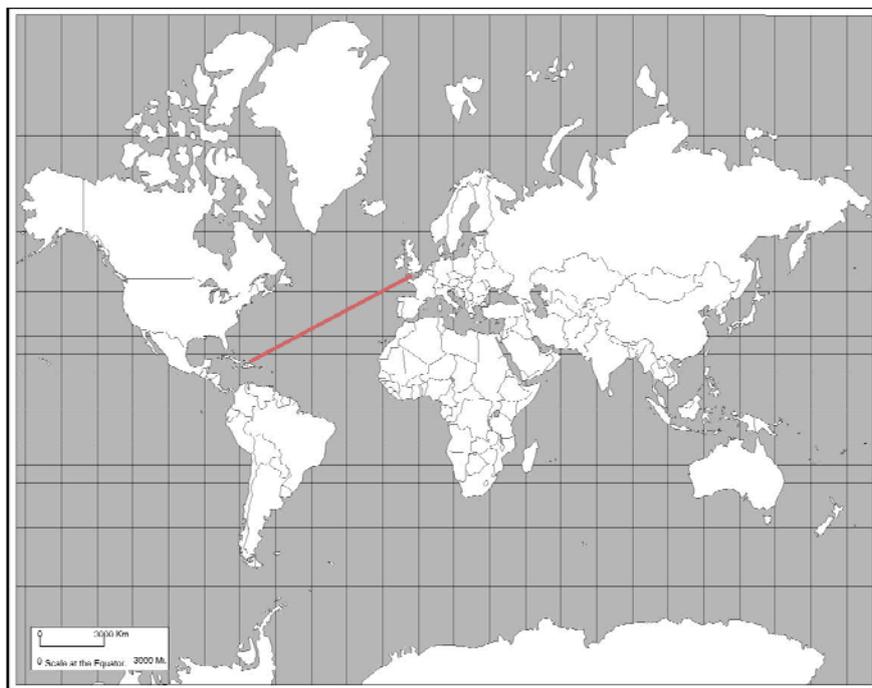


Abb. 5.1.: Mercatorprojektion, Verwendung in der Navigation

Die rote Linie entspricht der Loxodrome, die zu den Meridianen einen gleichbleibenden Winkel (Azimut) aufweist.

Bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts war die Mercatorprojektion die wohl meistverwendete überhaupt, obwohl spätestens seit dem 18. Jahrhundert andere, flächentreue Projektionsformen möglich gewesen wären. Die Mercatorprojektion wurde jedoch auch in nicht vordringlich propagandistischen Kartenwerken, wie thematischen Karten zur Wirtschaft oder ethnographischen Karten verwendet. Mark MONMONIER (1998, S. 135) schreibt dazu, dass die Mercatorprojektion gerade in Großbritannien sehr beliebt war, da in ihr die Größe des britischen Weltreichs sehr gut zur Geltung kam und auch weit entfernte Kolonien durch ihre

große Darstellung aufgewertet wurden, während hingegen Kolonien anderer Länder, wie jene Frankreichs, in ihrer vorwiegend äquatornahen Lage, verhältnismäßig klein dargestellt wurden.

Vor allem im Nationalsozialismus erfuhren Mercatorkarten, trotz der oben angeführten Kritik Haushofers, eine rege Verwendung, da in ihr die angebliche räumliche Begrenztheit des „deutschen Siedlungsraums“, vor allem im Vergleich mit den britischen Gebieten und der Sowjetunion, gut dargestellt, und damit verbunden die Forderung nach Expansion ausgedrückt werden konnte. Durch die Vergrößerung Sibiriens war die Mercatorprojektion bevorzugte Abbildung zur Symbolisierung der einer kommunistischen Bedrohung. „So hingen bei Vorträgen der besonders in den USA sehr einflussreichen rechtsradikalen John-Birch-Society gewöhnlich riesige Mercatorweltkarten an der Wand, auf denen China und die Sowjetunion symbolträchtig als riesige rote Flächen abgebildet waren. Eindringlich führten sie dem Betrachter auf diese Weise die Rote Gefahr vor Augen.“ (MONMONIER, 1998, S. 134)

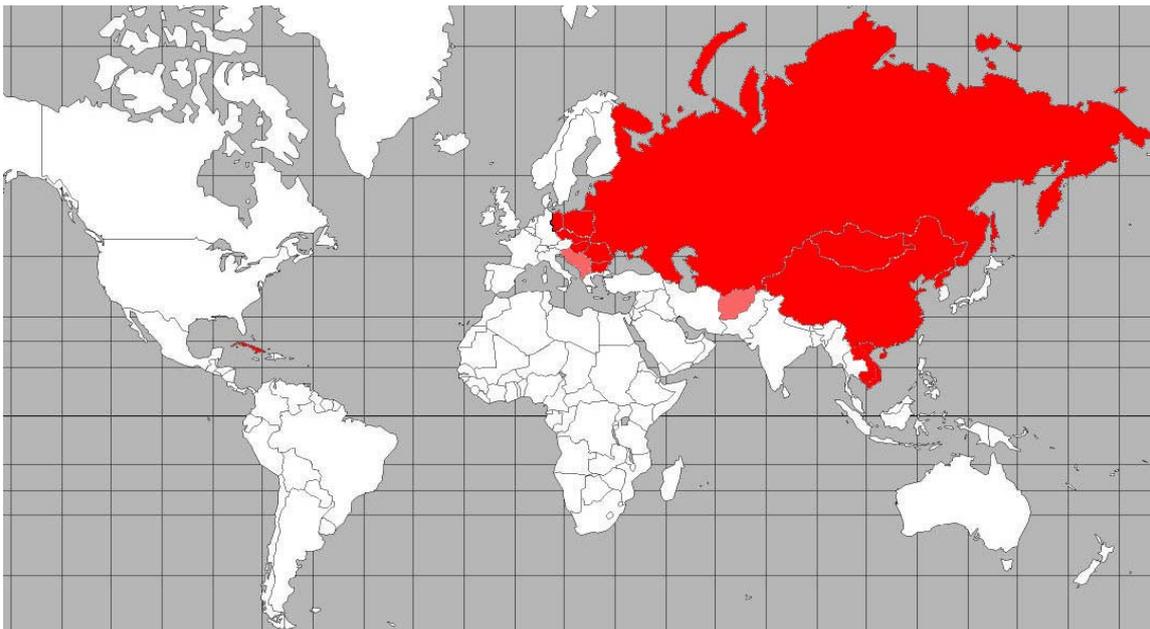


Abb. 5.2: hypothetische Karte zur Bedrohung durch den weltweiten Kommunismus im Kalten Krieg (um 1979); In diesem Fall wurde die Karte zusätzlich so beschnitten, dass die geschlossene „kommunistische“ Fläche erhalten bleibt und durch die rote Signalfarbe noch mehr zur Geltung kommt.

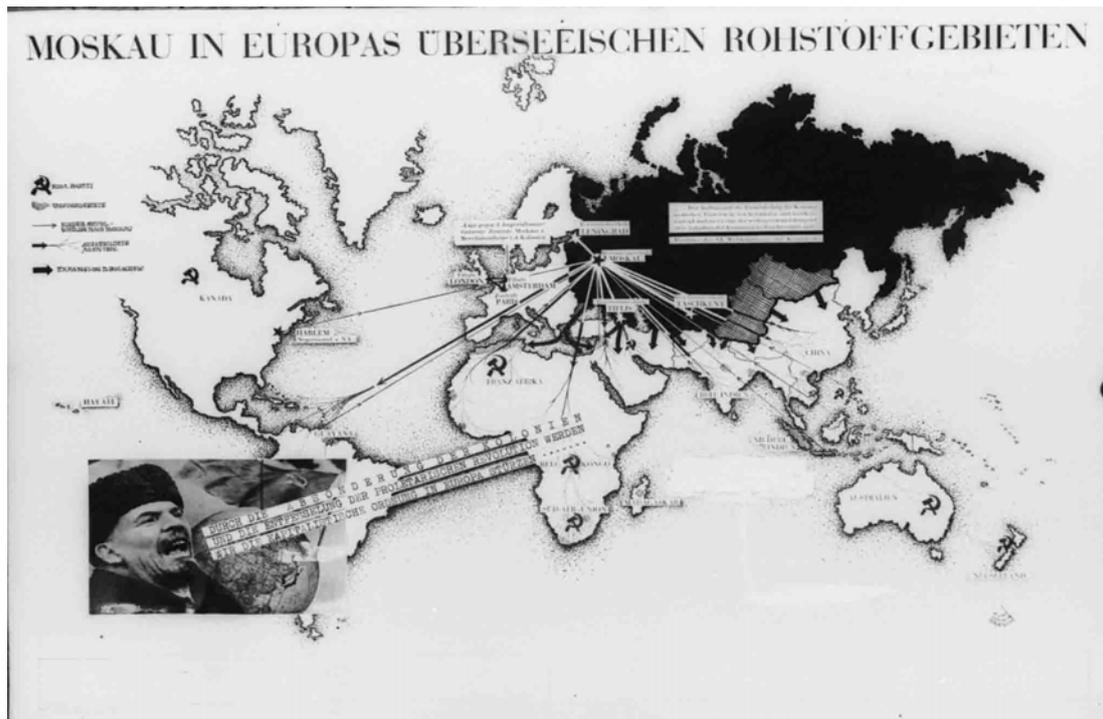


Abb. 5.3: „Moskau in Europas überseeischen Rohstoffgebieten“ (Deutschland 1930er Jahre)
 Diese Karte folgt in ihrem Konstruktionsprinzip ganz der hypothetischen Karte aus Abb. 5.2. Zusätzlich wurden noch zahlreiche Pfeile in die „bedrohten“ Gebiete eingezeichnet, die sternförmig von Moskau ausgehen, sowie Hammer-und-Sichel-Signaturen an Regionen mit vermeintlichen Kommunistischen Einfluss (darunter u.a. Kanada und Australien (sic!)) vergeben. Durch das Bild von Lenin, das über Südamerika gelegt wurde, und die Parole wird das Kartenbild optisch weiter verringert und die schwarzen Flächen scheinen noch größer.

Neben der gezielten, suggestiven Verwendung der Merkatorprojektion zu politischen Zwecken ist diese Projektionsform bis heute nach wie vor häufig in Gebrauch und verändert – unbewusst – unsere Vorstellung von Raum. So wird etwa noch Anfang 2010 eine Karte in Merkatorprojektion als Hintergrundbild in der deutschen Tagesschau auf ARD, wie auch bei den heute-Nachrichten auf ZDF verwendet, und trägt weiterhin zur Etablierung eines raumverzerrten, eurozentrischen Weltbilds beim Betrachter bei.

Durch die Entwicklung von Flugzeugen und später Raketen, sowie durch die nukleare Abschreckung zwischen Ost und West kam es seit den 1950er Jahren in propagandistischen Karten zu einer häufigeren Verwendung der **Azimutalprojektion** – und hierbei durchgehend in gnomonischer Abbildung. Die Azimutalprojektion, die meist polständig angeordnet ist, dient in den meisten Kartenwerken zur Wiedergabe der Polregionen, die durch fast alle

Netzentwürfe für die Gesamtdarstellung der Erde nur unzureichend wiedergegeben werden. In der bereits erwähnten gnomonischen Azimutalprojektion, bei der das Projektionszentrum im Erdmittelpunkt angesiedelt ist, kommt es zwar zu einer verstärkten Randverzerrung, jedoch werden die Orthodromen – also die kürzesten Verbindungslinien zwischen zwei Punkten auf der Erdoberfläche, die die Form von Großkreisen besitzen – als gerade Linien dargestellt. (dazu HAKE et al., 2002, S. 68 f.) Auf diese Weise können Flugrouten optisch verkürzt wiedergegeben werden. Karten mit gnomonischer Azimutalprojektion eignen sich für die Verwendung zu Propagandazwecken hervorragend, um die Bedrohung durch feindliche Flugzeuge und Raketen darzustellen. So wird in einer nahezu polständigen Projektion die Entfernung zwischen Russland und Amerika deutlich verringert und dem Betrachter die Bedrohung stärker bewußt, als bei einer konventionellen großmaßstäbigen Erdansicht. (dazu vgl. Abb. 5.4.) Seltener findet diese Projektion Eingang in Werbekarten von Fluglinien, die ihre Routen so ebenfalls verkürzt darstellen können.

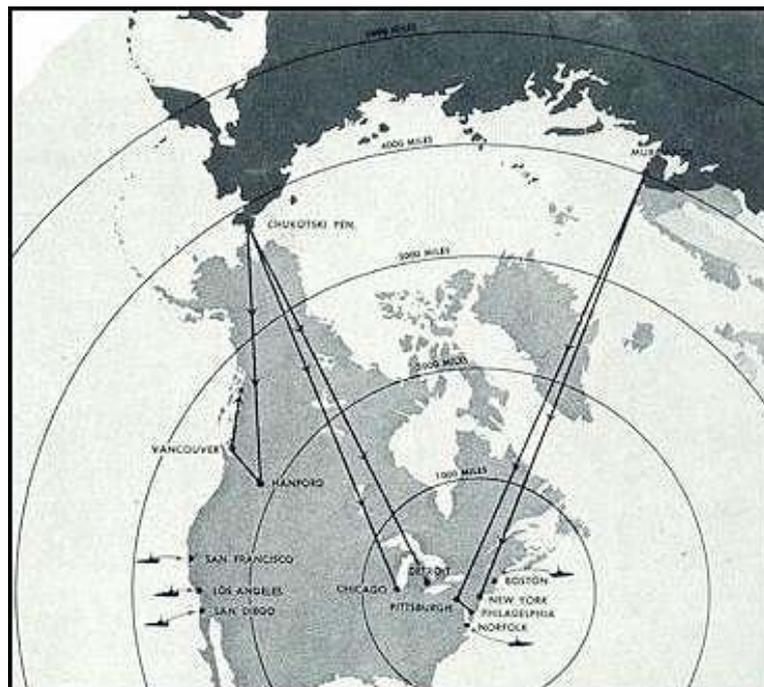


Abb. 5.4.: „Bedrohung Nordamerikas durch sowjetische Bomberflotten“ (USA 1951)
 Gnomonische Azimutalprojektion, mit Zentrum in New-York. Der hohe Grad an Geometrie wird durch Kreise, Pfeile gebildet und verstärkt gemeinsam mit bildhaften Schiff-Signaturen die bedrohliche Wirkung.

Neben der – mehr oder weniger – polständigen Projektion bietet sich für die Azimutalprojektion in Propagandakarten auch die Zentrierung auf den Ausgangspunkt einer möglichen Bedrohung an (vgl. Abb. 5.5.). Pfeile, die Angriffsrouten wiedergeben sollen und

wie erwähnt gerade erscheinen, sowie Kreise, die meist Entfernungen, bzw. Raketenreichweiten symbolisieren, und vom Projektionszentrum ebenfalls unverzerrt dargestellt werden, geben derartigen Karten einen hohen Grad an geometrischer Ordnung und führen zu einem schnellen Auffassen der dargestellten Thematik durch den Betrachter.

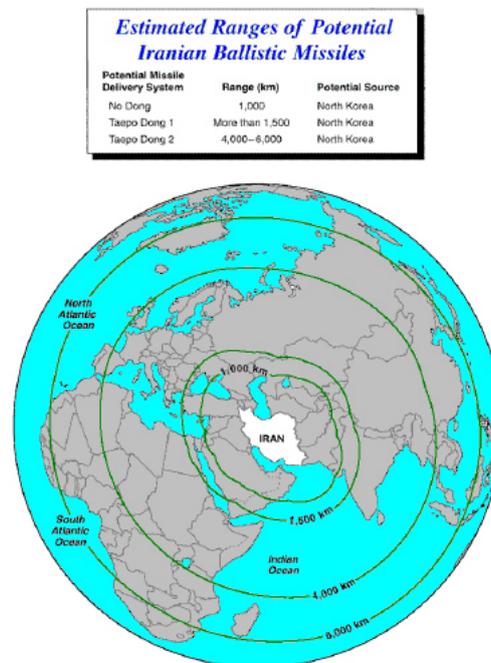


Abb. 5.5.: „Estimated Ranges of Potential Iranian Ballistic Missiles“
gnomonische Azimutalprojektion, mit Zentrum im Iran.

Als Gegenentwurf zu den gängigen Projektionen, die oftmals als Eurozentrisch gesehen wurden, entwickelte Arno Peters 1973 die nach ihm benannte **Peters-Projektion**. Sie ist flächentreu und sollte den Entwicklungsländern ihre ihnen zustehende Größe wiedergeben und war ausdrücklich gegen die Vorherrschaft der nördlichen Industrienationen im Kartenbild, wie sie vor allem in der oben bereits erwähnten Mercatorkarte besteht, die aber laut Peters auch in allen anderen nicht rechteckigen Kartennetzentwürfen repräsentiert wird, ausgerichtet. (MONMONIER, 1996, S. 136) Die Projektion war jedoch schon Mitte des 19. Jahrhunderts vom schottischen Geistlichen James Gall errechnet worden, daher hat sich der Name **Gall-Peters-Projektion** eingebürgert.

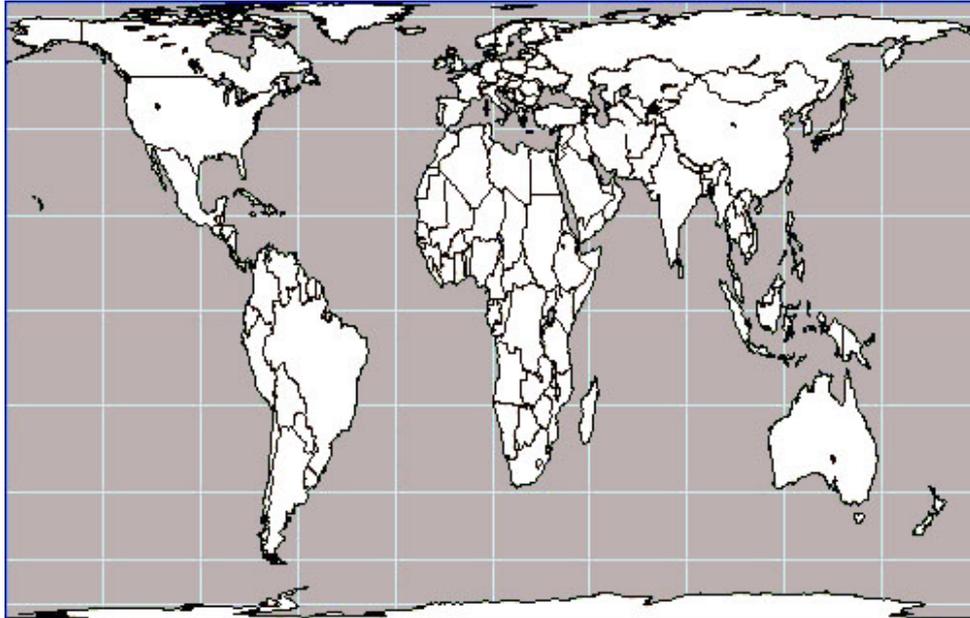


Abb. 5.6.: Gall-Peters-Projektion zur flächentreuen Darstellung der Erdoberfläche

Wie aus Abb. 5.6. ersichtlich werden in der Peters Projektion die äquatorialen Gebiete stark hervorgehoben, während die mittleren Breiten und die polnahen Regionen stark gestaucht wiedergegeben werden. Peters bewarb die Vorzüge seiner Karte vor allem mit der Flächentreue. Die Projektion wurde vor allem von Hilfsorganisationen, sowie von den Vereinten Nationen und missionarisch, wie karitativ tätigen Kirchen aufgegriffen, die auf diese Weise ihren Anliegen kartographisches Gewicht verleihen konnten (vgl. Abb. 5.7.). Auf heftige Kritik stieß die Projektion jedoch bei vielen Kartographen, die vor allem die geringe Formtreue der Peters Projektion bemängelten und mehrfach darauf hinwiesen, „dass eine flächentreue Karte nicht unbedingt eine gute Karte sein müsse.“ (MONMONIER, 1996, S. 137)

A Global Projection of Subjective Well-being

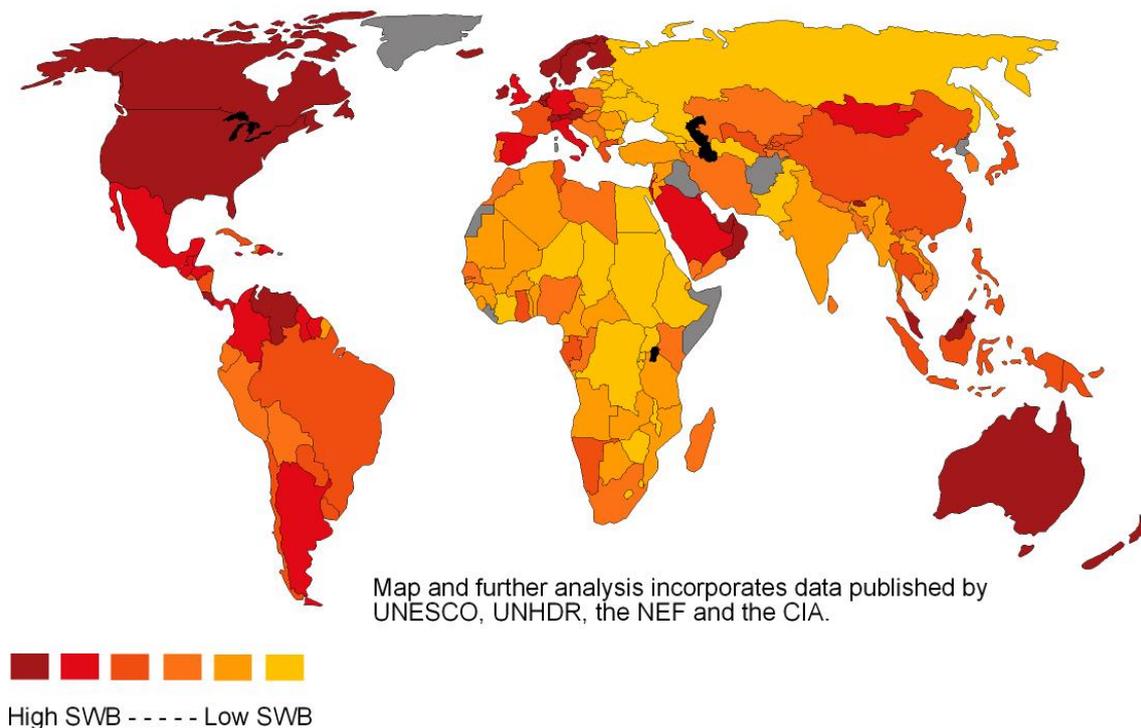


Abb. 5.7.: „A Global Projection of Subjective Well-being“ (UNESCO 2007)

Bei dieser Karte handelt es sich zwar nicht um eine Gall-Peters-Projektion, dennoch sind Ähnlichkeiten, wie die starke Vergrößerung in den äquatorialen Bereichen (besonders auffällig: Brasilien und Australien) und die Stauchung der mittleren- und polnahen Regionen vorhanden. Für eine suggestive „Propagandakarte“ erscheint diese Karte zu plump, vor allem über die Farbvergabe hätte die Thematik Glück und Unglück in der Welt deutlich reißerischer dargestellt werden können.

Andere Methoden zur Veränderung des Raumbewusstseins des Betrachters ist die Verwendung einer anderen Perspektive in der Karte. Von karitativen Hilfsorganisationen werden, wie schon bei der Peters-Projektion zur kartographischen Dekonstruktion der globalen Vormachtstellung der nördlichen Industrieländer, zuweilen gesüdete Karten verwendet, um die Aufmerksamkeit des Betrachters auf die äquatorialen und südlichen Breiten zu lenken. In diesem Zusammenhang wird meist die flächentreue **Hobo-Dyer-Projektion** verwendet, die ähnlich wie die Gall-Peters-Projektion konstruiert ist und die mittleren und polaren Breiten sehr gestaucht wiedergibt, jedoch in Ost-Westlicher Richtung weniger verzerrt. Zusätzlich zur Südung der Karte wird oftmals auch der Zentralmeridian der Karte durch den Pazifik gelegt um so endgültig mit dem hergebrachten eurozentrischen Blick

zu brechen und gleichzeitig dem Pazifik seine ihm gebührende Größe in der Karte wiederzugeben.

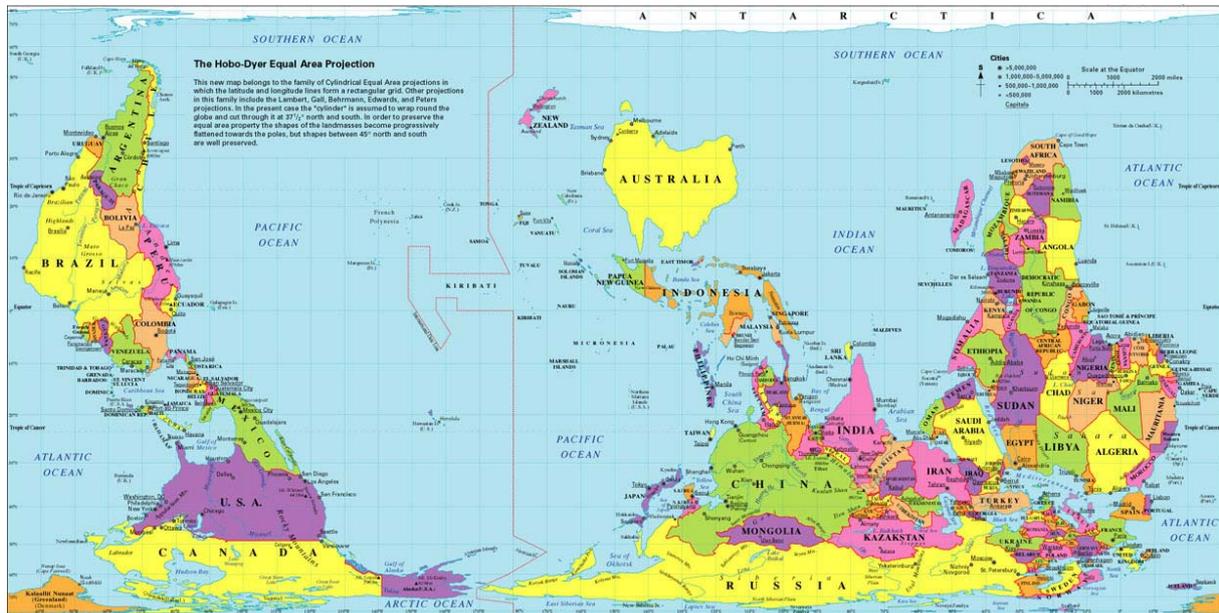


Abb. 5.8.: „The Hobo-Dyer Equal Area Projection“

Die gesüdete, auf den Pazifik zentrierte Hobo-Dyer-Projektion stellt die letzte Stufe der Verdrängung der kartographischen Vorherrschaft der nördlichen Industriestaaten dar. Europa wandert ins rechte untere Eck des Kartenblatts, während vor allem Australien (ein südlicher Industriestaat) und Indonesien die prominentesten Stellen einnehmen. Generell wandern die Landmassen an die Kartenränder und die Ozeane – und hier vor allem der Pazifik und der Indische Ozean – geraten stark ins Blickzentrum.

Kartenverwandte Ausdrucksformen

Neben den oben behandelten Möglichkeiten, durch gezielte Verwendung von kartographischen Projektionen die Raumwahrnehmung des Kartenbetrachters zu beeinflussen, bieten sich auch für kartenverwandte Ausdrucksformen wie Vogelschaubilder oder Panoramen propagandistische Verwendungsmöglichkeiten an. Im Unterschied zur Verwendung von Projektionen, die im mittel- bis großmaßstäbigen Bereich nicht zur Geltung kommen würden, ist genau dieser Maßstabbereich für kartenverwandte Ausdrucksformen am geeignetsten. Gleichzeitig eignen sich kartenverwandte Ausdrucksformen vor allem zur Darstellung von Geländeeigenschaften und sind somit weniger für die Wiedergabe von thematischen und/oder politischen Daten geeignet. Kartenverwandte Darstellungen sollen einen anderen, naturähnlicheren und im Vergleich zur Karte geringer abstrakten, Blick auf die Erdoberfläche ermöglichen und eignen sich somit auch zur gezielten Veränderung der Raumwahrnehmung des Kartenbetrachters.

Die meiste Verwendung finden Panorama und Vogelschaukarten in der Werbung, wobei hier vor allem die Kartographie im Fremdenverkehrsbereich – und hier vor allem der auf den alpinen Raum ausgerichtete – durch derartige Darstellungen geprägt wurde. Vogelschau- und Panoramakarten sind meist nur in geringem Umfang mathematisch-geometrisch konstruiert und wählen vor allem einen künstlerischen Ansatz zur Wiedergabe der Erdoberfläche. Kartenverwandte Ausdrucksformen zeichnen sich besonders durch eine hohe Anschaulichkeit und Naturähnlichkeit aus. Vor allem in Ansichten von Gebirgen, wie sie in der Fremdenverkehrswerbung häufig sind, werden jedoch die Naturgegebenheiten oft weit übertrieben dargestellt. So finden sich in vielen Panoramen von Skigebieten in der Ferne Berggipfel die wohl mit freiem Auge nur sehr selten zu sehen sind, die jedoch die umliegende Bergwelt aufwerten sollen.



Abb. 5.9.: Ausschnitt der Skipanoramakarte von Kitzbühel mit dem Großglockner und dem Großvenediger in der Ferne.

Der Blick auf den Großglockner und den Großvenediger, wie er hier in dem Skipanoramaplan präsentiert wird, ist für den Skifahrer in Kitzbühel wohl ein seltenes Gut. So ist das gesamte Skigebiet nach Nordwesten hin ausgerichtet, während sich die beiden prominenten Berge im Südosten befinden und somit nur von wenigen Punkten aus und bei gutem Wetter zu sehen sind.

Des Weiteren ist es typisch – und auch aus Gründen der Ästhetik und Naturähnlichkeit kartenverwandter Ausdrucksformen erwünscht – Besonderheiten, wie etwa Felswände in Geländedarstellungen zu betonen, aus dem Maßstabsverhältnis auszunehmen oder überhöht darzustellen. Durch die Verwendung in der Fremdenverkehrswerbung können die abgebildeten Landschaften so übertrieben werden, mit dem Ziel zusätzlich Touristen anzulocken.

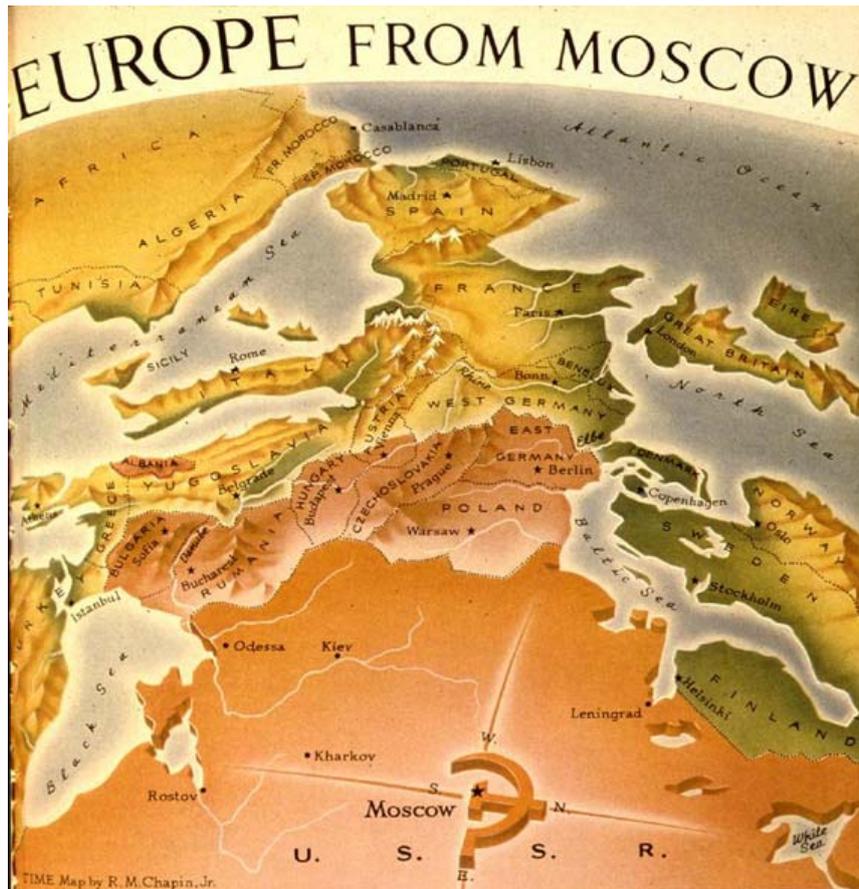


Abb. 5.11: „Europe from Moscow“ (Time-Magazin vom 10. März 1952)

Dieses Vogelschau – oder eigentlich Satellitenschaubild – von Europa ist ein Meisterwerk der politischen kartographischen Propaganda des Kalten Kriegs. Durch die Farbgebung, aber vielmehr noch durch die Perspektive wird Europa zum bedrohten Vorgarten der Sowjetunion, die sich bereits einen guten Teil des Kontinents einverleibt hat. Durch den Ausschnitt, der die USA und andere „westliche“ Gebiete der Erde ausspart, wirkt Europa hilflos den kommunistischen Aggressoren in Moskau ausgeliefert. Die Farbgebung suggeriert die kommunistische Gefahr als unaufhaltsame Welle, die ganz Europa überziehen wird. “The effective psychological strategy demonstrated by this map is an illustration of the powerfully innovative propaganda work achieved by R.M.Chapin, the primary cartographer for political maps in Time” (The Newberry Library: Smith Center Publications, <http://www.newberry.org/smith/slidesets/vs1.html>, Stand 7.3.) Interessant ist auch die Verwendung von Hammer und Sichel als Windrose, die in Moskau angesiedelt ist. So wird die Himmelsrichtungsangabe ebenfalls mit politischer Propaganda verknüpft, indem dieses ideologisch eindeutig besetzte Symbol als Windrosensignatur verwendet wird.

Kartographische Anamorphosen

Kartographische Anamorphosen sind nichtlineare Abbildungen der Erdoberfläche. Ihr Maßstab ist innerhalb der Karte variabel und meist von der darin wiedergegebenen Thematik abhängig. Die topologischen Beziehungen bleiben jedoch in den meisten Fällen weitgehend erhalten. In thematischen Karten gibt die Größe von Ländern oder Landmassen nicht die real-geometrische Größe wieder, sondern steht in Proportion zu einem beliebigen Attribut.

„Die Wirkung einer kartographischen Anamorphose beruht hauptsächlich auf dem Überraschungs- und Verfremdungseffekt, der durch die Abweichung von der „normalen“ Gestalt der Karte entsteht.“ (RASE, 2001) Durch die interessante Darstellungsform, in Verbindung mit der Kombination von abstrakten Werten – wie Bruttosozialprodukt, Bevölkerungswachstum etc. – mit geometrischer Größe, eignen sich kartographische Anamorphosen hervorragend dazu, politische Themen zu transportieren und beim Betrachter eine vom Hersteller der Karte erwünschte Reaktion auszulösen.

Generell gilt es, für propagandistisch verwendete, kartographische Anamorphosen eine Unterscheidung zwischen auf quantitativen Daten basierenden, echten Anamorphosen, wie beispielsweise demographische oder ökonomische Darstellungen, und rein karikaturistische Darstellungen, wie Karten nach dem Muster „Die Weltsicht von Person xy“, die aber in darstellerischer Hinsicht in ähnlicher Weise wahrgenommen werden, zu treffen.

Erstere basieren auf mathematischen Berechnungen, wobei die Entfernungen im Raum durch die thematischen Sachverhalte der Bezugseinheiten lokal verändert werden. Die Darstellung soll einen thematisch ausgerichteten, anderen Blick auf die Welt bieten, um auf diese Weise die Raumwahrnehmung des Betrachters beeinflussen. Wichtig ist in derartigen Darstellungen eine gewisse Erhaltung der Formen um die Wiedererkennung der Bezugseinheiten zu gewährleisten. „Die Entfernungen auf dem Kartenblatt werden aufgrund von thematischen Sachverhalten für die Bezugseinheiten lokal verändert, vergleichbar mit einem Gummituch, das über eine unebene Fläche gelegt und angespannt wird. Die Ausdehnung des Gummituchs ist an den Stellen mit den höchsten Erhebungen am größten, damit auch die Abweichungen in den Entfernungen, verglichen mit der linearen Projektion.“ (RASE, 2001)

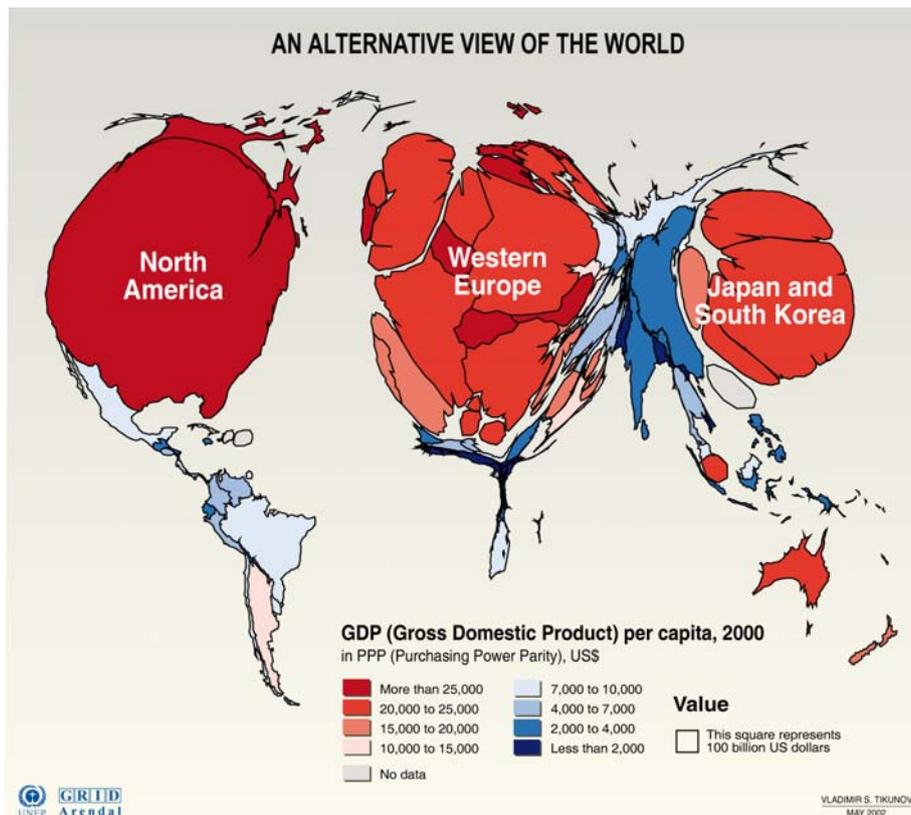


Abb. 5.12.: „An alternative View of the World“ (UNEP, 2002)

Kartographische Anamorphose nach dem Bruttosozialprodukt von 2000. Die kartographische Darstellungsform der Verwendung von Anamorphosen zu globalen wirtschaftlichen oder demographischen Thematiken wird häufig von karitativen Organisationen verwendet, um die Ungleichverteilung zwischen der entwickelten-industrialisierten Welt und der sogenannten Dritten Welt aufzuzeigen. Diese kartographische Anamorphose der UNEP (United Nations Environment Programme) visualisiert die wirtschaftlichen Unterschiede zwischen den rot eingefärbten, stark vergrößerten reichen Ländern und den blauen, teilweise ganz verschwindenden armen Ländern. Der Kartenbetrachter soll durch die Darstellungsweise auf weltweite, ökonomische Verteilungsunterschiede hingewiesen und für die Themen und Tätigkeiten der karitativen Organisation sensibilisiert werden.

Eine Besonderheit von Kartographischen Anamorphosen, die sie besonders für die Verwendung für Propaganda- und Suggestiondarstellungen anfällig macht, ist die Tatsache, dass ihre Konstruktionsweise – noch viel mehr als bei der Konstruktion von „normalen“ Karten – unklar bleibt. Der kritische Betrachter kann nur schwer nachvollziehen, in welcher Weise und nach welchem mathematischen Modell die thematischen Sachverhalte mit der

Größe, bzw. der Entfernung in der Darstellung zusammenhängen. Das zeigt auch folgendes Beispiel:

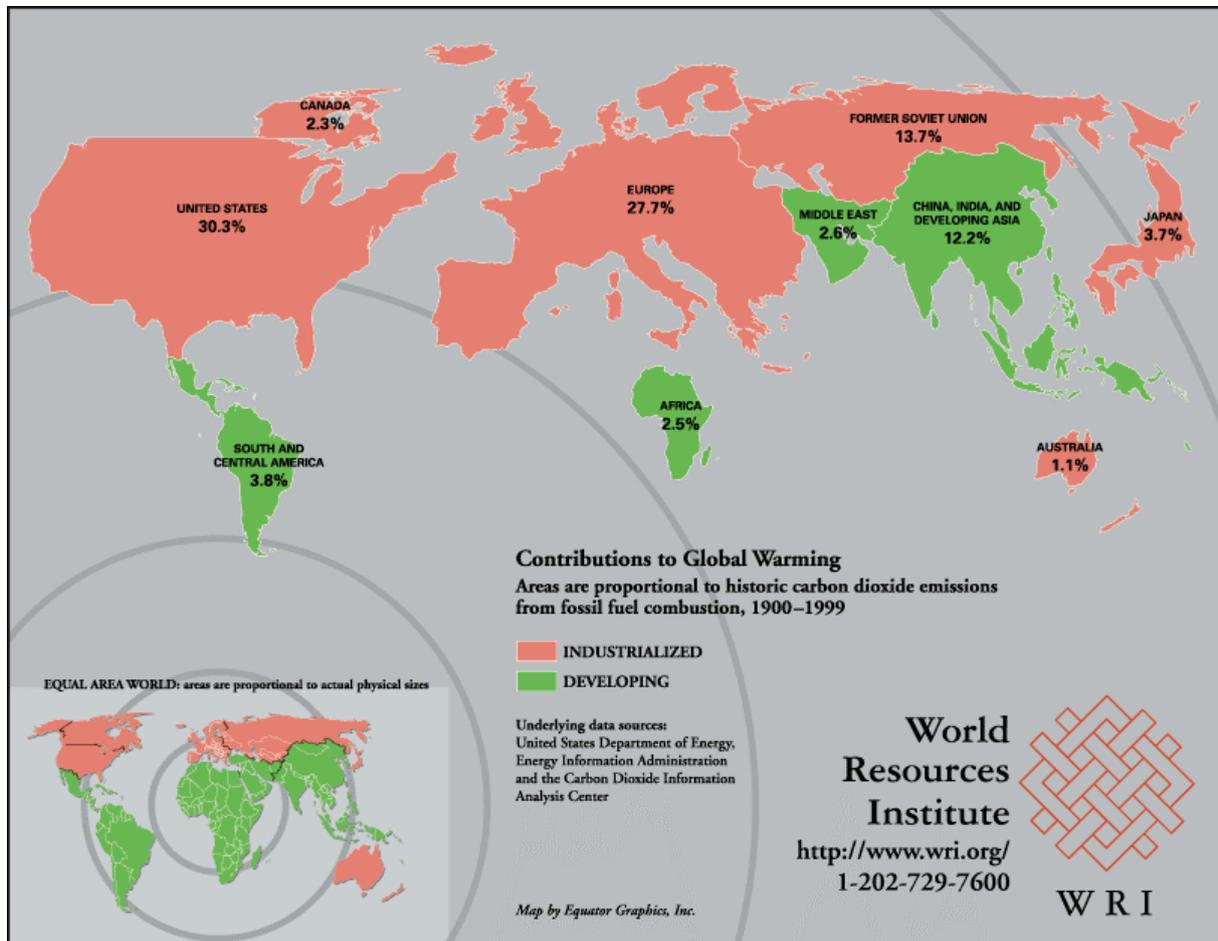


Abb. 5.13: „Contributions to Global Warming“ (World Resources Institute)

Diese kartographische Anamorphose nach dem CO₂ Ausstoß verfolgt im Vergleich zu Abb. 5.12. einen noch deutlich „propagandistischeren“ Ansatz. Die Welt wird ohne Abstufungen in zwei Arten von Ländern, beziehungsweise größeren räumlichen Gebieten unterteilt – industrialized und developing. Die Farbgebung, Industrieland rötlich, Entwicklungsland grün verschärft den Kontrast. Links unten findet sich eine Referenzkarte, die einen Vergleich zu Anamorphose geben soll. Die Dramatik der Karte wird durch die Kreise die von der Referenzkarte ausgehen – wo sie in Afrika ihren Mittelpunkt finden – verstärkt. Inhaltlich ist die Karte stark selektiv. Sie gibt nicht an nach welchen Kriterien ein Land als entwickelt oder unentwickelt gilt (ist etwa Moldawien tatsächlich entwickelt und Südkorea nicht?) und auch die Räumliche Zuordnung der Länder zu Großregionen ist inkonsistent. Während für einzelne Kontinente wie Afrika, Südamerika, Süd- und Ostasien offensichtlich ein einzelner Wert zur Berechnung herangezogen wurde, werden andere Regionen, wie Europa leicht differenzierter

dargestellt (wobei auch hier Kontinentaleuropa als ein homogener Block erscheint), während beispielsweise die Region Nordamerika überhaupt in Kanada und die USA aufgelöst wurde.

Karikaturistische, anamorphe kartographische Darstellungen nach dem Muster „Die Weltsicht von Person xy“ fallen nicht unter kartographische Anamorphosen im eigentlichen Sinn, da sie nicht auf der Basis von erhobenen, quantitativen Daten konstruiert werden. Obwohl sie – im Unterschied zu den anderen in diesem Kapitel behandelten kartographischen Ausdrucksformen – in keiner Weise eine auf realer Geometrie basierende kartographische Projektion darstellen, ähneln sie in ihrer Form dennoch stark den Anamorphosen und werden auch ähnlich wahrgenommen. (RASE, 2001) Ebenso gelten in ihrer Konstruktion ähnliche Grundsätze. So kommt es, wie in Anamorphosen auch zu örtlichen Vergrößerungen und Verkleinerungen der geographischen Gegebenheiten und aus Wiedererkennungszwecken sollten ebenfalls grundlegende geometrische Formen beibehalten werden. Aus diesem Grund sollen sie hier auch in diesem Zusammenhang behandelt werden.

Karikaturistische Anamorphosen sind Gedankenprodukte ihres Zeichners, der in der Abbildung meist das beschränkte Weltbild einer Person (wie z.B. die des ehemaligen US Präsidenten George W. Bush oder Ronald Reagans) oder einer Gruppe (z.B. die Amerikaner) vermitteln will. „Der nicht der Gruppe angehörende Betrachter freut sich über die beschränkte Weltsicht des oder der x und seine eigene Überlegenheit. Die Gruppenmitglieder erfüllt der Stolz über die auf ihren eigenen Lebensmittelpunkt zentrierte Perspektive. Kartographische Karikaturen werden intuitiv verstanden, zusätzliche Erklärungen sind nicht notwendig.“ (RASE, 2001) Wie bei Rase dargestellt verbindet derartige Karikaturen mit kartographischen Anamorphosen das Konzept einer nichtlinearen Raumdarstellung, wobei in der Karikatur die Daten der Anamorphote durch die Vorstellung (des Zeichners) der Raumwahrnehmung (der zu karikierenden Person oder Gruppe) ersetzt werden. Die vom Zeichner ausgehende, subjektive Darstellung eines (meist) beschränkten Weltbilds einer Person oder einer Gruppe ist ein häufig verwendetes Mittel in der Propaganda um seinen (hier meist ideologischen) Gegnern fehlende Weltkenntnis zu unterstellen.

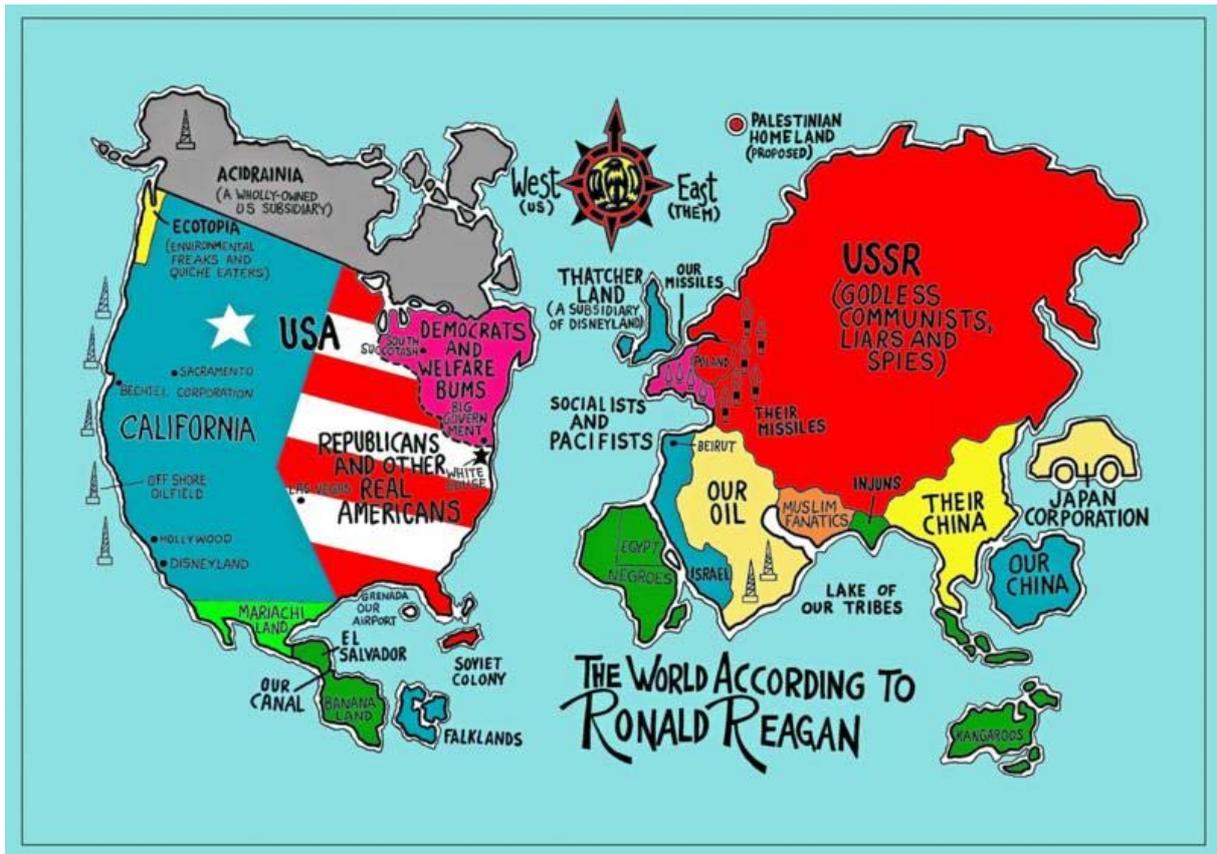


Abb. 5.14: „The World According to Ronald Reagan“

6. Verwendung kartographischer Gestaltungsmittel zu Werbe- und Propagandazwecken

Kartographische Grundelemente

Als kartographische Grundelemente gelten in der 2-dimensionalen Kartographie Punkte, Linien und Flächen. Sie stellen das graphische Grundgerüst jeder Karte dar. Alle weiteren in Karten auftauchende Formen sind aus der Kombination mehrerer dieser kartographischen Grundelementen abgeleitet. In Folge soll dargelegt werden, wie die Grundelemente in Propagandakarten zur Vermittlung von suggestiven Botschaften verwendet werden können.

Punkte

Der Punkt ist die kleinste graphische Ausdrucksmöglichkeit. Er besitzt im Idealfall keine Dimension sondern nur über eine Lage. In der Praxis verfügt jeder Punkt natürlich über eine räumliche Ausdehnung – schon allein aus Gründen der Darstellbarkeit. Punkte dienen vor allem zur Lageangabe für ein Objekt. Über graphische Variation, wie Größe, Form und Farbgebung sowie über Beschriftung ist es möglich, dem Punkt eine qualitative oder quantitative Information zu verleihen. Der Punkt dient sowohl zur Darstellung der Lage eines diskreten Objekts, wie auch, im Rahmen eines Kartogramms, zur Repräsentation eines gewissen Werts. So können Punkte in Form einer Punktwolke auch als Visualisierungsmittel der Verbreitung eines Merkmals, wie etwa der Verteilung einer Bevölkerungsgruppe, dienen. Auf diese Weise kann die Objektverteilung eines Merkmals im Raum gut visualisiert werden. Hierbei kann der Punkt jedoch seine Lagegenauigkeit einbüßen, indem er als Visualisierungsobjekt für mehrere Einheiten (etwa ein Punkt entspricht 100 Einheiten) verwendet, und somit im Schnittpunkt der realen Objekte eingezeichnet wird.

In politischen Propagandakarten stehen Punkte als Repräsentation diskreter Objekte, meist Städte, Orte von Ereignissen oder andere strategisch wichtige Punkte. Von besonderer Wichtigkeit sind Punktsignaturen in Werbekarten, die eine Anfahrsbeschreibung zu einem Standort bieten und eben diesem besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen wollen. In den meisten Fällen sind derartige Punkte mit einer, oft bildhaften, Signatur versehen, die in späterer Folge behandelt werden. Als Beispiele für die Verwendung von Punkten in der Propagandakartographie seien hier zwei Karten wiedergegeben, eine in der Punkte diskrete

Objekte – in diesem Fall Ereignisse – repräsentieren und verorten und ein Beispiel zur Verwendung von Punkten zur Darstellung von Objektstreuungen.

Evil across our planet

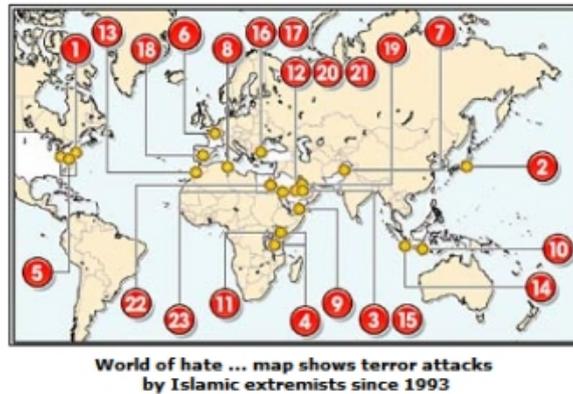


Abb. 6.1: „Evil across our planet“ (UK Online Sun)

Diese Karte aus der Sun verwendet zur Verortung von islamistischen Terroranschlägen Punktsignaturen, denen zur Erklärung Nummern beige geschrieben wurden. Der Punkt dient als Kennzeichnung eines diskreten Ereignisses, die Gesamtheit der Punkte soll die globale Verbreitung des Terrorismus präsentieren. Die Propagandawirkung dieser Karte wird jedoch weniger durch die Gestaltung der Punkte, denn durch den Titel und die Beschriftung erzielt.



Abb.6.2: „Nationale Minderheiten in Europa“ (RADÓS, 1930, S. 165)

Diese Karte des berühmten ungarischen, kommunistischen Kartographen Sandór Radós verwendet die Punktsignatur zur Visualisierung der Verteilung von Minderheiten in Europa. Hierbei bedient er sich Punkten mit gestuften Mengenwerten, die zur Qualifizierung in rot und schwarz unterteilt sind. Als einziges Land ist die Sowjetunion in Flächenfarbe rot wiedergegeben und in ihr werden keine nationalen Minderheiten angeführt, was zwar der Doktrin des übernationalen Sozialismus, der Nationalitäten überwunden hat, entspricht, jedoch faktisch sicherlich falsch ist. Die roten Punktsignaturen, die Minderheiten ohne Autonomie darstellen, sind in der gleichen Farbe wie die Sowjetunion wiedergegeben. Auf diese Weise werden sie in einem Naheverhältnis zum Realsozialismus gebracht, die Sowjetunion als ihre Schutzmacht dargestellt und der Machtbereich der UdSSR gleichzeitig optisch über ihre Grenzen hinweg erweitert. Zudem werden die Minderheiten nicht nach ihrer Nationalität unterschieden sondern lediglich durch ihren rechtlichen Status getrennt. So entsteht im Kartenbild eine graphische Homogenität von Gruppen (wie etwa Deutschen in der Tschechoslowakei und Polen in Deutschland), die in Realität nicht vorhanden war.

Die Verwendung von Punktsignaturen zur Repräsentation der räumlichen Verteilung eines Merkmals ermöglicht ein stärkeres optisches Hervortreten des Phänomens, als dies in anderen Darstellungsmethoden möglich wäre. Im Unterschied zu einem Flächenkartogramm zum gleichen Thema sind die Punkte nicht an den Raum gebunden, den das Phänomen – wie in obigen Beispiel die Minderheit – tatsächlich einnimmt, sondern lediglich durch die Lage mit diesem lose verbunden. Die nach Wertmenge gestuften Punktsignaturen können demnach auf der Karte mehr Platz einnehmen, als dies das Phänomen auf der Erdoberfläche tatsächlich tut. Auch gibt die Punktsignatur keine Auskunft über das mengenmäßige Verhältnis zwischen Minderheit und restlicher Bevölkerung. In einem Wertpunkt entspricht das dargestellte Phänomen immer 100%, selbst wenn in dem Bereich der Erdoberfläche, den dieser Punkt in einer Karte einnimmt, völlig andere Zustände vorherrschen.

Linien

Die Linie ist eine eindimensionale graphische Ausdrucksform. Sie besitzt eine Lage im Raum sowie einen Längenwert in der ersten Dimension. Für die Darstellung von quantitativen und qualitativen Merkmalen sind Linien ebenfalls nach Form, Farbe und Breite variabel. Die Form von Linien kann je nach Verwendungszweck stark variieren, von durchgezogen bis unterbrochen, von gerade bis gezackt und von einzeln bis doppelt. Linien in Karten können

zudem über eine Richtung verfügen. Diese kann sich entweder aus der Art des dargestellten Objekts von selbst ergeben (wie etwa bei Fließgewässern) oder in Form eines Pfeils visualisiert werden.

Linien stellen entweder linienförmige Objekte der Erdoberfläche dar, oder dienen zur Abgrenzung diskreter, flächiger Objekte voneinander. Zudem verbinden Linien auch Punkte gleicher Werte in einem Wertkontinuum als sogenannte Isolinien.

Über die Abstufung von Linienformen und -breiten können Hierarchien in einer Objektgruppe gebildet werden, wie etwa die Unterscheidung von verschiedenwertigen Verkehrswegen oder Grenzen. Gleichzeitig kann durch variable Breite eine quantitative Angabe erfolgen. Insgesamt muss festgehalten werden, dass dünne Linien in Karten eher exakt wirken, während breite Linien eine geringere Lagetreue vermitteln. (HAKE et al., 2002, S. 120) In Werbekarten dienen betonte Linien oftmals als Visualisierung von Verkehrsrouten oder zur Anfahrsbeschreibung.

Gerade die Funktion der Linie als Möglichkeit der Abgrenzung zwischen Objekten macht sie zu einem der wichtigsten Gestaltungsmittel in der Propagandakartographie. Man unterscheidet hierbei im Wesentlichen zwischen der Abgrenzung zweier in der Karte dargestellter flächenhafter Objekte (wie etwa Staaten), oder der Abgrenzung eines abstrakten Phänomens, das selbst nicht dargestellt wird, oder werden kann, wie etwa Reichweiten von Waffensystemen, oder Siedlungsgrenzen. Die Grenzlinie hat immer eine absolute Aussage und gibt keine relativen Aussagen oder Werte wieder. Wer sie überschreitet, ist innerhalb oder außerhalb eines anderen räumlichen Phänomens oder Zustands. Für einen Propagandisten ist es natürlich naheliegend, derartige Linien nach eigenen Vorstellungen einzuzeichnen, entweder um Anspruch welcher Art auch immer auf ein Gebiet zu erheben, oder um eine Bedrohung zu demonstrieren, wie folgende Beispiele zeigen sollen.



Abb. 6.3: „Elsass-Lothringen“ (Deutschland 1884)

Bei genauerer Betrachtung fällt eine rote Linie auf, die in der Legende als deutsch-französische Sprachgrenze definiert ist. Gerade in einer historisch stark zweisprachig geprägten und gewachsenen Region ist eine derart scharfe Abgrenzung zwischen zwei Sprachgruppen wohl kaum möglich. Es ist somit davon auszugehen, dass wohl nicht alle Einwohner des Gebiets rechts dieser Linie rein deutschsprachig waren, sondern ein fließender Übergang vorherrschte. Der deutsche Zeichner dieser Karte intendierte durch die Festlegung dieser Sprachgrenze vermutlich vorrangig den deutschen Anspruch auf Elsass-Lothringen zu unterstreichen. So gibt es auch keine Angaben auf welcher Datenquelle basierend diese Linie eingezeichnet wurde.

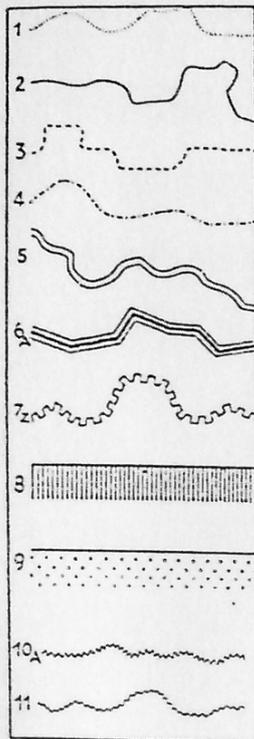


Abb. 6.4. „Approximate area of northern Israel subject to Hezbollah rocket attack“ (Israel Ministry of Foreign Affairs, 2006)

Diese Karte, die im Umfeld des Libanonkriegs von 2006 entstand, und als Rechtfertigung für den Militäreinsatz dienen sollte, grenzt mit einer dicken roten Linie die Reichweite der Raketen der Hisbollah ab. Die Linie teilt das Land in sichere und unsichere Gebiete. Regionale topographische Gegebenheiten, wie Höhenzüge, die vielfach direkten Einfluss auf das Einschlagsgebiet einer Rakete haben, werden hierbei nicht berücksichtigt. Bei Reichweitenlinie in dieser Karte handelt es sich in gewisser Weise auch um eine Isolinie, die gleiche Werte (Reichweite der Raketen) miteinander verbindet. In vielen vergleichbaren Karten, die über Reichweiten von Waffen Auskunft geben wollen, werden Isodistanzen verwendet, die gleiche Entfernungen von der Grenze des „feindlichen“ Gebiets verbinden.

Je nach Art der Beziehung zwischen zwei angrenzenden Gebieten können (Grenz)Liniensignaturen stark unterschiedlich wiedergegeben werden. So unterscheidet beispielsweise Rupert von SCHUHMACHER in seiner „Theorie der geopolitischen Signatur“ (1934) zwischen einer ganzen Reihe von verschiedenen Grenzlinien, wie unten angeführt (übernommen aus VOLLER, 1992, S. 76).

A. Grenzen



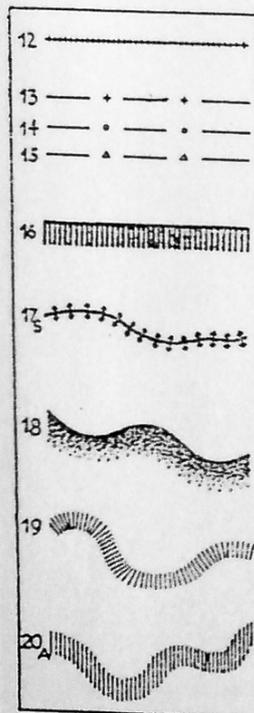
1. bis 5. Die häufigsten graphischen Variationen.

6. Wehrgrenze. (Der Festungsdarstellung entnommen. Stark zu schematisieren.)

7. Betonte Grenze.

8. u. 9. Übersetzung der üblichen Farbbranddarstellung in Schwarzweißmethode.

10., 11. u. 12. Darstellung unsicherer Grenzführung.



13., 14. u. 15. Variationen mit Kotenangabe.

16. Naturgrenze.

17. „Kampf“-Grenze.

18. Beste geopolitische Schwarzweißlösung: „Verdichtung“ bis zur Grenzlinie.

19. u. 20. Überlagerte Grenzen. Z. B. Volkstumsgrenzen über Staatsgrenzen usw.

Eine Besonderheit der politischen Propagandakarten sind Linien, die weitgehend fiktive, im Raum nicht existierende Frontstellungen, Kräfteverhältnisse und Einflussphären darstellen sollen. Vor allem in der kartographischen Propaganda des Nationalsozialismus wurden, unter den Schlagworten „Blut und Boden“, aus geographischen Gegebenheiten Linien abgeleitet, um eine natürliche, annähernd biologisch begründete Gliederung des Raums zu schaffen, wie die folgenden Beispiele zeigen sollen.

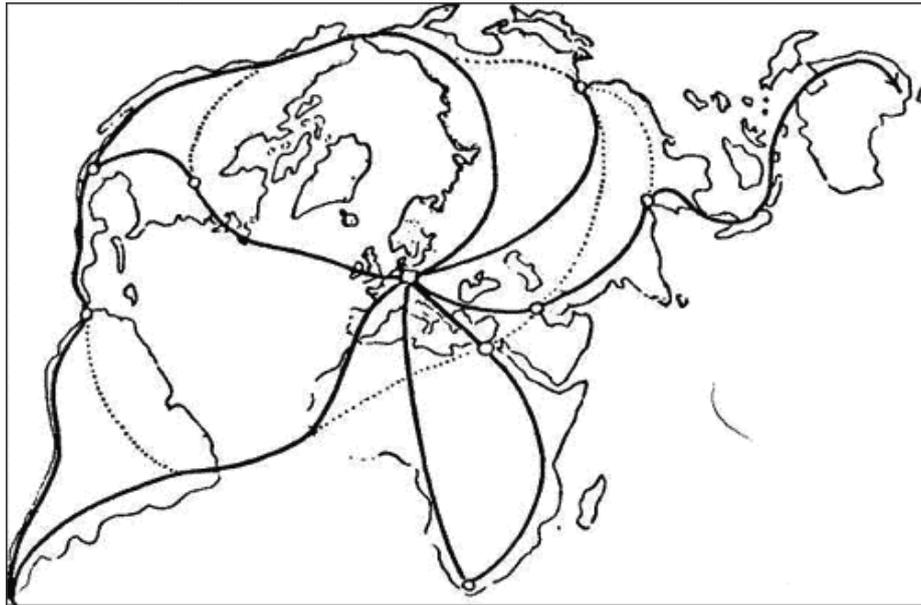


Abb. 6.5: „Weltschnittpunkt Deutschland. Fünf von sieben geopolitischen Schwerlinien führen durch Europa. Sie alle schneiden sich in Deutschland“ (In: LOHAUSEN, 1988)

Diese Karte findet sich in einer obskuren, stark rechtsnationalen Publikation und greift besonders auf die nationalsozialistische Lehre der Geopolitik zurück. Anhand von sogenannten „geopolitischen Schwerelinien“ soll erklärt werden, warum Deutschland besonderes Gewicht in der Welt besitzt. Warum dafür aber eine Linie durchs nördliche Sibirien irgendeine Bedeutung haben soll, wird nicht weiter erwähnt. Ein weiteres Beispiel aus gleicher Publikation ist folgende Karte.

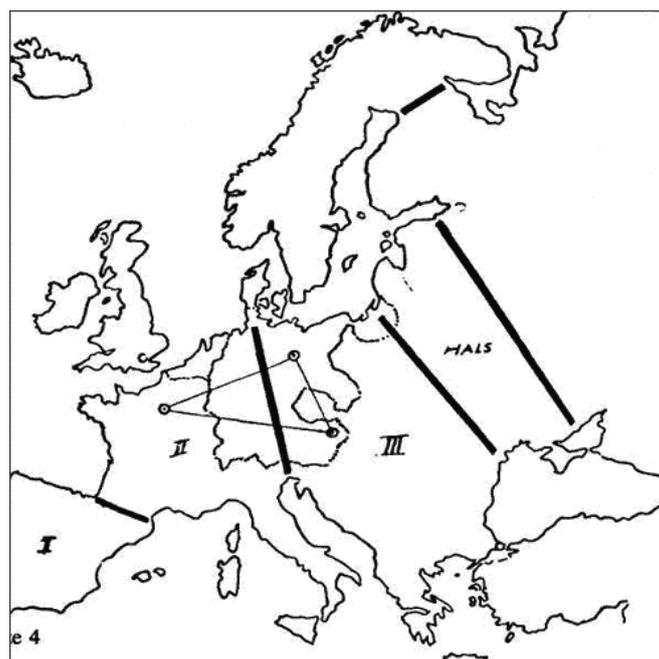


Abb. 6.6: „Die drei Abschnitte der europäischen Halbinsel“ (In: LOHAUSEN, 1988)

„Mittelmeer und Atlantik teilen die europäische Halbinsel in drei deutlich unterschiedene Abschnitte: Südwest, Mitte und Ost (I, II, III). Ostwärts des dritten Abschnitts verliert das Land den Charakter der Halbinsel, der hier anschließende Hals bildet den Übergang zur eurasischen Rumpflandschaft.“ (LOHAUSEN, 1988) Auf diese Weise soll erklärt werden, dass etwa Russland – mehrfach als Vertreter einer asiatischen Kultur des Dschingis Khans genannt – kein Teil Europas ist. Die Grenzlinien der Abschnitte sind weitgehend nach räumlichen Kriterien wie Landengen gezogen worden. Geschichtlich wie kulturell ist diese Gliederung Europas natürlich äußerst fragwürdig. Ein Dreieck aus Linien zwischen Paris, Berlin und Wien in der Mitte Europas soll zudem einen nicht näher spezifizierten „Kernraum“ definieren. Bemerkenswert ist zudem, dass diese Karte aus den späten 1980er Jahren das „geschlossene deutsche Siedlungsgebiet von 1937“ wiedergibt.

Flächen

Eine Fläche ist ein zweidimensionales graphisches Grundelement, das durch Linien begrenzt wird. Sie besitzt eine konstante inhaltliche Information, die an jedem Punkt innerhalb der Fläche gleich ist. Dies wird graphisch durch eine Füllung wiedergegeben, die über die gesamte Ausdehnung der Fläche konstant ist. Eine graphische Variation ist nach Farbton, Tonwert und Füllung möglich.

Flächendarstellungen können flächenhafte Diskreta der Erdoberfläche qualitativ wiedergeben und ihre Lage verorten. Die räumliche Abgrenzung erfolgt über eine Linie (die jedoch nicht als solche eingezeichnet sein muss, vielfach reicht der Kontrast zwischen den Füllungen benachbarter Flächen) und über die Füllung wird die Qualität des Objekts zum Ausdruck gebracht. (HAKE et al., 2002, S. 121) Weitere Verwendungsmöglichkeiten von Flächen sind im Rahmen von Kartogrammen (Flächendichtekarten mit Wertstufen), in denen durch die Flächenfüllung Quantitäten voneinander abgegrenzt werden. Zudem können über Flächen auch Wertstufen eines Kontinuums ausgedrückt werden, indem Intervallflächen zwischen zwei Isolinien mit einer konstanten Füllung versehen, eine Flächensignatur bilden.

Flächen in Werbe- und Propagandakarten repräsentieren meist wirtschaftlich oder politisch bedeutende räumliche Phänomene wie Staaten, Siedlungsgebiete, Ölreviere oder Verbreitungsgebiete von Religionen. Propagandistische Bedeutung finden Flächen vor allem

durch ihre Generalisierung sowie durch ihre graphische Gestaltung. Wichtig ist hierbei etwa die Auswahl, welche flächenhaften Objekte, wie etwa Staaten, auch als Flächen in einer Karte dargestellt werden. So wird in vielen Propagandakarten mit Fokus auf ein bestimmtes Land oder anderes räumliches Phänomen nur dieses flächenhaft wiedergegeben, während andere entweder nicht wiedergegeben werden, oder mehrere zu einem übergeordneten, möglicherweise konkurrierenden oder feindlichen Flächenobjekt zusammengefasst werden.

Eine häufige Methode in politischen Propagandakarten ist der Flächenvergleich. Gerade über die räumliche Verbreitung eines politischen Phänomens, wie etwa eines Staats, einer bestimmten Bevölkerungsgruppe oder einer Religion, drückt sich die Bedeutung des Phänomens aus. Vielfach ist die Gegenüberstellung mit einem konkurrierenden, meist größeren Objekt eine Möglichkeit, einerseits die eigene Bedrohtheit zu zeigen, oder eigene außenpolitische oder militärische Aktionen zu rechtfertigen. Derartige Vergleiche setzen auf eine einfache Wahrnehmung, indem sie räumliche Verbreitung und Größe mit politischer und/oder wirtschaftlicher Macht gleichsetzen.



Abb. 6.7: „A study in Empires“

Diese 1940 in der in Amerika erschienen (prodeutschen) Zeitschrift „Facts in Review“ abgedruckte Karte, vergleicht die Fläche Nazi-Deutschlands mit der des Großbritanniens samt zugehöriger Kolonien und stellt, ein Jahr nach Ausbruch des Zweiten Weltkriegs, an den amerikanischen Leser die Frage von welchem Land die größere Bedrohung ausgeht. Diese Gegenüberstellung hinkt nicht nur in geschichtlicher Hinsicht, immerhin war es Nazideutschland das den Krieg begonnen hat, sondern auch in geographischer. So werden

dünn besiedelte Gebiete von immensem Ausmaß, wie Australien oder Kanada, als Machtzentren Großbritanniens dargestellt.

Andere Möglichkeiten für den Flächenvergleich in Propagandakarten sind folgende Beispiele, in denen nicht Flächen gegnerischer Länder, sondern von historischen Zuständen oder unterschiedliche Gebietszustände miteinander verglichen werden.

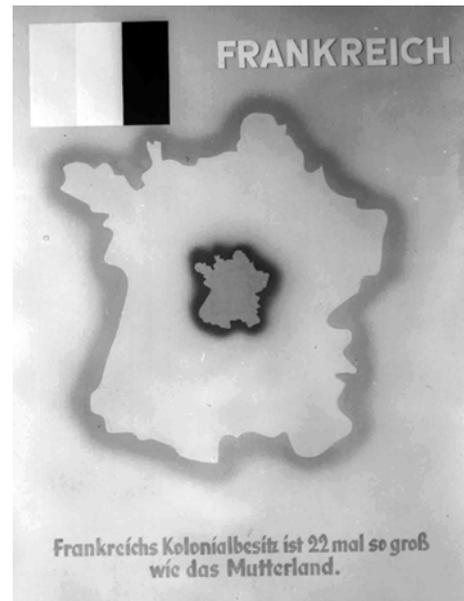


Abb. 6.8: (A) „Das größere Deutschland vor dem Kriege“, 1939; und Abb. 6.9: (B) „Frankreich. Frankreichs Kolonialbesitz ist 22 mal so groß wie das Mutterland“.

Diese beiden Karten arbeiten ebenfalls nach dem Prinzip des Flächenvergleichs. A stellt die Fläche Nazideutschlands von 1939 der des deutschen Kaiserreichs von 1918 gegenüber, mit der Aussage einer vermeintlichen Schrumpfung des Landes, vor allem durch den Verlust der Kolonien. Das dem Deutschen Reich bis 1939 natürlich bereits Österreich sowie Tschechien einverleibt wurden und diese Gebiete eine strategisch wie wirtschaftlich bedeutendere Rolle spielten, als etwa die verlorenen afrikanischen Kolonien Togo oder Namibia, bleibt ungesagt. Karte B spielt mit der gleichen Methode, so wird die Fläche Frankreichs der aller kolonialen Besitzungen gegenübergestellt, obwohl diese, vor allem in Nordafrika, hauptsächlich Wüsten bildeten. In beiden Karten wird der Flächenbezug auf die Umrisse des „Mutterlands“ umgerechnet und auf diese Weise die politische wie wirtschaftliche Bedeutung jedes verlorenen, oder kolonialen Quadratkilometers dem in Europa gleichgesetzt. Beide Karten sollen die „Ungerechtigkeit“ die Deutschlands im Vertrag von Versailles 1919 mit dem Verlust der Kolonien wiederfahren ist darstellen.

In vielen Fällen dient der Flächenvergleich dazu, die historische Entwicklung eines Landes oder eines politischen Zustands zu demonstrieren. Hierbei können sich Propagandisten des unzulässigen Vergleichs von unterschiedlichen Zuständen bedienen um die Aussage der Botschaft zu erhöhen und gravierender wirken zu lassen, wie folgendes Beispiel zeigt.

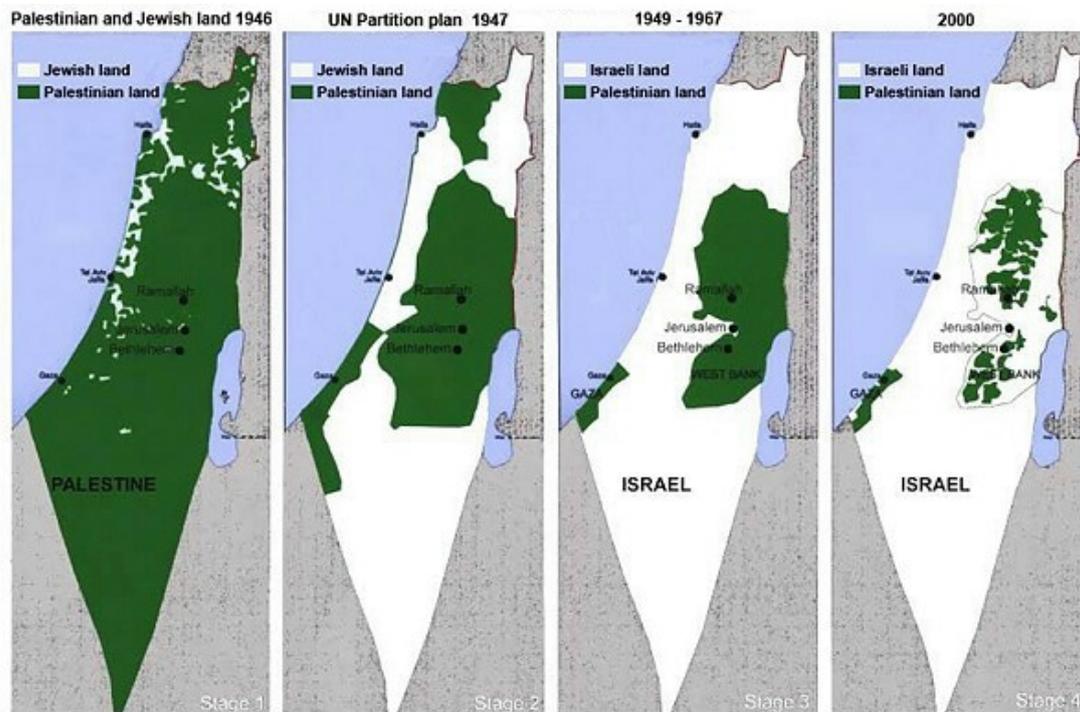


Abb. 6.10.: „Palästina wird von der Landkarte getilgt“

Diese Gegenüberstellung von vier Karten, die eine gravierende Expansion Israels auf Kosten der Palästinenser zeigen, scheint auf den ersten Blick klar und eindeutig verständlich als lineare Reihe einer flächenhaften Thematik in ihren temporären Zuständen. Bei näherer Analyse der politischen Hintergründe wird jedoch ersichtlich, dass der Vergleich zwischen den Karten unzulässig ist. Karte 1 stellt das Siedlungsgebiet (ungeachtet der Siedlungsdichte) dar, während die Karten 2 und 3 politische Grenzziehungen visualisieren. Karte 4 wiederum zeigt die militärisch Kontrolle in der Region. Diese einzelnen Thematiken werden nicht benannt, sondern durch die einheitlichen Legenden mit „Jewish/Israeli land“ und „Palestinian Land“ vereinheitlicht. Durch den Kartenvergleich wird somit eine gezielte „Tilgung“ der palästinensischen Bevölkerung durch Israel suggeriert – die erste Karte als Siedlungskarte stellt die Argumentationsbasis her – , die jedoch nicht stattgefunden hat. Auf diese Weise wird die Unterdrückung der Palästinenser im Nahostkonflikt durch kartographische Mittel zusätzlich verstärkt um einerseits Solidarität zu erzeugen und andererseits möglicherweise gewaltsamen Widerstand zu legitimieren.

In Werbekarten ist der Flächenvergleich ein häufig verwendetes Phänomen um flächenabhängige Produkte, wie Senderreichweiten oder Netze für Mobiltelefone zu bewerben. In diesem Fall wird die Qualität des Produkts direkt von der Fläche abhängig gemacht.



Abb.6.11: „Mehr mobiles Breitband-Internet als 3 hat keiner“ (3-Werbeplakat)

Diese Karte entstammt einer TV-Werbekampagne, bei der die Reichweiten verschiedener mobiler Internetbetreiber über einen Flächenvergleich auf Karten gegenübergestellt werden. Die Karte ist eine fast comicartige Darstellung Panorama-Inseldarstellung Österreichs, interessant ist etwa der aus Osttirol ins Nichts abstürzende Wasserfall. Die vom Werbeträger abgedeckte Netzfläche wird durch eine orange Fläche wiedergegeben, dazu wird vermerkt, dass 94% Österreichs (bezogen auf die Bevölkerung) abgedeckt wird. In der TV-Werbung soll durch die flächenhaft dargestellten Netzabdeckungen verschiedener Betreiber dem potentiellen Kunden vermittelt werden, dass nur jenes Netz, das auf der Karte die größte Fläche einnimmt qualitativ sinnvoll ist. Dass dies natürlich für einige Gebiete, wie etwa in Teilen des Mühl- und Waldviertels, oder in Bergregionen nicht gilt, die jedoch von anderen Betreibern mitunter abgedeckt sind, bleibt ungesagt.

Signaturen

„Signaturen, auch Kartenzeichen oder Symbole genannt, reichen von mehr oder weniger abstrahierten Objektbildern bis zu konventionellen Zeichen. (...) Sie lassen sich allen graphischen Variationen unterziehen und ermöglichen damit Aussagen über nahezu alle Objektmerkmale.“ (HAKE et al., 2002, S. 122) „Grundsätzlich sei gesagt, dass jede Signatur informativen und suggerierenden Charakter hat, und auch haben soll. Es liegt im Sinne der Signatur, beim Betrachter Assoziationen zu wecken, die der darzustellenden Thematik nahe kommen bzw. exakt entsprechen sollen.“ (VOLLER, 1992, S. 112)

Generell werden Signaturen einerseits nach qualitativen und quantitativen Aussagen sowie nach ihrer graphischen Beschaffenheit gegliedert. Nach Gestalt der Signaturen unterscheidet HAKE et al. (2002, S. 123) zwischen bildhaften, oder sprechenden Signaturen, die das darzustellende Objekt schematisch bis individuell wiedergeben, symbolhaften Darstellungen, die über allgemein verständliche, abstrahierte Bilder reale Objekte wiedergeben, geometrischen, oder abstrakten Signaturen, die aus einfachen mathematischen Formen gebildet oder abgeleitet werden, sowie Buchstaben und Zahlenwerten, die als Identifizierung von Objekten in der Karte verwendet werden.

Für die Werbe- und Propagandakartographie sind vor allem drei Signaturentypen von besonderer Bedeutung, einerseits die bildhaften sowie symbolische Signaturen im Allgemeinen, andererseits die beiden geometrischen Formen Kreise und Pfeile.

Eine weitere, häufig in Werbe und Propagandakarten vorkommende Form sind bildhafte Elemente im Kartenbild bei denen es sich nicht um Signaturen im engeren Sinn handelt, da sie kein konkretes räumliches Objekt wiedergeben. Sie geben jedoch Orten und Gebieten oftmals eine semantische, oder wertende Zuschreibungen und Bedeutungen.

Bildhafte und symbolhafte Signaturen

Über die Wiedergabe von realen Objekten über sprechende Symbole soll die Wahrnehmung für den Betrachter vereinfacht, und eine schnelle Identifizierung des dargestellten Phänomens mit der in der Karte eingezeichneten Signatur ermöglicht werden. Symbolhafte Signaturen erzielen durch den hohen Wiedererkennungswert von abstrakten Zeichen (wie etwa einem Blitzsymbol für Elektrizität oder dem allseits bekannten Zeichen für Radioaktivität) die selbe

Wirkung. Der Übergang zwischen bildhaften und symbolhaften Signaturen ist mitunter fließend.

In der militärischen Propagandakartographie werden besonders häufig Flugzeuge, Bomben, Raketen und andere Waffensysteme als bildhafte Signaturen wiedergeben. Diese Signaturen dienen etwa zur Illustration von Truppenaufmärschen und Angriffsrouten. Hierbei kommt es häufig zur Kombination der bildhaften Signatur von Waffensystemen mit Pfeilen. Auf diese Weise entsteht ein sehr dynamischer Eindruck, der durch die Orientierung der Signatur verstärkt wird. So werden Flugzeuge und Raketen etwa immer mit Flugrichtung Angriffsziel dargestellt, wie auch folgendes Beispiel zeigt.

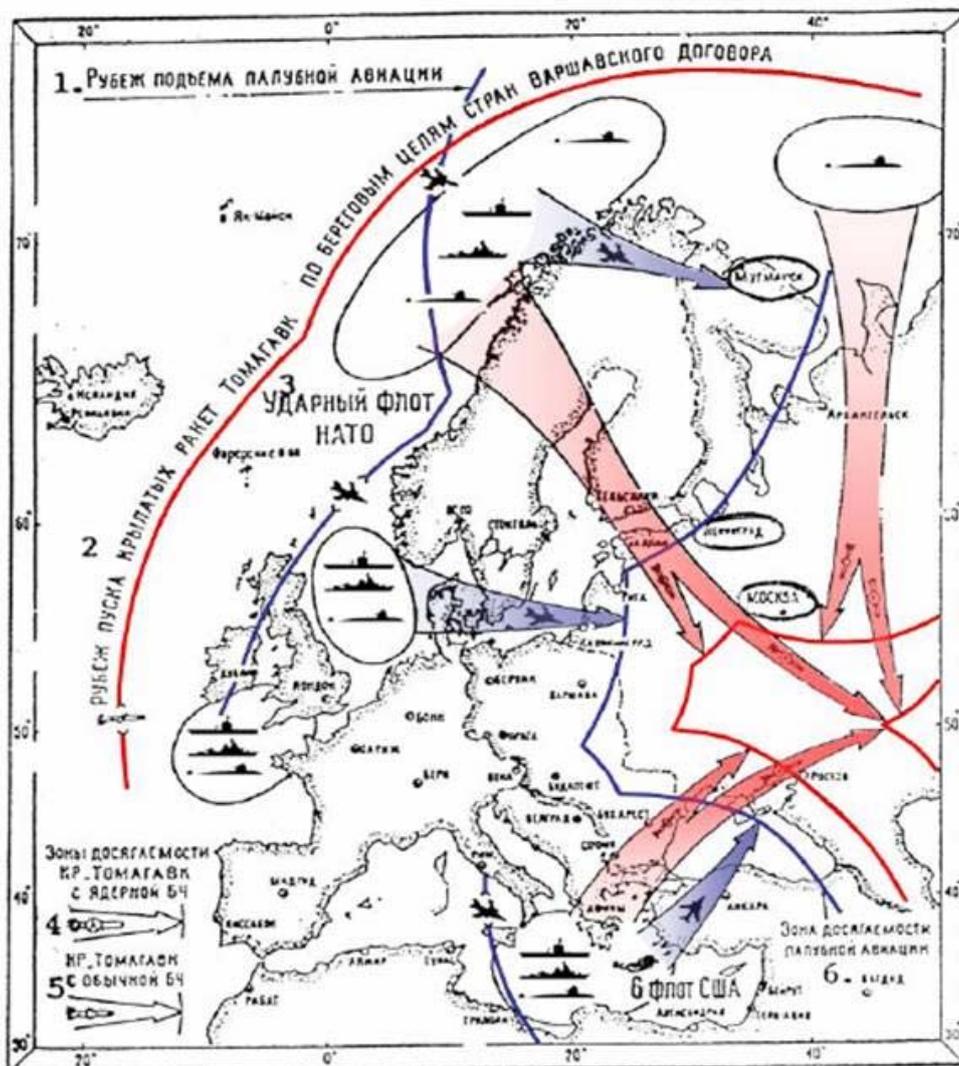


Abb. 6.12: „The Soviet View” (UdSSR, 1980er)

Diese russische Karte soll die Bedrohung der Sowjetunion durch Marine, Luftstreitkräfte und Raketen der NATO-Staaten darstellen. So wird die weitgehende Eroberung der UdSSR durch die westlichen Aggressoren in sechs Stufen eingezeichnet. Die Bedrohungssituation wird durch die Verwendung von bildhaften Signaturen für diverse Waffensysteme, in Kombination

mit flüchigen Pfeilen, verstärkt. Generell sind alle bedrohenden Objekte in Richtung der UdSSR ausgerichtet, wodurch eine hohe Dynamik in der Karte entsteht. Mit einer derartigen Karte können einerseits präventive Maßnahmen sowie eine Aufstockung des eigenen militärischen Potentials argumentiert werden.

Ein weiterer Verwendungszweck von bildhaften Signaturen ist zur Wiedergabe quantitativer Informationen, wie etwa der Verdeutlichung diverser Waffenarsenale, meist in Form von Werteinheitssignaturen. Hierbei stellt jede Signatur eine konstante Werteinheit dar, die qualitative Information wird über die Form des Zeichens transportiert und die quantitative über die Anzahl der gleichförmigen Signaturen. (HAKE et al., 2002, S. 128) Hierbei ist bei Waffen die Orientierung der Werteinheitssignaturen vereinheitlicht und nicht auf ein militärisches Ziel ausgerichtet, sondern eher in einer defensiven Position, die nichts desto Trotz eine potentielle Machtausübung ausdrückt. (VOLLER, 1992, S. 113) Die propagandistische Wirkung derartigen Darstellungen erfolgt hauptsächlich durch die Menge an dargestellten Zeichen.

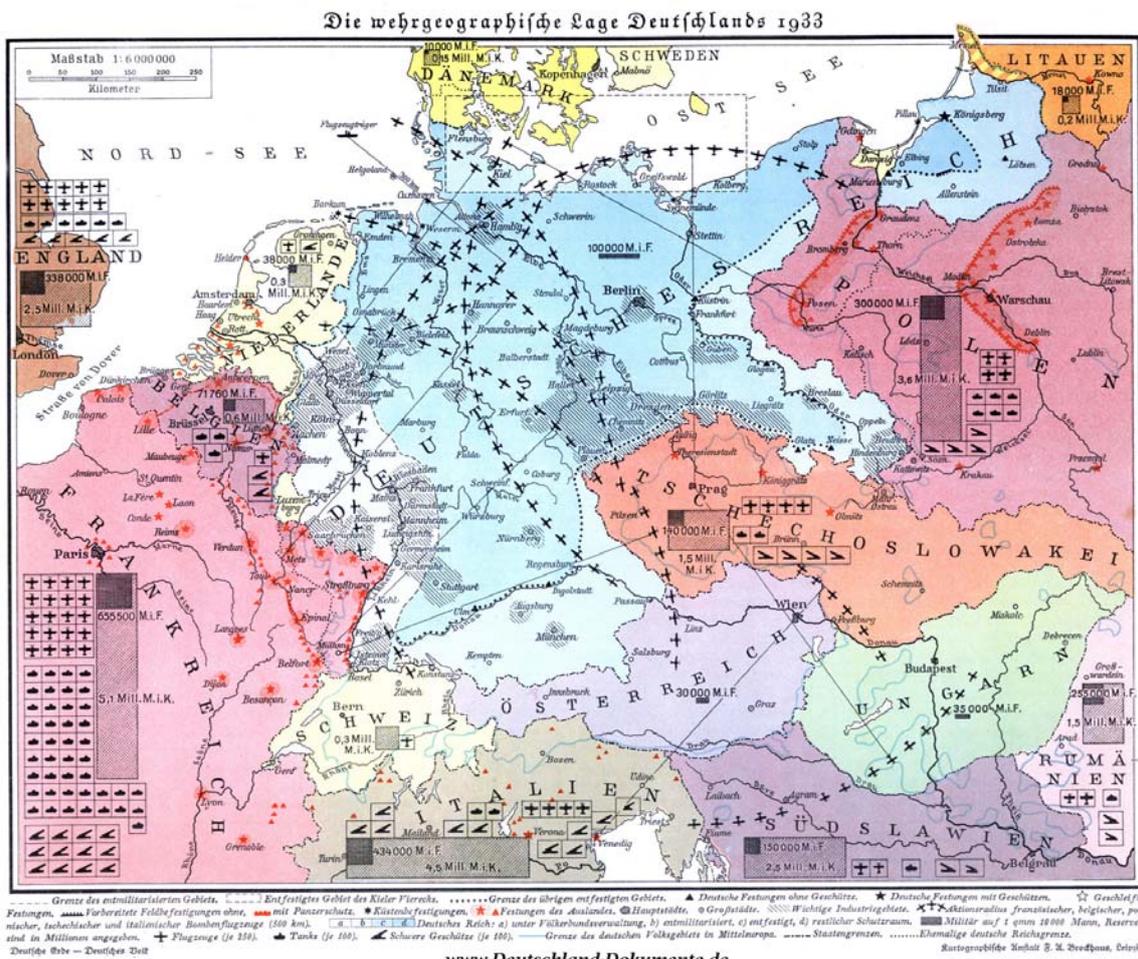


Abb. 6.13: „Die wehrgeographische Lage Deutschlands 1933“

Diese Karte soll die Bedrohtheit des deutschen Reichs vor der Übernahme der Herrschaft durch die NSDAP aufzeigen und bietet eine Vielzahl von kartographischen Gestaltungsmitteln um diese Gefahr zu verdeutlichen. Neben der farblichen Codierung (Deutschland und Österreich in friedfertigen Blautönen, Frankreich, Polen, die Tschechoslowakei und England in aggressiven Rottönen) werden anhand von Werteinheitssignaturen die Armeen der potentiellen Feinde imposant wiedergegeben, während Deutschland, Österreich und Ungarn als Verlierer des Ersten Weltkriegs unter der Entwaffnung zu leiden haben. Zusätzlich werden über Flugzeugsignaturen die potentiellen Aktionsradien feindlicher Luftstreitkräfte abgebildet, die ganz Deutschland, sowie Österreich und Ungarn bedrohen. Mit einer grauen Liniensignatur wird zudem die „deutsche Erde“ wiedergegeben und über geometrische Punktsignaturen werden feindliche Festungen abgebildet.

Symbolhafte Signaturen werden in ähnlicher Weise wie bildhafte verwendet. Symbole sind Bedeutungsträger die mit konkreten Phänomenen assoziiert werden. Durch kulturelle Prägung sind Symbole in einem bestimmten Kulturkreis allgemein verständlich. Auf diese Weise können abstrakte und komplizierte Thematiken in einem Bild einfach verständlich wiedergegeben werden. Für suggestiv arbeitende Karten sind Warnsymbole von besonderer Bedeutung.

So wird etwa das Warnzeichen für Radioaktivität (DIN Warnzeichen D-W005) ohne viel Erklärungsaufwand verstanden und mit tödlicher Gefahr assoziiert. In einer Karte, die etwa die Gefahr von Atomkraftwerken aufzeigen will, liegt daher die Verwendung dieses Zeichens als Signatur für ein AKW nahe. Im Gegenzug würde eine Karte von einem tendenziell Pro-Atomkraft eingestellten Kartenzeehner dieses Symbol meiden und das Kraftwerk tendenziell bildhaft wiedergeben. Dieses Beispiel verdeutlichen auch die beiden folgenden Abbildungen 6.14 und 6.15.



Abb. 6.14: „Bedrohung Österreichs durch grenznahe Atomkraftwerke“ (Antiatom)



Abb. 6.15: „Deutschlandkarte mit Kernkraftwerken“ (Wikipedia)

In der Werbung steht ein Signatur vielfach für ein bestimmtes Produkt oder eine Marke. In Werbekarten finden sich diese Markenzeichen oft als symbolhafte Signaturen für Firmen- oder Filialstandorte. Wie bei den oben erwähnten kulturell geprägten Warnzeichen werden derartige Logos vom Betrachter, der über lebenslangen Medienkonsum damit vertraut und geprägt ist, schnell verstanden und richtig interpretiert.



Abb. 6.16: Anfahrtsbeschreibung zum Outlet Store von Lax.com
Anhand von Firmenlogos wird die Anfahrtsroute wiedergegeben. Das Logo dient als Standortsignatur und soll zur schnellen Wiedererkennung dienen.

Kreise

„Der Kreis als kontinuierlich flächenhafte Ausbreitung einer spezifischen Thematik hat in Folge seiner gleichmäßigen Anordnung in der Darstellung flächenhafter Kausalitäten, die von einem Zentrum (dem Mittelpunkt) den Ausgang nehmen.“ (VOLLER, 1992, S. 117) Kreise eignen sich daher besonders für die Visualisierung von Gefahren, die von einem Zentrum ausgehen. Der Kreis schafft klare Bedingungen, alles innerhalb ist bedroht, außerhalb ist man sicher. „Kreise verleihen der Karte eine geometrische Klarheit, die leicht mit Genauigkeit und Glaubwürdigkeit verwechselt werden kann.“ (MONMONIER, 1998, S. 151) Wichtig zu beachten ist, dass gerade in kleinmaßstäbigen Karten nur in wenigen Projektionen die Kreisform am zweidimensionalen Kartenblatt beibehalten bliebe.



Abb. 6.17: „Olympic Rings of Fear“ (Japan, 1938)

Diese japanische Karte stellt die Bedrohung des Kaiserreichs durch amerikanische, britische und russische Flugzeuge dar – drei Jahre vor dem Angriff auf Pearl Harbor. Über Kreise werden die Flugradien angedeutet und über bildhafte Bombersignaturen die Gefahr manifestiert. Die Kreis-signaturen sind in dieser Karte wohl ohne Berücksichtigung der Kartenverzerrung eingezeichnet worden, und sollen der geometrisch einfachen Veranschaulichung der Bedrohung durch äußere Mächte dienen – mit dem Ziel einen Präventivschlag zu rechtfertigen.

Der Kreis ist sowohl Linien- wie Flächensignatur, da in den meisten Karten lediglich die Kreislinie eingezeichnet ist, damit jedoch ein flächiges Phänomen visualisiert werden soll.

Besondere Bedeutung kommt dem Kreis in der politischen Propagandakartographie durch die Entwicklung von atomaren Waffen und Raketensystemen zu. Sowohl der Rakete, wie auch einer nuklearen Explosion wird ein kreisförmiges Verhalten zugeschrieben. Die Aussage der Kreissignatur lässt sich verstärken indem konzentrische Kreise verwendet werden, die mitunter nach innen hin dunkler werden. Auf diese Weise können entweder Zerstörungszonen, oder Reichweiten unterschiedlicher Raketen visualisiert werden.

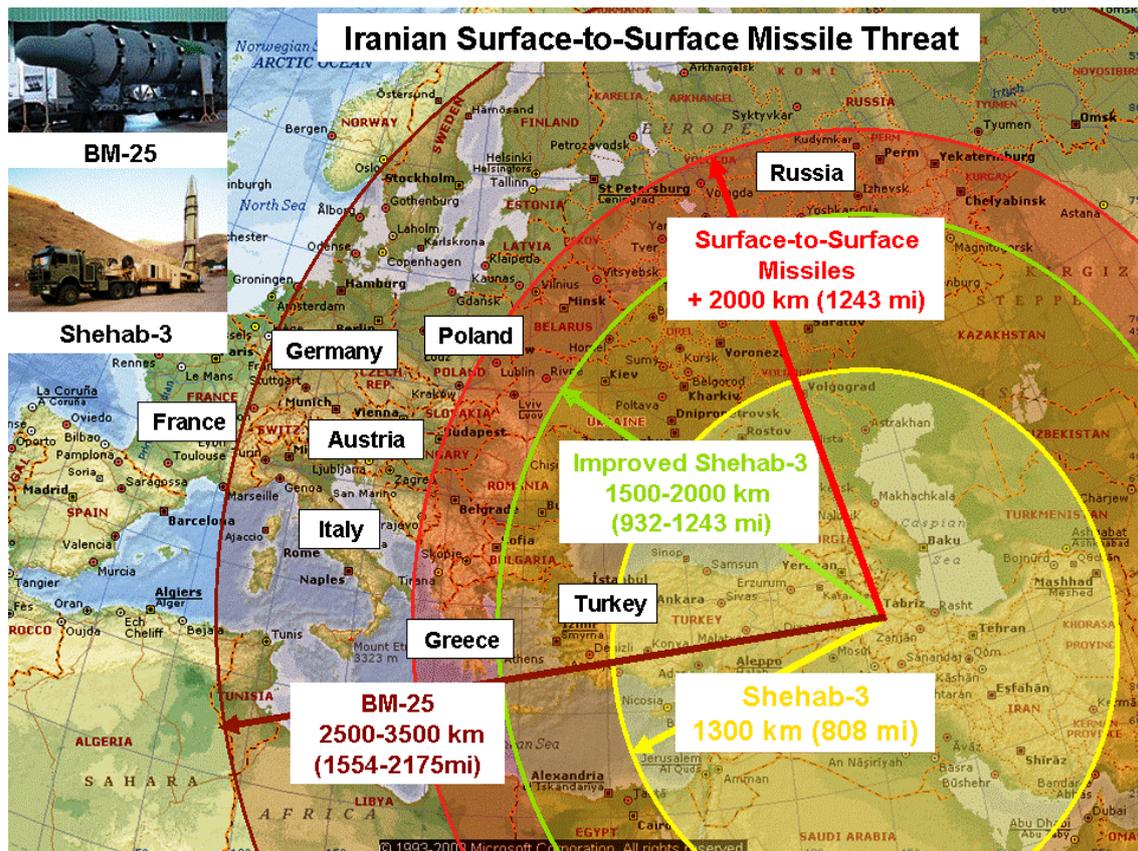


Abb. 6.18: „Iranian Surface-to-Surface Missile Threat“ (The Israel Projekt, 2008)

Diese Karte zeigt die Flugradien von diversen iranischen Raketen in Form von konzentrischen Kreisen, die projektionsbedingt leicht in Nord-Süd-Richtung gedehnt sind. Als Mittelpunkt wird ein nicht näher definierter Ort im Nordwesten des Iran angenommen. Von diesem Punkt gehen Pfeile, die mit Entfernungen und Raketentypen beschriftet sind nach außen und zur Illustration sind im linken oberen Eck zwei Abbildungen von Raketen. Durch die Farbgebung wird eine Intensitätssteigerung von innen nach außen vermittelt. Einige Länder innerhalb der Kreise sind namentlich genannt. Auf diese Weise soll von The Israel Projekt die Gefahr des Iran auch für Süd- und Westeuropa verdeutlicht werden und die Solidarität mit Israel, das von iranischen Raketen am meisten bedroht wird, geweckt werden.

Kreise werden zudem auch von Umweltschutzgruppen verwendet, die gegen bereits bestehende oder geplante Bauvorhaben, wie etwa Atomkraftwerke oder Müllverbrennungsanlagen, mobil machen, und der Bevölkerung anhand von Karten deren Gefahr verdeutlichen wollen.

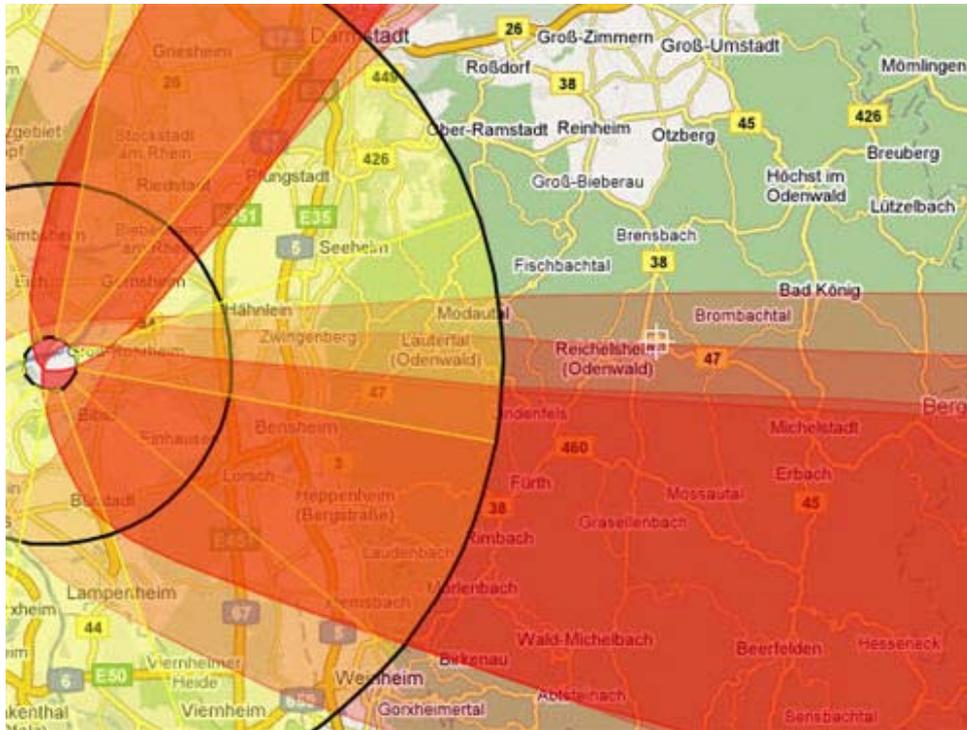


Abb. 6.19: „Alptrahmszenario Terrorangriff: Südhessisches AKW Biblis „größte anzunehmende Gefahrenstelle für Europa“

Diese Karte soll die Gefahr eines Terroranschlags auf das AKW Biblis demonstrieren und zeigt kreisförmig den Explosionsradius, sowie in Rot die Fallout-Wolke. Ziel dieser Karte ist die Mobilmachung gegen die Schließung des Atomkraftwerks, das wegen seiner Bauweise besonders von Terroranschlägen gefährdet ist. Auf topographische Gegebenheiten, wie Hügeln, Senken und andere Oberflächenformen, die im Fall einer Explosion die Zerstörungen beeinflussen könnten, wird nicht eingegangen.

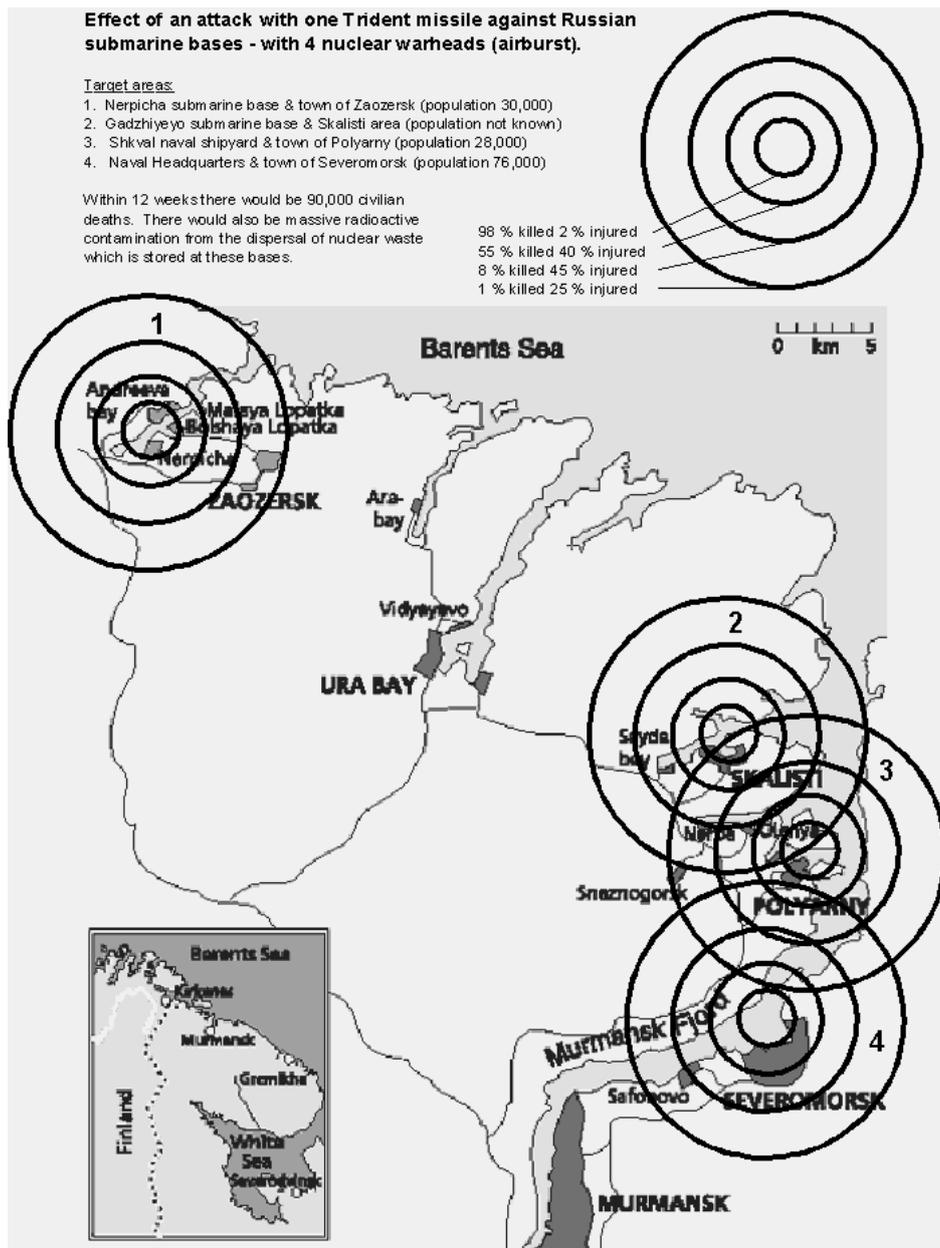


Abb. 6.20: „Effect of an attack with one Trident missile against Russian submarine basis – with four nuclear warheads (airburst)“ (Scottish campaign for nuclear disarmament)

Das Ziel dieser Karte einer schottischen Anti-Atombomben-Homepage ist die Bedrohung des Weltfriedens durch britische Trident-Raketen zu demonstrieren. In ähnlicher Weise wie Abb. 6.19 werden nukleare Explosionen ebenfalls meist durch konzentrische Kreise wiedergegeben, die im Fall dieser Karte unterschiedliche Zerstörungszonen visualisieren sollen. Typisch ist auch die Verwendung des „one city – one bomb“-Prinzips (nach BUNGE, 1988). Dieses Prinzip, für das es keine zuverlässigen Beweise gibt, ob es in militärischen Planungen auch eingehalten würde, bietet sich jedoch für die kartographische Darstellung eines Atomschlags an. Wie auch in Abb. 6.19 wird von einer vom Terrain unabhängigen, kreisförmigen Explosion ausgegangen.

Pfeile

Pfeile sind keine der ursprünglichen kartographischen Gestaltungsmittel und stellen ein Zwischending zwischen linienhaften Elementen und Signaturen dar. In der Propagandakartographie nehmen sie eine herausragende Rolle ein, da Pfeile eine besondere Dynamik ausdrücken. In kleinmaßstäbigen Karten spiegeln Pfeile meist nicht mit tatsächlichen Bewegungen überein, auch sind ihre Anfangs- und Zielpunkte meist nicht exakt definiert. (Ausnahmen bilden Werbekarten für z.B. Verkehrsmittel)

Pfeile dienen der Richtungsangabe sowie der Visualisierung von Dynamik in Karten. „Few map symbols are as forceful and suggestive as the arrow“ (MONMONIER, 2002, S. 107) Pfeile in Karten erwecken einen stark dynamischen Eindruck und können je nach graphischer Gestaltung eine Vielzahl von Aussagen zulassen.

Pfeile sind im Wesentlichen linienhafte Signaturen, die über einen Anfangs und einen Endpunkt verfügen. Diese Punkte sind jedoch in den meisten Fällen nicht als punktförmige Objekte aufzufassen sondern geben nur grob eine Herkunfts- und Zielregion an zwischen denen eine Bewegung stattfindet, Ausnahmen davon wären etwa Pfeile die Verkehrsverbindungen zwischen zwei Städten repräsentieren. Die Linienform von Pfeilen wird in vielen Fällen durch eine stark flächige Wiedergabe ebenfalls nebensächlich. Auch die Lage des Pfeils entspricht nur in den wenigsten Fällen einigermaßen exakt der tatsächlichen Bewegungssituation im Raum sondern repräsentieren nur ungefähre Bewegungsabläufe.

In Werbekarten dient der Pfeil häufig als Darstellung einer Verkehrslinie oder einer Ahnfahrtroute. Hierbei ist der Pfeil jedoch nur für in eine Richtung orientierte Dynamiken von Interesse. Für beidseitig orientierte Bewegungsabläufe zwischen zwei Punkten eignet sich die unorientierte Linie besser. Eine andere Möglichkeit für beidseitige Bewegungen ist der Doppelpfeil. Hierbei wird eine noch größere Dynamik erzeugt und zudem der Eindruck erweckt, die beiden durch den Doppelpfeil verbundenen Elemente stünden in einem Naheverhältnis zueinander.

Gerade in der politischen Propaganda wird der Pfeil für Wanderbewegungen, wie Migrationströme oder auch militärische Bewegungen und Machtausübungen aller Art verwendet. Da derartige Bewegungsabläufe immer mit einem Konfliktpotential beladen sind, wird der Pfeil an sich immer auch gleich mit Bedrohung an sich in Verbindung gebracht.

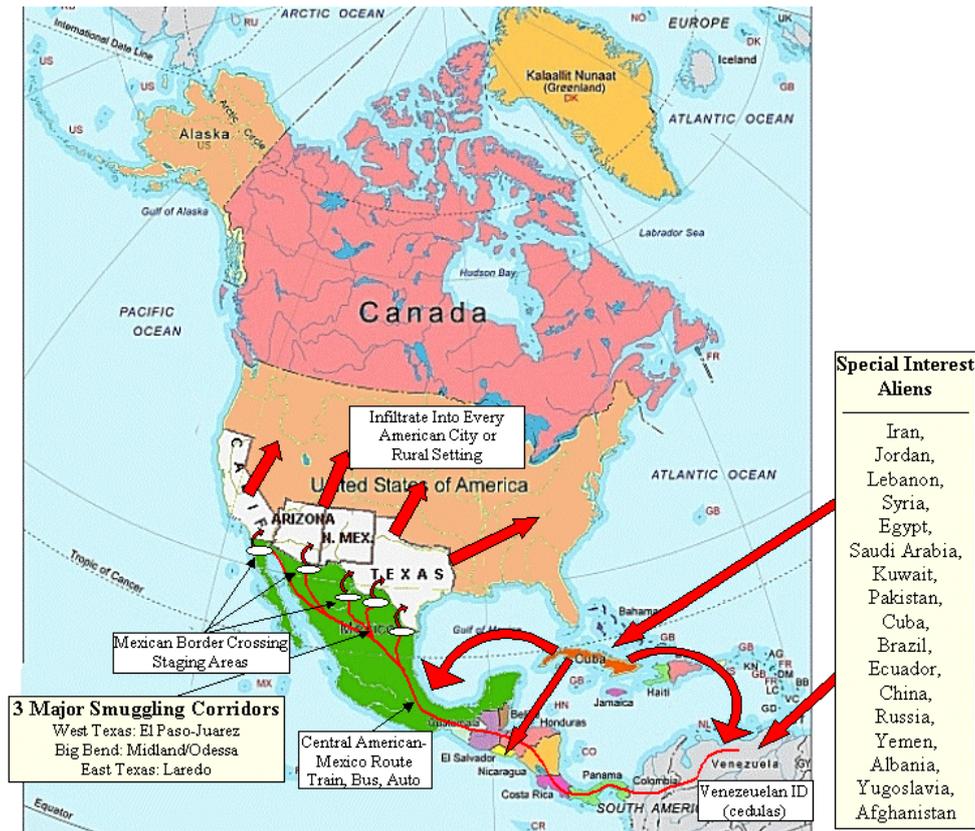


Abb. 6.21: „Terrorist Entry Tactics“ (Milnet 2009)

Diese Karte einer Militärnahe amerikanischen Organisation zeigt die Einwanderungsrouten von Terroristen in die USA. Die Wege sind mit roten Pfeilen dargestellt, die jedoch nur sehr schematisch die tatsächlichen Bewegungsabläufe im Raum wiedergeben. So kommen zwei Pfeile aus dem Kartenrand, wo eine Zahl (feindlicher) Länder aufgezählt wird, wovon einer ungefähr in Kuba und der zweite in Venezuela endet – beides ebenfalls potentielle Feindnationen der USA. Von dort ausgehend fächern sich weitere Pfeile Richtung Mittelamerika auf, von wo ausgehend dann über kleinere Pfeile, die sozusagen die Verschwiegenheit und geheime Infiltration verdeutlichen sollen, die US-Grenze überschritten wird. Die eigentliche Gefahr wird schließlich über vier dicke Pfeile in Rot wiedergegeben, mit der Bemerkung der Infiltration von Terroristen in alle Städte und ländliche Siedlungen der USA. Diese Karte verknüpft die auch politisch gerne miteinander assoziierten Phänomene des Terrorismus mit der illegalen Einwanderung. Tatsächlich waren die Terroristen des 11. Septembers 2001 alle offiziell eingereist und hatten Visa für ihren Aufenthalt. Ziel dieser Karte ist daher vorrangig Panik zu schüren und für eine möglichst dichte Südgrenze zu werben.

Pfeilsignaturen sind je nach ihrer Bedeutung unterschiedlich graphisch gestaltet. Besonders die nationalsozialistische Kartographie verwendete eine Vielzahl an verschieden gegliederten Pfeiltermini, wie den „Sammelpfeil“ oder den „Strahlungspfeil“. Eine weitere Form ist der Hohlpfeil, in den Erklärungen eingeschrieben oder Signaturen eingelegt sein können. (dazu vgl. SCHUHMACHER, 1934) Generell können Pfeile sowohl qualitative wie quantitative Informationen über Bewegungsabläufe symbolisieren. Die Quantitäten werden im Normalfall über die Dicke des Pfeils wiedergegeben.



Abb. 6.22: „Jüdische Zuwanderung nach Israel aus Arabischer Sicht“

Diese Karte aus einem Schulatlas aus Qatar zeigt die Zuwanderung von jüdischen Immigranten aus Europa nach Israel. Die Pfeile haben mehrere Ursprungsorte, die jeweils für den Zuzug aus einem Land stehen, und bündeln sich zum Ende hin in zwei Sammelpfeilen. Interessant ist hierbei die Trennung zwischen west- und südeuropäischen Zuwanderern und Osteuropäern. Die Pfeilstärke drückt jeweils die Quantität an jüdischen Immigranten aus. Das suggestive Element dieser Karte ist einerseits die enorme Strichstärke, die eine immense Wanderbewegung andeutet, als würde halb Europa in den vorderen Orient strömen, andererseits die geschwungene, überaus dynamische Pfeilführung, die sich über fast das ganze Kartenbild erstreckt und deren Lagerrichtigkeit eindeutig nebensächlich ist.. Besonders der östliche Pfeil baut sich dynamisch auf und gewinnt immer mehr an Kraft, bis er sich schließlich nach Israel schwingt. „Dieses Unterrichtsmaterial suggeriert dem arabischen Schüler natürlich eine stete Vergrößerung der Einwohnerzahl des Staates Israel, und daher auch eine stetige Zunahme an potentiellen Feinden, die es zu bekämpfen gilt.“ (VOLLER, 1992, S. 116)

Bildhafte Elemente im Kartenbild

Ähnlich wie in Lernkarten für Kinder, in denen etwa die in einem Kontinent heimischen Tiere in diesem bildhaft wiedergegeben werden, finden sich auch in Propagandakarten immer wieder derartige bildliche Elemente im Kartenbild. Im Unterschied zu Signaturen sollen diese jedoch meist keine konkreten räumlichen Objekte verorten sondern dienen zur Identifikation eines Landes oder einer Region mit bestimmten Genrebildern. Auf diese Weise können Ländern und anderen Gebieten bestimmte Werte sowie stereotype Verhaltensweisen und -muster zugeschrieben werden.

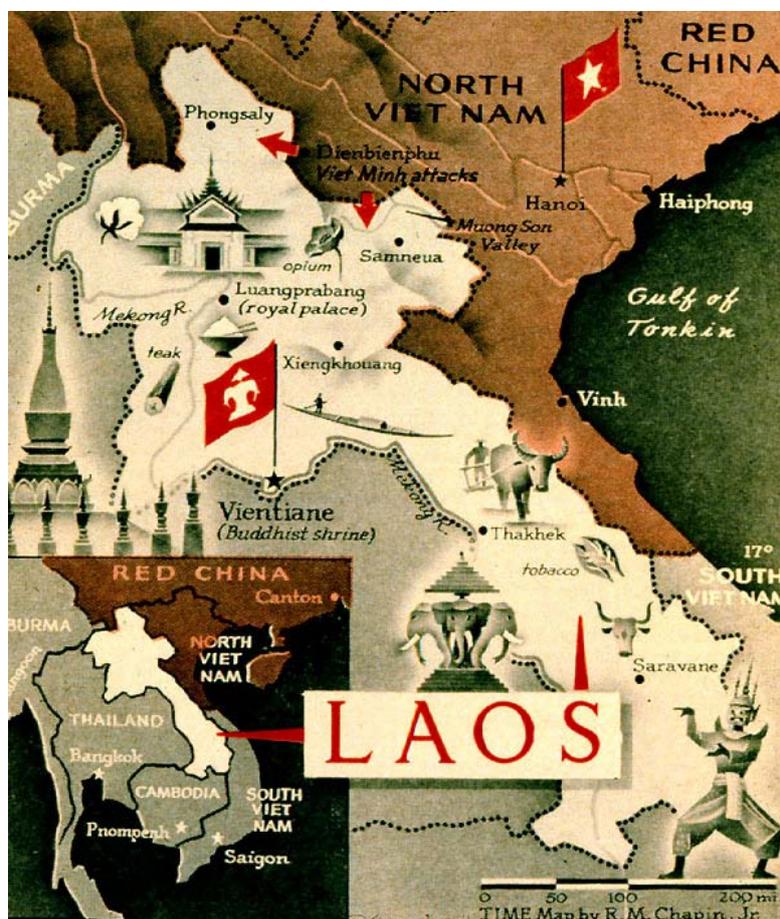


Abb. 6.23: „Laos“ (Time Magazin, September 1959)

Diese Karte aus dem Time Magazin wurde im Kontext der wachsenden Bedrohung Indochinas durch den Kommunismus und der amerikanischen Suche nach verbündeten in der Region veröffentlicht. Laos war in diesen Planungen von entscheidender Bedeutung, da es einerseits direkt von China und Nordvietnam bedroht wurde und andererseits für die USA eine optimale Operationsbasis darstellte. Mit dieser Karte sollte die amerikanische

Leserschaft ein positives Bild von Laos bekommen um einer militärischen Intervention gegen die kommunistische Pathet Lao-Guerillaorganisation zu bewerben. Über bildhafte Elemente, wie dem Königspalast, einem Ochsen mit Pflug, einem Elefantenschrein und einem Tempeltänzer, sowie über die Darstellung der wichtigsten wirtschaftlichen Produkte wie Teakholz, Tabak und Baumwolle (interessanter Weise auch Opium) soll in kurzer Form die Kultur und Lebenswelt des Landes vorgestellt werden. Die Bedrohung durch den Kommunismus aus Nordvietnam wird einerseits durch die Farbgebung deutlich, andererseits durch zwei Pfeile, die eine kommunistische Infiltration andeuten sollen. (dazu: O'CLARK, 2005, S. 212 f.)

Neben der Darstellung von landestypischen Gegebenheiten können derartige bildliche Darstellungen auch wertende Bedeutung haben.



Abb. 6.24: „Chinas red dragon“ (Time Magazin, September 1959)

Diese Karte stammt aus der gleichen Ausgabe des Time Magazin wie Abb. 6.23. Das kommunistische China wird darin mit einem roten chinesischen Drachen verkörpert, der sich an den Hängen des Himalajas ankrallt und seine gespaltene Zunge, die in Pfeilen endet, nach Laos hinein ausstreckt. Diese Pfeile sind im Wesentlichen lagegleich mit den beiden Pfeilen in Abb. 6.23. Der Schwanz des Drachen endet ebenfalls in einem Pfeil der nach Kaschmir hineinreicht und die Einmischung der Volksrepublik China in den Konflikt zwischen Indien und Pakistan symbolisieren soll. Die Darstellung Chinas als aggressiver Drache soll

einerseits die Politik des Landes aus amerikanischer Sicht charakterisieren, andererseits dem Kartenleser die Bedrohung der asiatischen Länder durch China vor Augen führen, mit dem Ziel unangenehme militärische Aktionen in dieser Region zu rechtfertigen.

Neben zeichnerisch-bildhaften Elementen können auch fotografische Elemente in eine Karte aufgenommen werden.

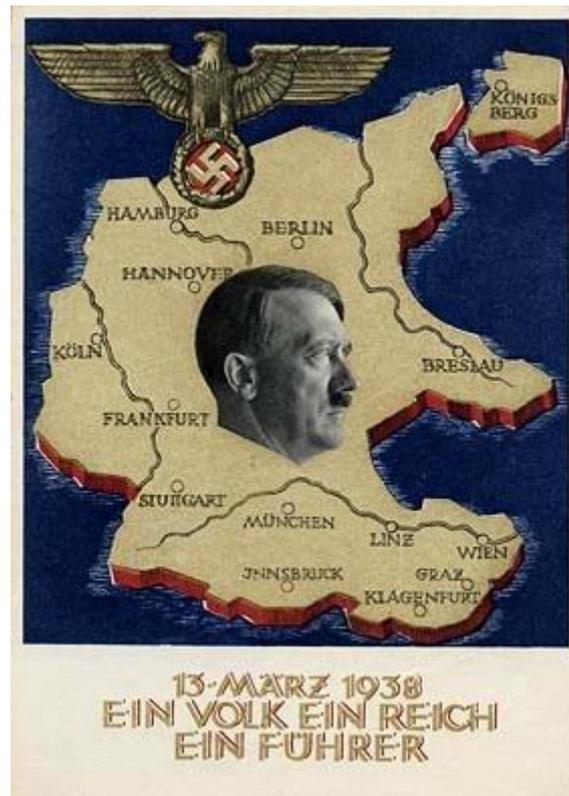


Abb. 6.25: „13. März 1938 – Ein Volk, ein Reich, ein Führer“ (Propagandakarte zum Anschluss Österreichs an das Deutsche Reich)

Diese Karte nimmt ein Profilbild von Adolf Hitler in die Karte des deutschen Reichs, nach dem Anschluss Österreichs, auf. Auf diese Weise wird Deutschland kartographisch mit dem „Führer“ gleichgesetzt, der unter dem über dem Reich schwebenden Reichsadler mit dem Hakenkreuz agiert. Interessant ist auch, dass in Österreich besonders viele Städte mit Signatur und Namen benannt werden. Auf diese Weise soll den gerade „Heim ins Reich“ geholten Österreichern das Gefühl von besonderer Wichtigkeit als Teil Deutschlands gegeben werden – und so zu einem „Ja“ bei der Volksabstimmung am 10. April 1938 bewegt werden.

7. Farbe

Die Farbe ist in der kartographischen Darstellung sicherlich eines der wichtigsten Gestaltungsmittel. Farben haben eine starke psychologische Bedeutung und dienen der Assoziation aber auch als Reizmittel. Durch gezielte Farbgebung ist es möglich im Betrachter Sympathien für etwas oder Abneigungen gegen etwas zu wecken. Die Farben in einer Karte werden von einem Betrachter deutlich schneller wahrgenommen und interpretiert als andere gestalterische oder inhaltlichen Aspekte der kartographischen Darstellung. „Durch eine farbige Differenzierung wird der Karteninhalt gegenüber einer Schwarz-Weiß-Darstellung lesbarer und aussagekräftiger. Bei mehrfarbigen Karten ist somit der Karteninhalt einfacher zu gliedern und zu unterscheiden.“ (DGfK, 2000, S. 336 ff.)

Die Farbwahrnehmung entsteht primär über einen physikalischen Vorgang, den Farbreiz. Hierbei werden die elektromagnetischen Schwingungen des Lichts durch die auf der Netzhaut des Auges angesiedelten Rezeptoren – die in Zäpfchen und Stäbchen unterteilt werden – wahrgenommen und an das Gehirn weitergeleitet. Die so wahrgenommene Farbe ist ein visueller Reiz der Farbrezeptoren des Auges. Sie ist nicht die physikalische Eigenschaft des Lichts sondern das subjektive Empfinden der physikalischen Ursache von elektromagnetischen Wellen zwischen 380 nm und 780 nm. Abhängend von den unterschiedlichen Intensitäten im Licht werden unterschiedliche Farbreize hervorgerufen, die differenzierte Qualitäten der Farbwahrnehmung bilden, so dass im Ergebnis unterschiedliche Farben wahrgenommen werden. Die wahrgenommene Farbe ist als graphisches Phänomen in drei Dimensionen wahrnehmbar. Neben dem Farbton, der durch die Wellenlänge des elektromagnetischen Spektrums bestimmt wird, gibt die Helligkeit die Stärke der Lichtempfindung, und die Sättigung die Leuchtkraft der Farbe wieder. Unbunte Farben verfügen demnach zwar über einen Helligkeitswert, weisen jedoch einen Sättigungsgrad von Null auf. Helligkeit und Sättigung können sind Hauptelemente der Farbintensität. Über sie können in Karten quantitative und qualitative Merkmale ausgedrückt werden.

Ein zweiter Teil der Farbwahrnehmung ist ein physiologischer Vorgang, bei dem durch das Gehirn die vom Auge wahrgenommenen elektromagnetischen Schwingungen des Lichts in eine Farbempfindung umgewandelt werden. Die Farbempfindung spielt bei der Wahrnehmung des in der Karte dargestellten Inhalts eine entscheidende Rolle. Durch das Gehirn werden physikalisch wahrgenommene Farben interpretiert, mit der Erlebniswelt des

Wahrnehmenden abgeglichen und eingeordnet. Auf diese Weise werden bestimmte Farben mit bestimmten Erlebnissen, Werten und Erfahrungen verglichen und interpretiert. Dieser Teil der Farbwahrnehmung ist für die in der Kartographie weitgehend übliche, assoziative Farbgebung notwendig.

Assoziationsfarben

In der Psychologie wird unter Assoziation ein allgemeines Prinzip verstanden, „dem zufolge Vorstellungen, Gefühle und Bewegungen miteinander derart verknüpft sind, dass die Reihenfolge ihres Auftretens in der Vorstellung oder aber im Verlauf des handelnden Vollzugs des Individuums dadurch festgelegt zu sein scheint.“ (FRÖHLICH, 1991, S. 58) Einfacher formuliert ist Assoziation die geistige Verknüpfung von Sinneseindrücken – wie unter anderem der Farbwahrnehmung – mit konkreten oder abstrakten Phänomenen der Wirklichkeit.

In diesem Zusammenhang ist jedoch zu beachten, dass die Farbassoziation stark von den Erfahrung des jeweiligen Betrachters beeinflusst wird. Jedoch gibt es durch kulturelle Prägung Farben mit denen abstrakte Phänomene identifiziert werden, die als „kollektive Erlebniswelten“ beschrieben werden können. (SCHIEDE, 1962, S. 23) Solche seelischen Wirkungen der Farbwahrnehmung werden – intuitiv oder bewusst – für Effekte bei der künstlerischen Gestaltung sowie in der Mode- und Werbebranche genutzt. In der Kartographie ist die Verwendung von Farben zur Assoziation des Kartenbilds mit einerseits geographisch-topographischen Gegebenheiten und andererseits thematischen Inhalten seit dem Beginn einer farbigen Kartographie in Verwendung. Derartige Farberlebniswelten variieren jedoch kulturell, wenngleich sich durch Farbkonventionen eine einheitliche Verwendung bestimmter Farben und Farbskalen in Karten gleicher Thematik zusehends durchsetzt.

Farbassoziationen dienen in der Kartographie demnach zur Förderung der Anschaulichkeit einer Darstellung und sollen den Wahrnehmungsprozess beschleunigen. So werden beispielsweise in topographischen Kartenwerken über Naturfarben (Wald → grün; Gewässer → blau) beim Betrachter durch die farbliche Ähnlichkeit gleicher Phänomenen in Karte und Realität, Assoziationen geweckt und die Wahrnehmung vereinfacht. Während sich in die Farbgebung in topographischen Karten vor allem auf konkrete Objekte bezieht, die über eine

ähnliche Farbe wahrgenommen werden sollen, können auch abstraktere Phänomene über Farbskalen assoziativ wiedergegeben werden. So werden durch kulturelle Prägung Farben auch mit politischen und ideologischen Systemen in Verbindung gebracht.

So werden bereits in den ersten Druckwerken des 15. Jahrhunderts christliche Farbsymboliken für die kartographische Darstellung der drei bekannten Kontinente verwendet.



Abb. 7.1: Ptolemaioskarte in der Schedelschen Weltchronik (übernommen aus SCHNEIDER, 2004, S. 127 f.)

In der Karte nach Ptolemeios in Weltchronik des Nürnberger Chronisten Hartmann SCHEDEL von 1493 wird Europa in Grün, Asien in Rot und Afrika in Gelb wiedergegeben. Die Farbgebung ist biblisch begründet und wird in gleicher Weise in etlichen Karten des 15. Jahrhunderts verwendet. Gebirge werden in der gleichen Karte in Grün und Braun wiedergegeben, während Gewässer in Blau erscheinen. Hier finden sich eindeutig Assoziationen zur Natur wieder.

Ein grober Überblick über die wichtigsten Assoziationsfarben und ihre Bedeutungsmöglichkeiten soll folgende Tabelle bieten. (teilweise nach MONMONIER, 2008, S. 237 und VOLLER, 1992, S. 42)

Farbe	gefühlsmäßige Assoziation	ideologische Assoziation
Rot	warm, trocken, Feuer, Blut, Leben, Stärke, Aggressivität, Bedrohung	Kommunismus, Revolution, Großbritannien
Blau	kalt, feucht, erhaben, beruhigend, pflichttreu, selbstgerecht, friedfertig	westliche Demokratie, EU, NATO, Frankreich
Grün	passiv, ruhig, Neid, Mitleid, Sicherheit	Islam, Irland
Gelb	leicht, feige, schwach	Judentum, Israel, China, Habsburgermonarchie
Violett	erhaben, tapfer	Christentum
Weiß	neutral, unschuldig, sauber	Monarchie
Schwarz	Tod, Trauer, Schwere, Bedrohung, konservativ	Katholische Kirche

Tab. 7.1: Gefühlsmäßige und ideologische Farbassoziationen

Wie bereits aus der Tabelle hervorgeht, werden gegensätzliche Phänomene (wie etwa warm-kalt) durch Farben repräsentiert, die auch im Farbkreis nahezu diametral angeordnet sind (etwa rot-blau). Diese Komplementärfarben können in der kartographischen Darstellung somit dafür verwendet werden, über die farbliche Gegensätzlichkeit eine Gegensätzlichkeit zwischen den in Komplementärfarben dargestellten Thematiken in der Karte zu transportieren. Mit einer geschickten Farbwahl ist es dem Kartenzeichner somit möglich den Karteninhalt einseitig darzustellen und Botschaften zu suggerieren, ohne dies vordergründig über die dargestellten Inhalte an sich betreiben zu haben.

Kontrast- und Komplementärfarben

Der Farbkontrast ist ein wesentliches Merkmal im Zusammenspiel mehrerer Farben. Nur im Vergleich zu einem Gegenüber können Farben ihre psychologische Wirkung erzielen. Je höher der Kontrast zwischen zwei in einer Karte verwendeten Farben ist, desto höher ist auch die Gegensätzlichkeit der in diesen Farben eingezeichneten, geographischen Phänomene anzunehmen. In diesem Zusammenhang gibt der Kontrast zwischen den unbunten Farben Schwarz und Weiß sicherlich den größten Widerspruch.

Dem folgt der Kontrast der drei Grundfarben der additiven Farbmischung Rot, Blau und Grün zueinander. Die Kontraste schwächen sich durch Mischungen zusehends ab, so dass beispielsweise Gelb sowohl Rot als auch Grün näher ist als die beiden Grundfarben zueinander, wie auch aus der Abbildung des Farbkreises zu entnehmen ist.

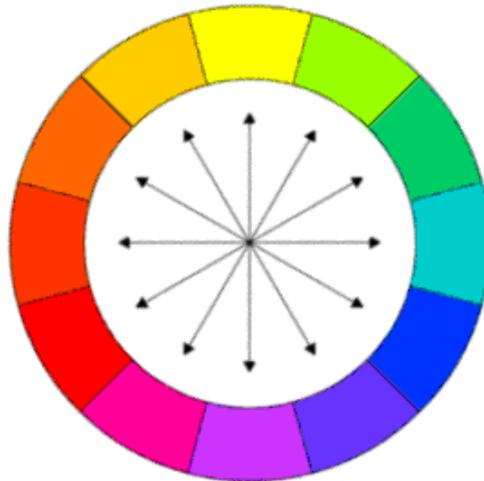


Abb. 7.2: Farbkreis mit den Grundfarben der additiven und subtraktiven Farbmischung und Zwischentönen

Diese Ähnlichkeitsverhältnisse der Farben zueinander können in Karten auf thematische Fragestellungen übertragen werden. Um beim Beispiel rot-gelb-grün zu bleiben, wird in einfachen Landnutzungskarten meist Rot für Siedlungsgebiet, Gelb für Ackerland und Grün für Wald verwendet. Der Kontrast der Farbe widerspiegelt hier den Kontrast zwischen Kulturland (rot) und Natur (grün) mit seiner Übergangsstufe (gelb). Diese häufig auftretende Komplementärfarbbreihe Rot-Gelb-Grün, die sogenannten Ampelfarben, werden jedoch auch häufig in einem nicht naturnahen Zusammenhang, wie etwa in Bedrohungskarten, verwendet. In dieser Kombination wird Rot in der Regel mit Gefahr und Bedrohung assoziiert während Grün die Sicherheit symbolisiert und Gelb ein Übergangsstadium anzeigt.

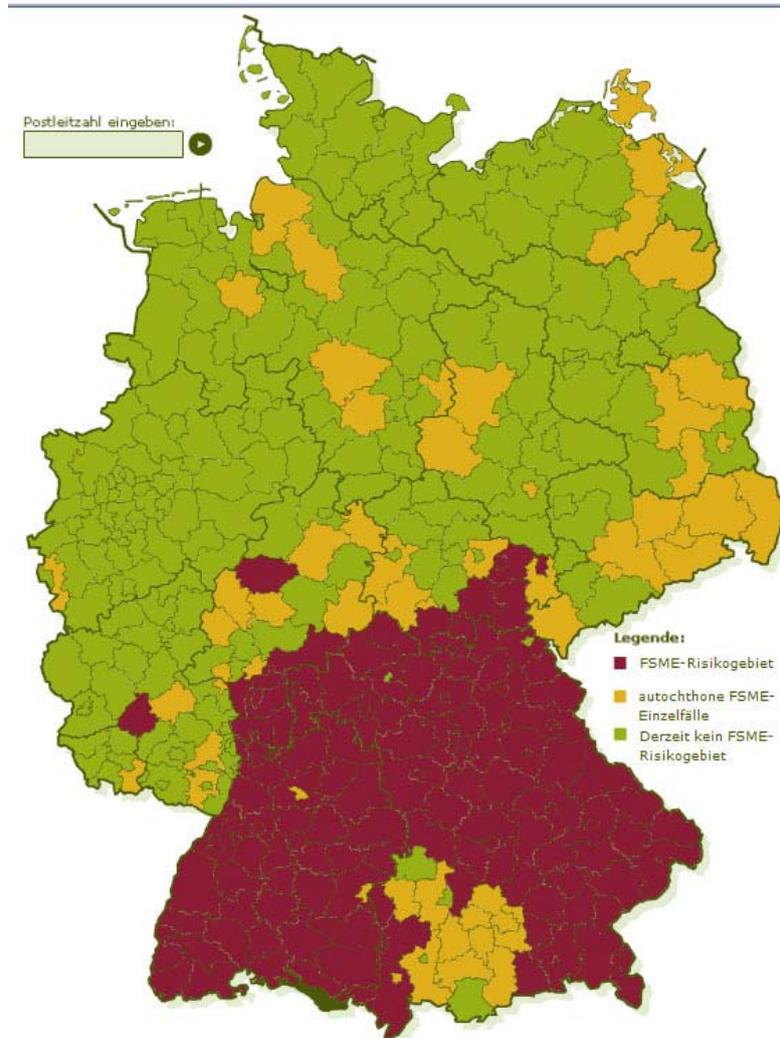


Abb. 7.3: „FSME-Risikogebiete in Deutschland“ (Novartis Pharma GmbH)

Diese Karte stellt die Bedrohung durch FSME in Deutschland in Ampelfarben dar. Auch ohne die Legende zu betrachten ist es auf den ersten Blick eindeutig, dass in den roten Gebieten Gefahr droht, während die grünen sicher sind.

Die Darstellung von Intensitäten eines gleichen oder ähnlichen Phänomens wird in den meisten Fällen durch eine einfarbige Reihe mit unterschiedlicher Helligkeit und Sättigung wiedergegeben.

In politischen oder historischen Karten kann eine derartige Farbreihe beispielsweise auch auf politische System umgelegt werden indem konkurrierende Systeme in unterschiedlichen Komplementärfarben dargestellt werden, während assoziierte Staaten in ähnlichen Farben mit geringerer Sättigung oder Helligkeit und neutrale Länder mit der im Farbspektrum zwischen den beiden Komplementären angesiedelten Farbe versehen sind.

Durch die Verwendung von Komplementärfarben können somit thematische Differenzen im Kartenbild visualisiert werden. Ein klassisches Beispiel für eine in diesem Zusammenhang häufig verwendete Farbkombination mit hoher Gegensätzlichkeit ist das Farbenpaar Rot-Blau. Während in der herkömmlichen Wahrnehmung Rot mit Wärme (und damit tendenziell positiv) und Blau mit Kälte (tendenziell negativ) assoziiert wird, ist die politische Konnotation dieser Farben deutlich differenzierter wie folgend Reihe von Beispielen zeigen sollen.

In historischen Kartenwerken wird blau meist mit Frankreich oder dem ihm zugehörigen Kolonialreich assoziiert und rot für Großbritannien verwendet. Diese Farbuweisung erfolgte vermutlich in Kombination mit der klassischen Farbgebung der französischen und britischen Armeuniformen des 18. und 19. Jahrhunderts. Diese Farbgebung ist soweit nicht wertend, dient jedoch der assoziativen Wahrnehmung.

Rot wiederum dient, wie oben bereits erwähnt, als eine Farbe der Stärke und Aggression. Es ist somit kein Zufall dass politische Karten des Nationalsozialismus (aber auch schon in den Jahrzehnten davor) das deutsche Reich oftmals in rot darstellen um eigene Stärke gegenüber anderen Staaten zu demonstrieren. In Karten, die eine äußere Bedrohung des deutschen Reichs demonstrieren sollen, wird Deutschland jedoch in blau wiedergeben, als Farbe der Unterlegenheit, Schwäche sowie Friedfertigkeit, während die vermeintlichen Aggressoren rot eingefärbt sind (vgl. hierzu auch Abb. 6.13 „Wehrgeographische Lage Deutschlands“). In diesem Zusammenhang wird rot (noch) nicht als Farbe des Kommunismus verwendet, die Sowjetunion wird meist in einem hellen Grün, einer tendenziell schwachen Farbe, dargestellt, außer wenn sie selbst als Aggressor dargestellt werden soll. In alliierten Kartenwerken werden die gegen die Nationalsozialisten verbündeten Staaten jedoch meist ebenfalls in Rot dargestellt um eigene Stärke zu demonstrieren, während Deutschland mit seinen Verbündeten in Schwarz, die Farbe des Todes, der Angst und der Tristesse eingezeichnet wird.

Die stärkste Politisierung des Farbenpaars Rot/Blau wurde in Karten des Kalten Kriegs verwendet. Rot, als Farbe des Kommunismus und der Revolution, wurde von Sowjetischer Seite für die Stärke und weltweiter Verbreitung des Kommunismus verwendet, während in westlichen Karten zur Farbsymbolik des Kommunismus, Rot auch als Zeichen der Aggression und als Warnfarbe verwendet wurde. Blau wird in westlichen Karten einerseits mit der NATO assoziiert, soll aber auch Freiheit und Demokratie symbolisieren, während Rot mit Diktatur und Totalitarismus gleichgesetzt wird. Umgekehrt werden in sowjetischen Karten die NATO-Staaten oftmals in Schwarz wiedergegeben, jedoch aber auch in Blau – als sowohl farbliches wie ideologisches Komplementär.

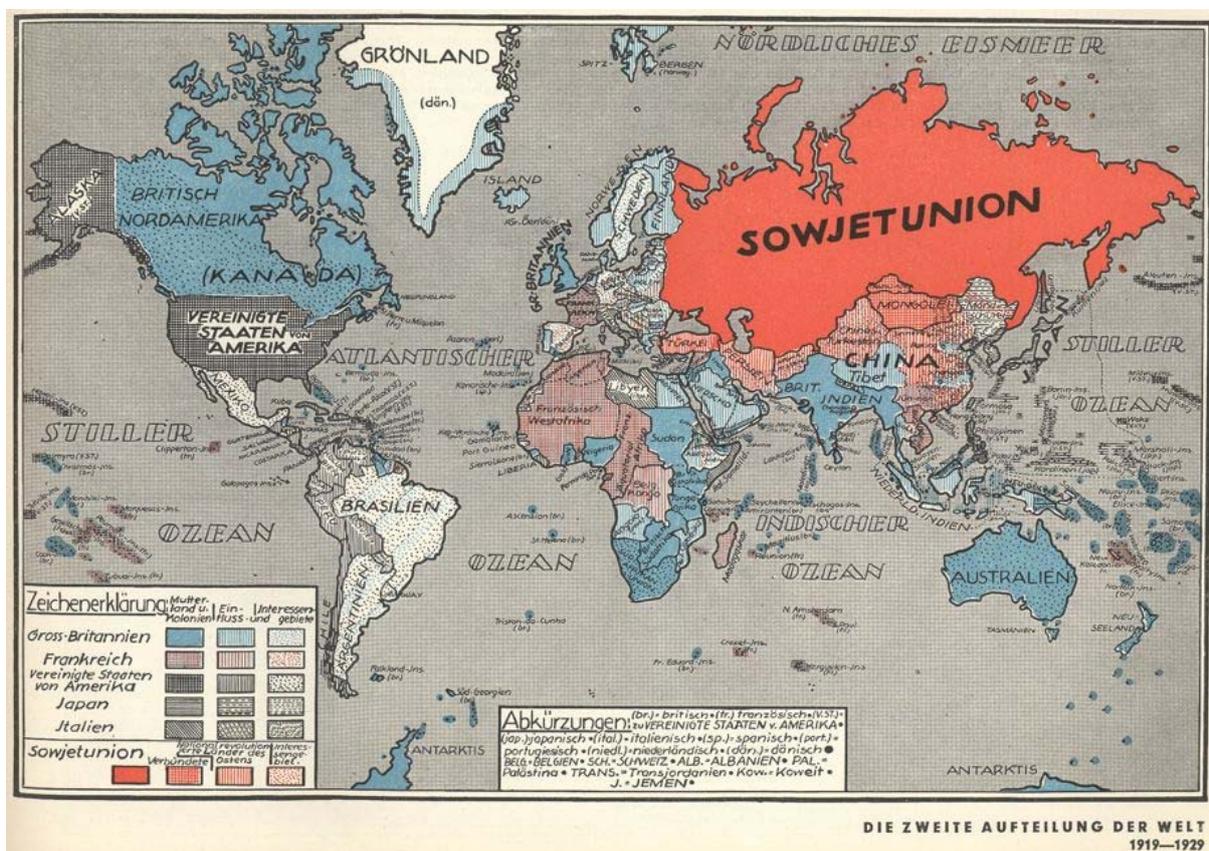


Abb. 7.5.: „Die zweite Aufteilung der Welt“ (RADÓS, 1930, S. 19)

Diese Karte des kommunistischen Kartographen Sandór Radós nutzt bereits in der Zwischenkriegszeit den Farbgegensatz rot-blau zur Darstellung der ideologischen Gegensätze zwischen der Sowjetunion und dem imperialistischen und kapitalistischen British Empire. Interessant ist auch die hervorstechende Beschriftung der Sowjetunion, die keinen Zweifel an der Überlegenheit des Sozialismus übrig lässt.

8. Schrift und Sprache

„Die Kartenschrift gilt als besonderer Bestandteil des Karteninhalts, da sie unter allen Gestaltungsmitteln die geringste geometrische Aussagemöglichkeit besitzt. Dagegen ist sie aber das wichtigste erläuternde Element der Karte.“ (HAKE et al., 2002, S. 137) Ziel und Hauptaufgabe der Kartenschrift ist es, die durch andere kartographische Gestaltungsmittel abgebildeten räumlichen Objekte und Phänomene im Kartenbild zu benennen. Durch graphische Variationen über Schriftart, Farbe und Größe lassen sich Qualitäten und Quantitäten der beschriebenen Kartenobjekte angeben.

Wie die zuvor gezeigte Karte von Sandór Radós (Abb.7.5.) bereits an der Beschriftung der Sowjetunion eindrücklich gezeigt hat, ist die Schrift in der Werbe- und Propagandakartographie zudem ein wesentliches Element der Suggestion. Generell gilt es zur Kartenschrift drei Aspekte in der Verwendung zu Propagandazwecken zu unterscheiden: die Typographie, die Sprache und den Inhalt (=Semantik).

Typographie

Die Typographie, oder Schriftart ist die als erste wahrgenommene Eigenschaft einer Kartenschrift. Sie bestimmt weitgehend das Gesamtbild und damit zugleich die Lesbarkeit und ästhetische Wirkung des Schriftbilds. Über die gezielte Verwendung bestimmter Schriftarten lassen sich zudem beim Kartenbetrachter Assoziationen wecken. Ich werde mich hier auf die lateinischen Schriftarten beschränken, da mir zu anderen Schriftsystemen (wie etwa dem kyrillischen, griechischen wie auch hebräischen Alphabet, sowie zu arabischen und orientalischen Schriften) der Zugang fehlt.

Grundlegend werden Schriften nach der Norm zur Schriftklassifikation (DIN 16 518) in 11 verschiedene Schriftfamilien gegliedert. Nach HAKE et al. (2002) unterscheidet man zwischen Antiquaschriften mit Serifen, Groteskschriften ohne Serifen, Fraktur- oder gebrochenen Schriften und Normschriften. Von besonderer Bedeutung für politische Propagandakarten ist die historische Entwicklung der Schriften. So war etwa die gebrochene Frakturschrift bis ins 20. Jahrhundert die im deutschen Sprachraum typische Buchschrift, im Unterschied zu den romanischen Sprachen, die bereits ab dem 15. und 16. Jahrhundert die uns heute geläufigen Antiquaschriften verwendeten. Serifenlose Groteskschriften entwickelten

sich im 19. Jahrhundert und gelten als abstrakteste Form des lateinischen Alphabets. (dazu vgl. MUZIKA, 1965)

Für die Verwendung von Schriften in Karten bedeutet dies, dass Frakturschriften immer mit der deutschen Sprache und damit mit Deutschland identifiziert werden. Sie sind daher auch oft in Karten des 19. und 20. Jahrhunderts in Verwendung, die das „Deutschtum“ thematisieren und werden auch, zumindest tendenziell, mit dem Nationalsozialismus in Verbindung gebracht, der diese Schrift, als deutsche Schrift, vorerst propagierte. Diesen Eindruck erweckt die Schrift mitunter beim Betrachter nach wie vor, wiewohl es 1941 zur Übernahme der Antiqua als offizielle Buchschrift kam und die Fraktur als „Judenlettern“ unerwünscht wurde. (dazu vgl. ligaturix.de, Der Bormann-Brief im Original vom 3. Januar 1941)



Abb. 8.1: „Auswanderung als Folge der deutschen Raumnot“ (Deutschland 1930er)

Der Inhalt dieser Karte, die Auswanderung Deutscher ins Ausland, wird in Frakturschrift erläutert. Die „deutsche Schrift“ steht im Zusammenhang mit der Thematik. Interessant ist auch die Verwendung und Größe der Kreisdiagramme. So gewinnt man etwa den Eindruck die gesamte USA wäre fast ausschließlich von „Deutschstämmigen“ bewohnt.

Eine weitere Schrift, die ebenfalls in nationalsozialistischen Propagandakarten auftaucht ist eine ans hebräische Alphabet erinnernde Lateinschrift, die antisemitische Vorurteile bedienen soll. Diese Schrift wird etwa in Karten die eine Bedrohung des deutschen Volks durch ein angebliches weltweites Judentum verdeutlichen sollen verwendet.



Abb. 8.2: „Deutschland muss sterben“ (Deutschland 1944/45)

Diese Nazi-Propagandakarte aus der Endphase des 2. Weltkriegs sollte die deutsche Bevölkerung, durch das Aufzeigen eines Horrorszenarios, nämlich der gänzlichen Aufteilung Deutschlands, zum Durchhalten motivieren. Zitiert wird der angeblich von dem Pamphletisten Nathan Kaufman entwickelte Plan zur geographischen Vernichtung Deutschlands, sowie zur Sterilisation aller Deutschen. (dazu vgl. KAUFMAN, 1941 und BENZ, 1981) Neben dem Kartenbild wird die Bedrohung einerseits durch das Abbilden von Roosevelt, Churchill und Stalin, der wichtigsten Gegner Hitlers manifestiert und zudem über den Juden Nathan Kaufmann in Zusammenhang mit einer jüdischen Weltverschwörung gebracht, was auch durch die an das hebräische Alphabet erinnernde Typographie der Worte „muss sterben“ unterstrichen wird.

Serifenlose Schriften hingegen sollen eine Modernität und Neutralität ausdrücken. Sie sind neben der Antiqua die häufigsten Schriftarten und haben daher ansonsten wenig Assoziationsgehalt. Moderne Schriften, denen alle experimentellen und ausgefallenen zugerechnet werden, sollen einerseits die Aufmerksamkeit erregen und werden daher oft in

Werbung eingesetzt, andererseits noch stärkere Fortschritt, Modernität und Dynamik verdeutlichen. Gerade über geneigte, kursive Schriften, aber auch über die Verwendung von unregelmäßigen, handschriftlich aussehenden Buchstaben, wird eine besondere Dynamik ausgedrückt. Über fette Wiedergabe von Schrift soll die Aufmerksamkeit geweckt werden.

Sprache

Des Weiteren ist die Namensgebung in Karten von besonderer Bedeutung. „Ortsnamen, oder Toponyme, machen aus anonymen Orten nicht nur bedeutungstragende Elemente der Kulturlandschaft, sondern sie lassen auch Rückschlüsse auf den Charakter und die ethnische Zugehörigkeit einer Region zu.“ (MONMONIER, 1998, S. 152 f.) In der Namensgebung in Karten unterscheidet man generell zwischen Endonymen und Exonymen, wobei erstere den Namen eines Ortes in der Sprache der am Ort ansässigen Bevölkerung wiedergeben und letztere die Fremdbezeichnung des Ortes ist, die an einem anderen Ort als dem mit ihr bezeichneten geläufig oder üblich ist.

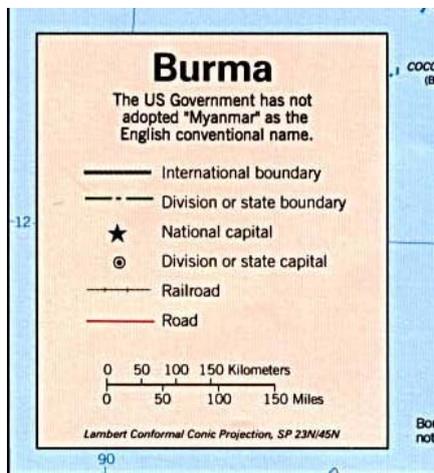
Durch die gezielte Benennung von Regionen und Orten mit Exonymen kann etwa ein politischer oder historischer Anspruch darauf geltend gemacht werden, etwa wenn deutsche Atlanten Städte die nach dem Zweiten Weltkrieg an Polen gefallen sind, wie etwa Gdansk/Danzig oder Wrocław/Breslau, nur in der deutschen Version wiedergeben.

Wie aus diesem Beispiel ersichtlich, ist die Benennung vor allem von umstrittenen Regionen, die von mehreren – möglicherweise zerstrittenen – Sprachgruppen besiedelt sind oder waren, und somit in mehreren Sprachen gebräuchlich sind immer schwierig. In diesem Fall verschwindet die Grenze zwischen Endonym und Exonym da zumindest zwei unterschiedlich sprachliche Benennungen am benannten Ort üblich sind. Durch die einseitige Benennung mit nur einem der für ein geographisches Phänomen verwendeten Namen werden Ansprüche einer anderen Partei umgangen. Dies äußert sich etwa bei nationalen Minderheiten, deren Sprachen in den meisten Karten bei der Benennung von Orten nicht berücksichtigt wird. „Es kann daher festgehalten werden, dass sich der politische Einfluss einer dominierenden Bevölkerungsschicht auch stark auf die Namensgebung in den kartographischen Produkten niederschlägt, die Gebiete mit sprachlichen Minderheiten abdecken soll.“ (VOLLER, 1992, S. 107)

Als Beispiel dafür stellt VOLLER (1992, S. 109 f.) die Namensgebung in der Österreichischen Karte 1:50.000 vor, in der lediglich eine deutschsprachige Benennung, auch für Orte die überwiegend durch nationale Minderheiten wie Slowenen oder Kroaten besiedelt werden, zu

finden ist. Interessant ist das Faktum, dass vor dem Zusammenbruch der Österreich-Ungarischen Monarchie 1918, ganz im Sinn eines Vielvölkerstaats, die Namen sowohl in deutsch wie in der fremdsprachigen, ortsüblichen Bezeichnung wiedergegeben wurden. Durch das Ende der Monarchie und der Auflösung des Staatsgebildes nach Nationalitäten, die sich in den Grenzregionen tendenziell feindlich gegenüber standen, diente die deutsche Einnamigkeit von gemischt-ethnisch besiedelten Landschaften in Österreich einerseits als Zeichen der Einheit und Souveränität des neuen Staates, und andererseits auch als Selbstverständnis von Österreich als einem deutschen Staat. Inwiefern das Festhalten an dieser Benennungsweise in einem vereinten Europa des 21. Jahrhunderts noch sinnvoll ist, sei jedoch dahingestellt.

Ebenso wie bei Endonymen und Exonymen kann vor allem bei Umbenennungen von



Regionen oder Städten durch politische Vorgänge bei der Namengebung politische Stellung bezogen werden. So wurde etwa Burma 1989 nach einem Militärputsch gegen die demokratische Regierung in Myanmar umbenannt. In Europa und den USA wird das Land in Karten jedoch meist nach wie vor als Burma bezeichnet, wie auch die burmesische Opposition den Namen Myanmar ablehnt, um die Illegitimität der Militärregierung zu demonstrieren, wie die legende nebenstehender Karte Burmas zeigt.

Abb.8.3: „Burma”

Inhalt

Über die Benennung der dargestellten Thematik erfolgt in den meisten Fällen auch gleichzeitig eine Bewertung. Diese äußert sich weniger in der Namengebung der einzelnen, in der Karte dargestellten Objekten und Orte, die allenfalls über die Sprache oder Benennungsvarianten bewertet und zugeordnet werden, als über die Titelgebung, die erläuternde Kartenschrift, die sowohl im Kartenfeld, als auch außerhalb angesiedelt sein kann, und auch der Bezeichnung und Wertung von dargestellten Objekten in der Legende.

Allen voran erfolgt eine bewertende Zuschreibung bereits im Titel einer Karte. Allein über die Titelgebung einer Karte kann schon Stimmung für oder gegen einen bestimmten Sachverhalt gemacht und die Aufmerksamkeit und Wahrnehmung des Betrachters bereits in die vom Kartenzeichner intendierte Richtung gelenkt werden. Die zeigt folgendes Beispiel:

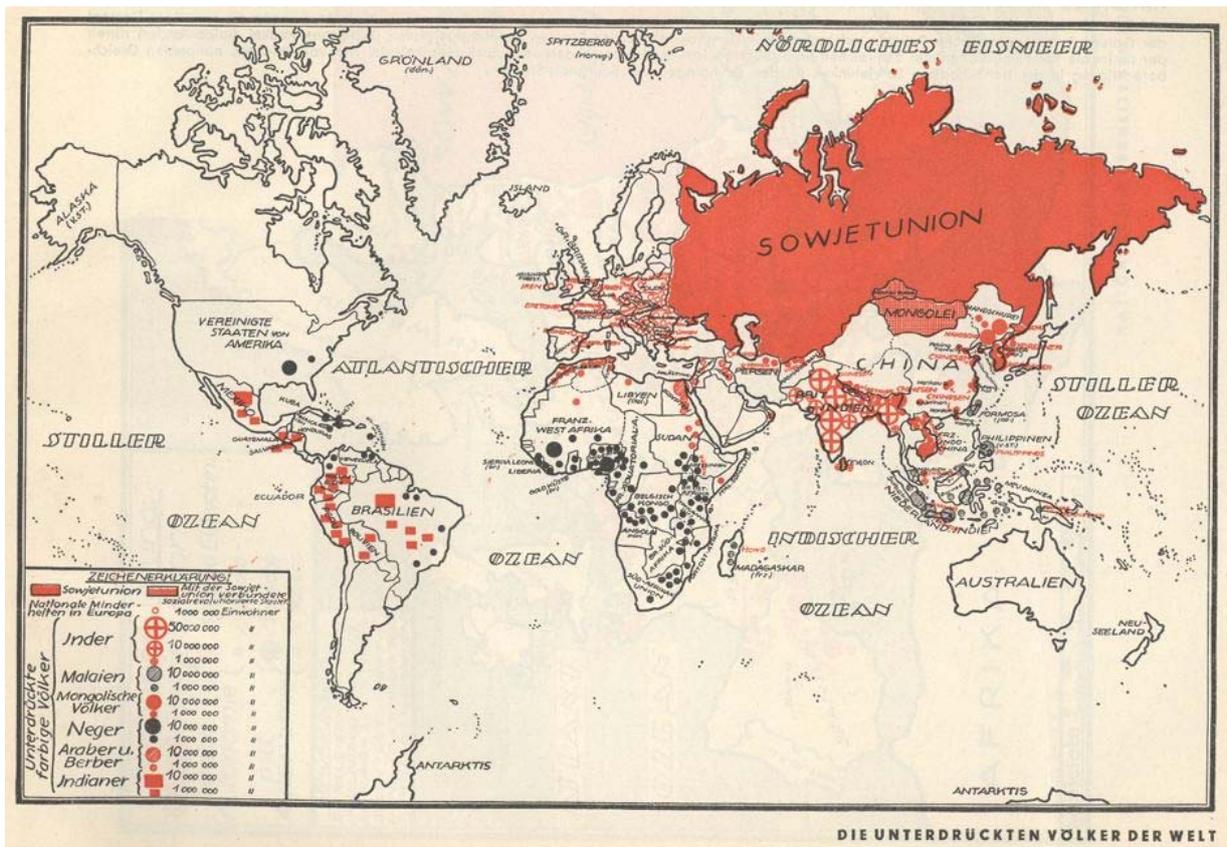


Abb. 8.4: „Die unterdrückten Völker der Welt“ (RADÓS, 1930, S. 163).

Bereits über den Titel wird die eigentliche Aussage dieser Karte des sozialistischen Kartographen transportiert: ein Großteil der Weltbevölkerung ist unterdrückt (v.a. durch die westeuropäischen Kolonialmächte) und wie durch die Farbgebung ersichtlich wird, steht nur die Sowjetunion, die offenbar sämtliche ethnischen Probleme überwunden zu haben scheint, auf der Seite der Unterdrückten und gegen die Unterdrücker.

Karten sind in den meisten Fällen unterschiedlich interpretierbar, über ihren Titel jedoch wird die Aussage klar fokussiert. So können Karten mit jeweils dem gleichen Kartenbild nach ihrem Titel eine neutrale, eine positive und eine negative Aussage erhalten (VOLLER, 1992, S. 105), wie etwa am Beispiel einer hypothetischen Karte über die territoriale Entwicklung und Zuwanderung nach Israel:

neutral	„Die Entwicklung Israels und Palästinas 1947-2009“
positiv	„Das Projekt Israel. Die Heimkehr der Juden ins Gelobte Land“
negativ	„Die Tilgung Palästinas von der Landkarte durch zionistische Siedlungspolitik“

Tab. 8.1: neutraler, positiver und negativer Titelvorschlag zu einer hypothetischen Karte der territorialen Entwicklung Israels und Palästinas.

Die gleiche Methode, durch den Kartentitel die Aussage der Karte vorzugeben, zeigen auch folgende beiden Karten, die jeweils im wesentlichen das gleiche Kartenbild wiedergeben, jedoch durch den Titel zwei völlig konträre Interessen verfolgen.



Abb. 8.5: „End The Unjust Jewish Occupation of Muslim Land!“



Abb. 8.6: „Who's Threatening Whom?“ (StandWithUs)

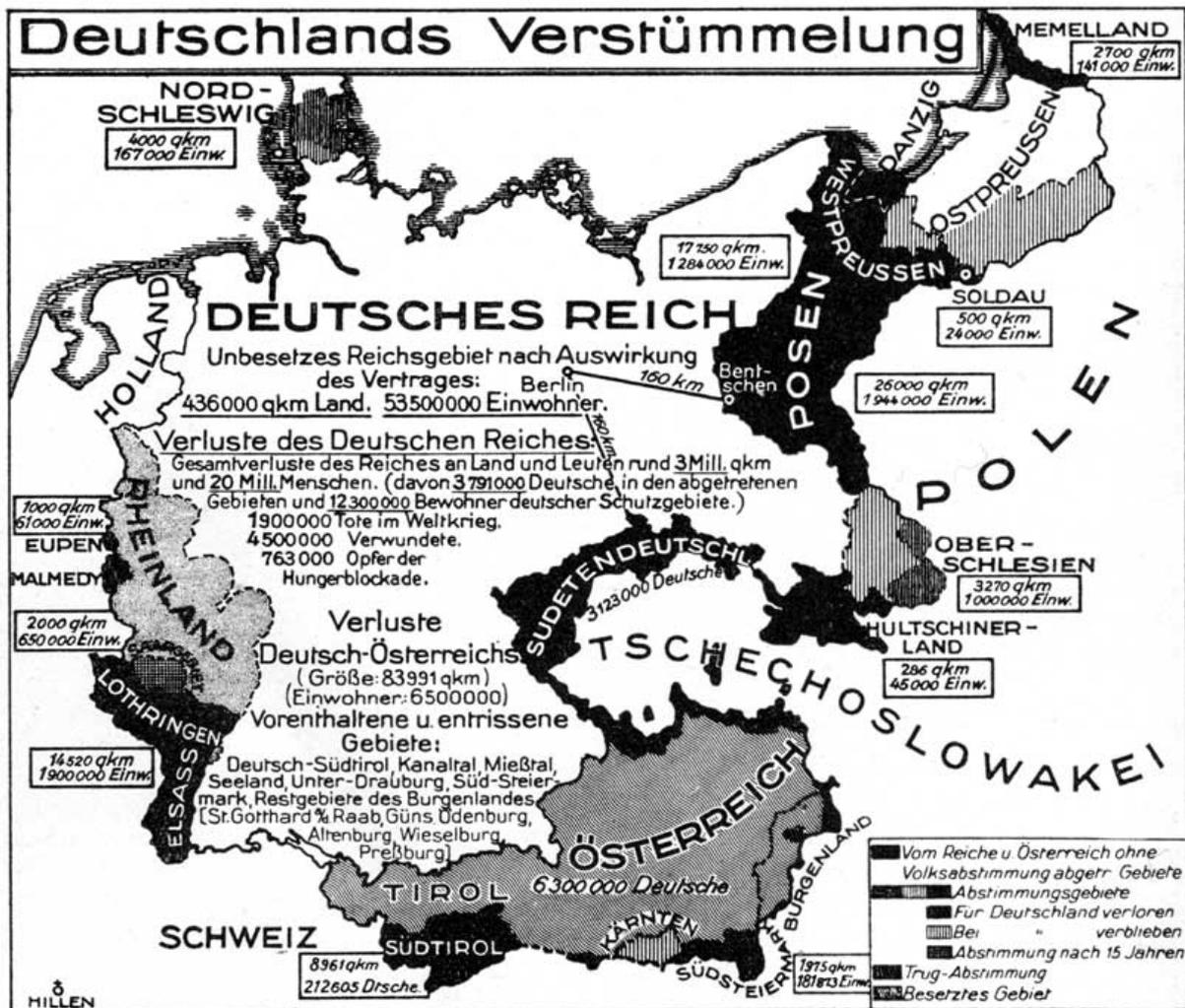
Durch erläuternde Schrift am unteren Kartenrand wird die Botschaft der Karte – eine Bedrohung Israels durch den Islam und die Araber – durch statistische Methoden der Gegenüberstellung von demographischen Daten, wie auch über Flächenvergleich

untermauert. Diese Vergleiche hinken jedoch, so kommt etwa das als Bedrohung dargestellte Anwachsen der arabischen Bevölkerung in Israel zwischen 1949 und 2000 vor allem durch die territoriale Erweiterung des Landes auf Kosten der palästinensischen Gebiete zustande. Auch die Aussage, dass Israel 800 Mal kleiner ist als alle arabischen Staaten zusammen (denen hier jedoch auch der Iran zugerechnet wurde (sic!)), muss hinterfragt werden, da die arabischen Staaten einerseits keine homogene Einheit sind und große Teile aus Wüsten bestehen und unbewohnt sind. Die Karte verschweigt zudem, dass Israel als militärisch am besten gerüstete Macht in der Region dasteht und zudem (zumindest inoffiziell) als einziges Land im Nahen Osten über Atomwaffen verfügt.

Wie aus dem Beispiel (Abb. 8.6) hervorgeht, wird über erläuternde Kartenschrift häufig Propaganda betrieben. In diesem Fall ist die Erläuterung außerhalb des Kartenbilds angesiedelt, es gibt jedoch auch häufig Erläuterungsschriften innerhalb der Kartenfläche (vgl. Abb. 8.7). Zu derartigen erläuternden Schriften zähle ich solche, die unmittelbar mit der Karte in Bezug stehen und Teil der Kartenfläche sind, nicht jedoch schriftliche Elemente außerhalb des Kartenrands, wie etwa einen Artikel, dem die Karte als Erläuterung beigelegt wurde. In vielen Fällen handelt es sich bei derartigen Erklärungen des Kartenbilds um statistische Analysen und Aufzählungen der in der Karte dargestellten Sachverhalte (vgl. oben), die durch sprachliche Nuancierung in eine gewisse Richtung gelenkt wird.

Ebenso kann über die Benennung von in der Karte dargestellten Phänomenen in der Legende die Meinung beeinflusst werden. Die Legende ist ein wesentliches Instrument der kartographischen Kommunikation. Sie dient dem Kartenbetrachter als Decodierungshilfe der in der Karte graphisch visualisierten Information. Eine Manipulation der Legende ist eine direkte Einflussnahme auf den kartographischen Kommunikationsprozess, da auf diese Weise die visualisierten Informationen unter falschen Annahmen decodiert werden.

Auf diese Weise können Feinde identifiziert und die dargestellten geographischen Objekte bewertet werden.



Braun-Ziegenfeld, Geopolit. Geschichtsatlas

Abb.: 8.7: „Deutschlands Verstümmelung“ (BRAUN, ZIEGENFELD, Geopolitischer Geschichtsatlas 1934)

Diese Karte betreibt sowohl über den Titel, die Erläuterungsschrift und die Legende Propaganda. So sind in der Legende etwa die Bezeichnungen „Trug-Abstimmung“ und „für Deutschland verloren“ eindeutig suggestiv. Es soll anhand der Karte und insbesondere über die Erläuterung im Kartenbild, die wiederum statistische Daten aufzählt, Deutschland als Opfer ausländischer Mächte dargestellt werden und dem Betrachter auf Maßnahmen zur Behebung dieses Zustands einstimmen. Interessant ist auch die Darstellung Österreichs in einer Deutschland thematisierenden Karte, das in seiner grauen Farbgebung auch als Verlust wahrgenommen wird, ebenso wie das Sudetenland, das vor 1919 ebenfalls nicht dem Deutschen Kaiserreich zugehörig war. Auf diese Weise wird der Anschluss Österreichs und die Besetzung des Sudetenlands kartographisch vier Jahre vorweg genommen.

9. Kartenrandgestaltung in Werbe- und Propagandakarten

Die Layoutierung und die äußere Kartenrandgestaltung sind für eine Propagandakarte ebenfalls von großer Bedeutung. Karten können je nach Verwendungszweck von sehr sachlich/nüchtern bis hin zu überaus plakativ gestaltet werden. Vorgeblich sachliche Karten erscheinen dem Benutzer generell als objektiver, während plakative Propagandakarten vor allem auf eine einfache und schnelle Nutzung abzielen, sich dem geübten Betrachter jedoch relativ einfach als Propaganda zu erkennen geben.

Rein formal besteht das Kartenlayout aus dem graphischen Zusammenspiel von Kartenbild und äußeren Kartenbestandteilen, wie der Legende, den Kartenrandinformationen sowie weiterer am Kartenblatt befindlicher schriftlicher, wie bildlicher Elemente, wie etwa dem schriftlichen oder bildlichen Maßstab. Zusätzlich wird unter dem Layout auch die Form des Kartenbilds verstanden, wie etwa einer Inselkarte oder einer Rahmenkarte, sowie die Verwendung von Nebenkarten. (HAKE et al., 2002, S.142)

Ähnlich wie in den bereits oben dargestellten Kapiteln zur Verwendung von Schrift und bildlichen Elementen im Kartenbild zur Propaganda, gilt dies in noch stärkerer Ausprägung für die Kartenrandgestaltung. Während bildliche Elemente im Kartenbild in die karto-geometrischen Informationen integriert werden müssen, um die geographische Information – die den wesentlichen Teil der Aussage des Kartenprodukts darstellt – nicht zu überdecken, gilt dies in keiner Weise für den Kartenrand.

So diente der Kartenrand bereits in den Nationalatlanten, die ab dem 16. Jahrhundert die Macht und Größe eines Königreichs demonstrieren sollten, zur propagandistischen Ausschmückung von ansonsten geometrisch und mathematisch exakten Karten. (dazu MONMONIER, S. 125 f.) Als Beispiel sei hier der englische Nationalatlas von Christopher Saxton genannt, der im Auftrag Königin Elisabeths I. eine Gesamtaufnahme des Königreichs vornahm. (dazu University of Glasgow, 2002, Atlas of the Counties of England & Wales) Jede der reich verzierten Kupferstich-Karten wurde mit einer Kartusche versehen, in der als Zeichen der Macht seiner Königin das Wappen des Königreichs und der Grafschaft aufschien, zudem wurde das Titelblatt mit einem Stich der Königin selbst versehen. Auf diese Weise sollte kein Zweifel an der Herrschaft des Souveräns über das Staatsgebiet gelassen, und die geometrische Information mit der ideologischen verbunden werden. Ähnliche Formen einer

ideologisierenden Kartenrandausstattung finden sich häufig in Kartenwerken bis ins 18. und 19. Jahrhundert.



Abb. 9.1: „Map of Cornwall“ (Christopher SAXTON, 1579)

Die Kartenrandgestaltung, die im eigentlichen Sinn in das Kartenbild integriert ist, besteht aus mehreren dekorativen Kartuschen, wobei eine davon das englische Vollwappen zeigt und eine weitere das Wappen der Grafschaft. Auf diese Weise wird das dargestellte geographische Gebiet in ein ideologisches System eingeordnet und gleichzeitig Besitzansprüche des englischen Königs auf die Grafschaft angemeldet.

Zudem war es seit dem 16. Jahrhundert in Prachtkarten, die meist einen Erdteil, oder die gesamte Erdoberfläche darstellten sollten, üblich, im Kartenrand bildliche Darstellungen von spezifischen, dieser geographischen Region zugeordnete Personen oder Objekten darzustellen. Diese Randgestaltung, die in erster Linie der künstlerischen Ausgestaltung, wie auch der Information des Lesers diente, dem mit Bildern etwa die Eingeborenen fremder Kontinente präsentiert werden sollten, wurde gleichzeitig, jedoch nicht immer, dazu verwendet politische Botschaften zu übermitteln. Der verwendete Bildbestand ist oft stark

ikonographisch verschlüsselt und steht in Zusammenhang mit anderen bildlichen Erzeugnissen der frühen Neuzeit, die sich immer wieder durch das Aufgreifen von Allegorien und dem Benutzen einer bestimmten Bildsprache auszeichneten. Dies zeigt etwa folgendes Beispiel:



Abb.: 9.2: „Imperial Federation - British Empire in 1886“

Diese Karte ist ein spätes Exemplar der oben beschriebenen Prachtkarten mit Welterklärungsansatz und diente vor allem in (britischen) Schulen zur patriotischen Stimulation beim Betrachter. Neben den bereits häufig genannten gestalterischen Kartenmerkmalen, wie auf England zentrierte Mercatorprojektion und Farbwahl (britische Gebiete = rot) fällt im Kartenbild die Nebenkarte mit der Ausdehnung des Empire im Jahr 1786 auf, die günstig in Russland positioniert wurde, um so in einem dem britischen Reich unzugänglichen Gebiet, das auf Grund der Projektion sehr mächtig erscheinen würde, einige rote Flecken zu kreieren.

Besonders interessant ist aber die bildliche Ausgestaltung des Kartenrands, der einerseits in klassischer Manier dem Betrachter die fremden Völker des britischen Kolonialreichs vorstellen, andererseits aber eindeutig eine ideologische Botschaft vermitteln soll. So wird

einer, auf einem Globus thronenden Allegorie der Britannia von allen Völkern (und auch Tieren!) des British Empire Tribut gezollt, vom kanadischen Indianerhäuptling bis hin zur barbusigen Aboriginefrau. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch das Spruchband über dem Kartenbild, in dem Augenscheinlich auf die drei Grundwerte der französischen Revolution angespielt wird, jedoch statt der „Gleichheit“ die „Federation“ steht. Die Gleichheit würde der bildlichen Ausgestaltung der Karte widersprechen, in der die Britannia als Herrin der Welt über allen Völkern steht, während die „Federation“ eine Unterordnung unter das britische Supremat annimmt.

In Zusammenhang mit der Entwicklung des Plakatwesens ab der Mitte des 19. Jahrhunderts, kamen in Karten, die an eine breite Öffentlichkeit gerichtet waren, zusehends plakative Gestaltungselemente, wie etwa stark hervorgehobene, schriftlich abgesetzte Titel und bildliche Gestaltungselemente am Kartenrand, die zur Illustration des dargestellten Sachverhalts beitragen sollten. Gleichzeitig nahm die ikonographische Verschlüsselung der Bildinhalte, die sich primär immer an eine gebildete, jedoch zahlenmäßig kleinere Schicht gerichtet hatte, zu Gunsten einer an eine breite Öffentlichkeit ausgerichtete, einfacher verständlichen, Bildlichkeit ab.



Abb. 9.3: „Rohstoffe aus eigenen Kolonien!“ (Reichskolonialbund der NSDAP, 1939)

Dieses Plakat, das den Verlust der deutschen Kolonien in Afrika nach dem Ersten Weltkrieg beklagt, kommt mit einer sehr einfachen und klaren Bildsprache aus. Kartographisch wurden

lediglich in den Umrissen Afrikas die verlorenen Gebiete eingezeichnet und in „deutscher“ Schrift die Forderung nach Rohstoffen aus eigenen Kolonien formuliert. Zur Untermalung dienen Fabrikschlote, die den vorgeblichen Hunger nach Rohstoffen für die deutsche Produktion symbolisieren sollen. Dem Betrachter soll die Notwendigkeit der Rückeroberung der ehemals deutschen Kolonien angetragen werden. Die Botschaft dieser Karte steht in deutlichem Gegensatz zu der Realität der wirtschaftlichen Bedeutung der ehemals deutschen Kolonien, die wirtschaftlich gesehen ein Verlustgeschäft waren, und deren Rohstoffe nur einen kleinen Teil des Industriebedarfs abdecken konnten. (dazu GRÜNDER, 2004, S. 238-240; zur Tätigkeit des Reichskolonialbundes vgl. Arne SCHÖFERT)

Wie oben beschrieben eignet sich der Kartenrand in besonderem Maß zur bildlichen Propagierung von Botschaften, in denen die eigentliche Karte einen untergeordneten Stellenwert einnimmt. Mitunter soll die Karte lediglich zur Verortung einer Botschaft dienen. Die Karte an sich verliert in der gesamten Darstellung die Funktion als primärer Informationsträger und scheint lediglich als untergeordneter Teil eines graphischen Gefüges auf.

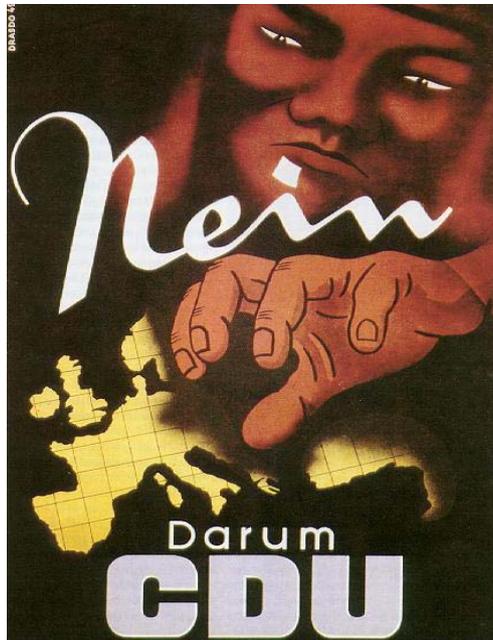


Abb.: 9.4: „Nein - Darum CDU“ (Wahlplakat der CDU zur ersten Bundestagswahl 1949)

In den politischen Plakaten der 20er bis 50er Jahre, die stark von Kunstströmungen des Bauhaus und Konstruktivismus inspiriert waren, diente primär das gemalte Bild in Verbindung mit einer einfachen Textbotschaft als Medium der Propaganda. In diesem

Zusammenhang wurden auch Karten als Teil der Bildbotschaft in politische Plakate integriert, wie dieses Beispiel zeigt. Dieses Plakat der CDU von 1949 soll die kommunistische Bedrohung Europas durch einen grimmigen, rostroten, sowjetischen Riesen demonstrieren, der bereits die Hand ausstreckt um alles in den Schatten zu tauchen. Die in das Plakat integrierte Karte dient ausschließlich der Verortung einer politischen Information und gibt keine weiteren geographischen Informationen wieder. Auch die geographische Genauigkeit ist hier eindeutig nebensächlich.

III. ANALYSE UND RESÜMEE

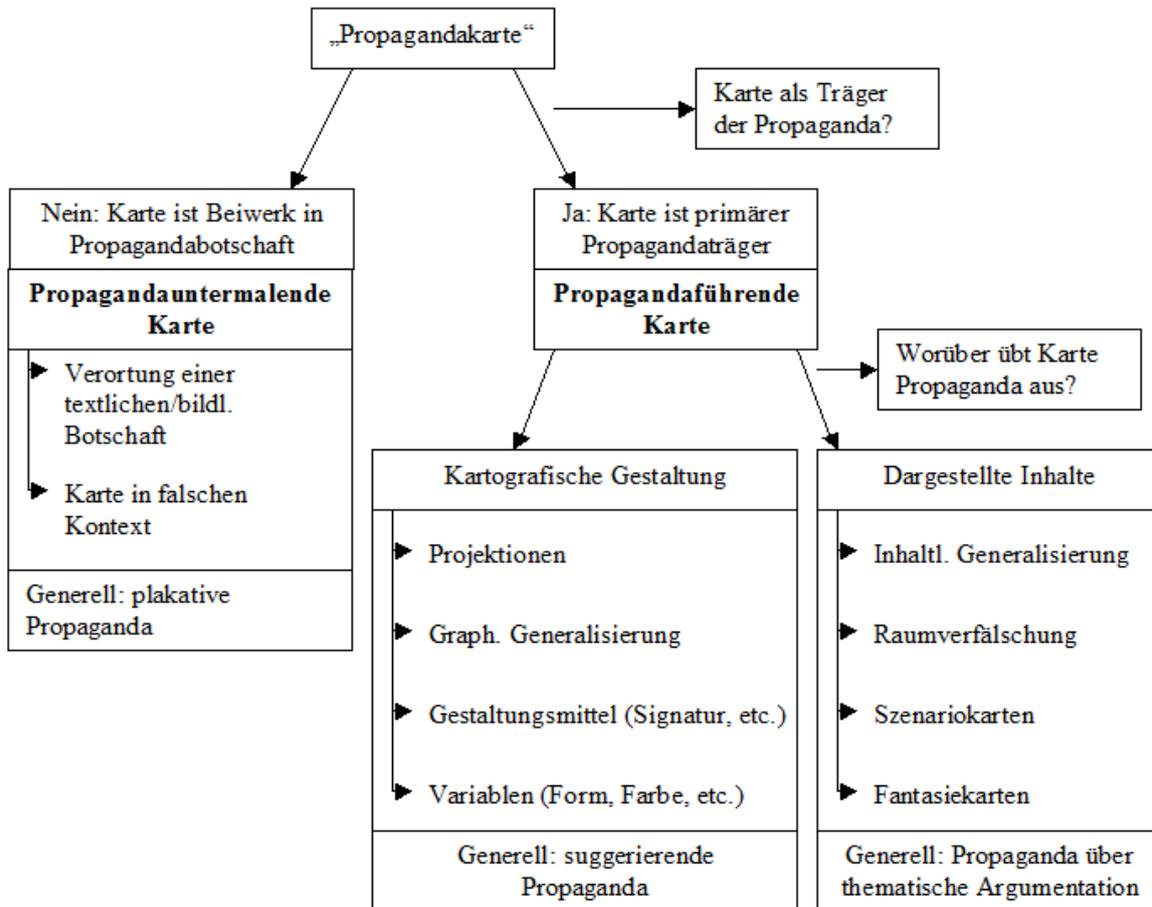
10. Systematisierungsversuch von Propaganda- und Werbekarten

Nach der Betrachtung der Methodiken der Werbe- und Propagandakartographie, seien sie verfälschender, statistisch-mathematischer, generalisierender oder graphisch-gestalterischer Natur, soll hier ein Systematisierungsversuch von Propagandakarten vorgenommen werden. Während frühere Arbeiten zu diesem Thema meist einen zweckgebundenen Ansatz gewählt haben (wie etwa VOLLER, 1992), in dem die politischen Ziele der propagandistischen Verwendung von Karten, wie etwa Rechtfertigung, Desinformation etc. systematisiert werden, möchte ich die Funktion der Karte in den Mittelpunkt stellen, den sie im Kommunikationsprozess der Propagandavermittlung einnimmt.

In diesem Systematisierungsversuch von Werbe- und Propagandakarten soll weniger auf den Zweck der Karte als auf die Art und Weise der Darstellung, beziehungsweise auf die Methode der propagandistischen Darstellung eingegangen werden. Für die versuchte Systematisierung wurden an die zweihundert Karten analysiert, die subjektiv vom Schreiber dieser Arbeit als Propaganda eingestuft wurden – darunter auch sämtliche in der Arbeit bisher besprochenen.

Die Betrachtung fokussierte zuerst auf die Rolle der Karte in der gesamten Propagandabotschaft. Hierbei wird zwischen der Karte als eigentlichem Träger der geographischen Information und der Kartenrandgestaltung, wie etwa bildlicher und textlicher Elemente, die nicht unmittelbar zum Verständnis der Karte dienen, unterschieden. Die erste Fragestellung, die sich an eine Karte, die im Rahmen einer Propagandabotschaft verwendet wird, richtet ist, ob die Karte an sich, also der Träger der geographischen Information, gleichzeitig auch Träger der Propaganda ist. In weiteren Analyseschritten wird der Frage nachgegangen auf welche Weise eine Karte Propaganda ausübt.

Einen groben Überblick über das von mir entwickelte Analyse- und Klassifizierungsschema soll folgende Graphik verdeutlichen:



Tab. 10.1: Klassifizierungsschema für Propagandakarten

Generell können Propagandakarten, nach ihrer Funktion als Informationsträger in einer Propagandabotschaft in zwei grobe, klar voneinander abgrenzbare Gruppen unterschieden werden.

- Einerseits Karten, die selbst keine suggestive, oder propagandistische Botschaft übermitteln, jedoch als Beiwerk zu einer Propagandabotschaft dienen, die über Text und/oder Bilder vermittelt wird. Diese bezeichne ich hier als sogenannte „Propagandauntermalende Karten“.
- Andererseits Karten, die im Kontext der Informationsübermittlung primäre Träger der propagandistischen Nachricht sind, die von mir hier als „Propagandaführende Karten“ benannt werden.

Propagandauntermalende Karten

Die erste Klasse von Propagandakarten, die ich in diesem Systematisierungsversuch als „Propagandauntermalende Karten“ bezeichne, sind kartographische Darstellungen, die über ihren Inhalt und ihre Gestaltung allein keine suggestive Botschaft vermitteln. Sie stehen immer im Kontext mit einer textlich ausgedrückten Nachricht oder mit bildlichen Gestaltungselementen, die zur Meinungsbildung dienen sollen. Wichtig zu beachten ist, dass ich mich hierbei auf Bild- und Textelemente außerhalb der eigentlichen Karte beziehe und nicht in diese integrierte, für das Verständnis des in der kartographischen Darstellung gezeigten Sachverhalts notwendige, wie etwa Legendentexte oder Erläuterungen im Kartenfeld.

Nach dieser Definition verstehe ich unter propagandauntermalenden Karten solche, die losgelöst von den sie umgebenden Text- und Bildelementen, nicht im gleichen Kontext wahrgenommen werden können.

Wie bereits die letzten Beispiele im Kapitel über die Kartenrandgestaltung gezeigt haben, dienen viele Karten in stark plakativen Darstellungen lediglich zur Untermalung einer Propagandabotschaft, die primär durch nichtkartographische Elemente, wie Schrift und Bild getragen wird. Derartige Kartenabbildungen finden sich häufig in politischen Plakaten und besonders häufig auch in Werbung und haben vorrangig eine Verortung der nebenstehenden Botschaft zum Ziel. Sie übermitteln in vielen Fällen keine weiteren räumlichen oder sachlichen Informationen und dienen häufig zur Identifikation der in der Botschaft übermittelten Nachricht, oder eines Produkts mit einer bestimmten Region. Wie bereits unter den Zielen der propagandistischen Verwendung von Karten dargestellt, sind Karten ein Blickfang, selbst wenn sie außer geographischer Lage keine Informationen vermitteln.



Abb. 10.1: „WARNING! – Our Homes are in Danger Now!“ (USA, 1942)

In dieser Karte, die eine direkte Bedrohung der USA durch Hitler-Deutschland und Japan zeigen soll, wird die Botschaft rein durch die Textlichen und Bildlichen Elementen wiedergegeben. Die Karte dient lediglich zur geographischen Lokalisierung und zur Identifikation des Betrachters mit den USA, die von zwei blutrünstig anmutenden Gestalten, Hitler und einem stereotypen Japaner mit blutigem Messer, bedroht werden. Ohne Text und Bild wäre diese Karte nicht im gleichen Zusammenhang verständlich.

Als eine weitere Art der Propagandauntermalenden Karte würde ich thematische Karten bezeichnen, die einen bestimmten Sachverhalt zwar in objektiver Weise darstellen, über eine gezielte Titelwahl jedoch in einen anderen Kontext gebracht werden. So werden in vielen Fällen bereits existierende Karten aufgegriffen und in einem anderen Zusammenhang und/oder unter anderem Titel neu verwendet. Auch in diesen Fällen ist die Karte nicht primärer Träger der Propagandabotschaft sondern dient nur zur Untermauerung einer textlichen und/oder bildlichen Botschaft.



Abb. 10.2: „Where EU wants to put you“ (Daily Mail, 2007)

Bei nüchterner Betrachtung dieser Karte, die verschiedene EU-Förderungsregionen in verschiedenen Flächenfarben zeigt lässt sich meiner Meinung nach (unter Ausblendung des Titels) keine suggestive oder verfälschende Darstellungsmethode feststellen. Die Darstellung selbst könnte aus einem nüchternen EU-Informationenfolder oder ähnlichem stammen. Vielmehr stammt sie jedoch aus der äußerst europakritischen Daily Mail, die unter der Artikelüberschrift „EU to carve up UK“ eine Verschwörung gegen Großbritannien wittert, indem das Vereinigte Königreich zerschlagen werden soll. So wird im Artikel die Verwaltung von Teilen der britischen Insel durch französische Bürokraten in Aussicht gestellt und die Tilgung des über Jahrtausenden gewachsenen Königreichs England durch die EU an die Wand gemalt. Der Kartentitel „Where the EU wants to put you“ unterstreicht diese vermeintliche Verschwörung gegen das britische Volk.

Diese Karte ist unter den oben erwähnten Kriterien für eine Propagandauntermalende Karte als solche anzusehen, da die entscheidenden suggestiven Nachrichteninhalte über den Kartentitel und den Artikel selbst vermittelt werden. Die Karte würde losgelöst von diesen textlichen Elementen gänzlich anders wahrgenommen werden.

Generell kann festgehalten werden, dass in Propagandauntermalenden Karten die geographische Information nur eine geringe Bedeutung besitzt. Allgemein ist die durch solche Karten verbreitete Propaganda stark plaktiv und meist als eher plump anzunehmen.

Propagandaführende Karten

Unter den hier sogenannten „Propagandaführenden Karte“ verstehe ich, wie beschrieben, solche, die selbst Träger einer Propagandabotschaft sind, und diese auch ohne einer nebenstehenden, nicht zur Karte zählenden Erklärung oder Untermalung an den Betrachter vermitteln können.

Bei einer weiteren Systematisierung stellt sich vorrangig die Frage nach der Art und Weise wie eine Karte versucht eine Propagandabotschaft zu vermitteln. Wie bereits aus dem oben angeführten Schema ersichtlich, finden sich auch hierbei zwei unterscheidbare Gruppen.

- einerseits Karten, die durch ihre kartographische Gestaltung Propaganda ausüben und über die Verwendung von kartographischen Gestaltungsmitteln die Wahrnehmung beeinflussen und dem Betrachter eine verzerrte Sicht räumlicher Phänomene suggerieren.
- andererseits kann durch dargestellte Karteninhalte und das Thema im allgemeinen Propaganda vermittelt werden.

Über kartographische Gestaltung arbeitende Propagandakarten

Über kartographische Gestaltung arbeitende Propagandakarten weisen eine weitgehende geographische und sachliche Richtigkeit in der Thematik auf, versuchen jedoch durch ihre Konstruktion und die graphische Gestaltung der in der Karte dargestellten Inhalte, wie etwa durch gezielte Farbwahl, suggerierende Signaturen etc. die Meinungsbildung zu beeinflussen. Eine derartige Karte würde, unter Beibehaltung des Themas und der Inhalte über „objektive“ Gestaltung nicht mehr als Propagandakarte wahrgenommen werden und wirken.

Die Möglichkeiten durch die Gestaltung einem Betrachter eine bestimmte Botschaft zu suggerieren wurde bereits oben in den Kapiteln 5 – 9 eingehend beschrieben und soll hier nicht wiederholt werden. Aufzählend seien hier die häufigsten Methoden erwähnt:

- die Verwendung von kartographischen Gestaltungsmitteln zur Propaganda
- die suggerierende Verwendung kartographischer Variablen an Gestaltungsmitteln, wie etwa Farbgebung, Form (von Signaturen)
- gezielte Raumsuggestion über Projektionen und kartenverwandte Darstellungen
- unzulässige graphische Generalisierungen

Hierbei dient die Karte in fast allen Fällen als primäres Informationsmedium, während begleitende Texte und Bilder weitgehend zurücktreten oder mitunter fast völlig fehlen. Diese Gruppe ist im politischen Zusammenhang die mit Abstand die am häufigsten auftretende.

Karten, die über die Gestaltung von Kartenelementen Propaganda ausüben, versuchen dies vor allem durch unterschwellige Suggestion. Der Betrachter soll nicht vordringlich darauf hingewiesen werden, dass die Karte Propaganda ausübt. So fehlen in derartigen Karten mitunter Texte, die einen solchen Eindruck vermitteln würden. Generell soll der Kartenbetrachter zu dem vom Kartenzeichner gewünschten Schluss kommen, ohne dass er auf diesen mit zu augenscheinlich plakativen und aufdringlichen Methoden hingewiesen wird. Durch zu plumpe Gestaltung kann die versuchte subtile Suggestion jedoch wieder plump wirken und von einem kritischen Betrachter schnell als Propaganda oder Werbung entlarvt werden.

Über dargestellte Inhalte arbeitende Propagandakarten (semantische Propagandakarten)

Während, wie oben beschrieben, durch die Gestaltungsweise der in einer Karte dargestellten Inhalte Propaganda ausgeübt werden kann, können diese selbst ebenso als Propagandaträger dienen. Generell gilt es zwischen Karteninhalten und Kartenthema zu unterscheiden. Während letzteres im semantischen Sinn die Gesamtheit aller Objekte beschreibt (HAKE et al., 2002, S. 466), und sozusagen das Motiv einer Karte darstellt, verstehe ich unter Karteninhalt vielmehr das syntaktische Verwenden von Elementen im Kartenbild. Das Thema bietet sozusagen den übergeordneten semantischen Rahmen, während die dargestellten Inhalte die Umsetzung des Themas über graphische Elemente in der Karte sind.

Das Thema selbst wird vor allem durch die Titelgebung und die Auswahl der dargestellten Inhalte in der Karte definiert. Propaganda kann demnach einerseits durch inhaltliche Generalisierung der Inhalte betrieben werden, wie etwa durch einseitige Auswahl der dargestellten Objekte, durch eine Wertung dieser, sowie ebenfalls über semantische Generalisierung. Weitere Methoden sind statistische Verfälschungen der dargestellten Thematiken.

In diesen Fällen werden weitgehend richtige Inhalte durch den Kartographen verdreht und dadurch Propaganda ausgeübt, ohne auf graphisch/gestalterische Suggestion zurückzugreifen. Inhaltliche Propaganda in Karten ist jedoch auch durch die Darstellung von gezielt falscher Inhalte möglich. Eine weitere häufige Methode der semantischen Propagandakarten ist die

Verwendung von wertenden Texten in Karten, wie etwa beeinflussenden Benennungen in der Legende („feindliche Länder“ etc.) oder durch die Titelwahl.

Die Möglichkeiten, durch Inhalte und Thematik Propaganda auszuüben, wurde in den Kapiteln 4 und 8 bereits ansatzweise erklärt. Summarisch lassen sich als generelle Methoden für Propaganda über die Thematik sowie über die Verwendung von Inhalten folgende Möglichkeiten auflisten:

- inhaltliche Generalisierung
- statistische Verfälschung
- textliche Propaganda (Semantik von kartenrelevanten Texten)
- gezielte Falschdarstellungen
- Szenariokarten
- Fantasiekarten wie etwa karikaturistische Anamorphosen

Hierbei gilt generell, dass die optische Gestaltung der in der Karte visualisierten Inhalte nicht den entscheidenden Faktor bei der Übermittlung der Propagandabotschaft darstellt, sondern bereits nur durch die Auswahl der Thematik und Inhalte Propaganda vermittelt werden soll.

Derartige Karten vermitteln oft einen vornehmlich sachlichen Eindruck und erscheinen wenig plakativ. Ihr Ziel ist die sachliche Überzeugung des Betrachters anhand der in der Karte abgebildeten Inhalte.

Als Sonderformen der über die Semantik arbeitenden Propagandakarten möchte ich hier drei Gruppen von Karten vorstellen, die ich in der bisherigen Analyse der kartographischen Möglichkeiten zur Verbreitung von Propaganda schwer einer der besprochenen Methodiken zuordnen konnte. All diesen Formen ist gemein, dass das Kartenthema und die dargestellten Inhalte die Propagandaträger sind, während die Gestaltung der einzelnen Kartenobjekte eher nebensächlich ist.

Raumverfälschende Karten

Wie durch die Verwendung von inhaltlich einseitig generalisierten Informationen Propaganda ausgeübt werden kann, so ist dies durch das Postulieren von falschen Inhalten in Karten in verstärktem Ausmaß möglich. In diesen Fällen wird ebenfalls über die dargestellten (falschen) Informationen zu räumlichen Gegebenheiten und Thematiken die Meinung des Betrachters zu beeinflussen versucht.

Diese Kategorie von Propagandakarten würde ich als sogenannte „raumverfälschende Karten“ zusammenfassen. Hierbei übernimmt die Karte, wie generell bei allen propagandaträgenden Karten, die Funktion als primäres Informationsmedium im Gesamtkontext der Propagandanachricht, jedoch wird durch die gezielte Desinformation und Falschdarstellung von räumlichen und inhaltlichen Informationen dem Betrachter ein falsches Bild vom Raum und den darin vorkommenden Objekten vermittelt.

Die gezielte Verwendung von Projektionen, die durch Verzerrung dem Betrachter ein verfälschendes Bild der Erdoberfläche und ihrer Dimensionen suggerieren sollen, würde ich dennoch nicht zu dieser Gruppe zählen. Verzerrungen, die durch kartographische Projektionen entstehen, sind keine „Fälschungen“ von räumlichen Gegebenheiten sondern mathematische Notwendigkeit. Aus diesem Grund würde ich Karten, die über ihre Projektion einen verfälschenden Raumeindruck vermitteln nicht zu den Raumverfälschenden, sondern zu den Suggestivkarten zählen.

Die Ausprägungen von raumverfälschenden Karten reicht ihrerseits von dezenten Fehlinformationen am Rande – wie etwa dem Attribuieren des Dachsteins als Dreitausender in einer Skigebietskarte zur Steigerung des Prestiges und aus Lokalpatriotismus (vgl. Abb. 4.5), der Überhöhung von Bergen in Panoramaansichten zur Erhöhung der Dramatik, oder der Unterschlagung von räumlicher Distanz in einer Anfahrtsbeschreibung in einer Werbekarte – bis hin zur Postulierung von propagandistischen Thesen anhand von gezielt gestreuten Falschinformationen, die den Kartenbetrachter in irgendeiner Weise zum Handeln oder zumindest zum Verständnis für politische oder militärische Maßnahmen animieren sollen, wie nachfolgendes Beispiel verdeutlicht.

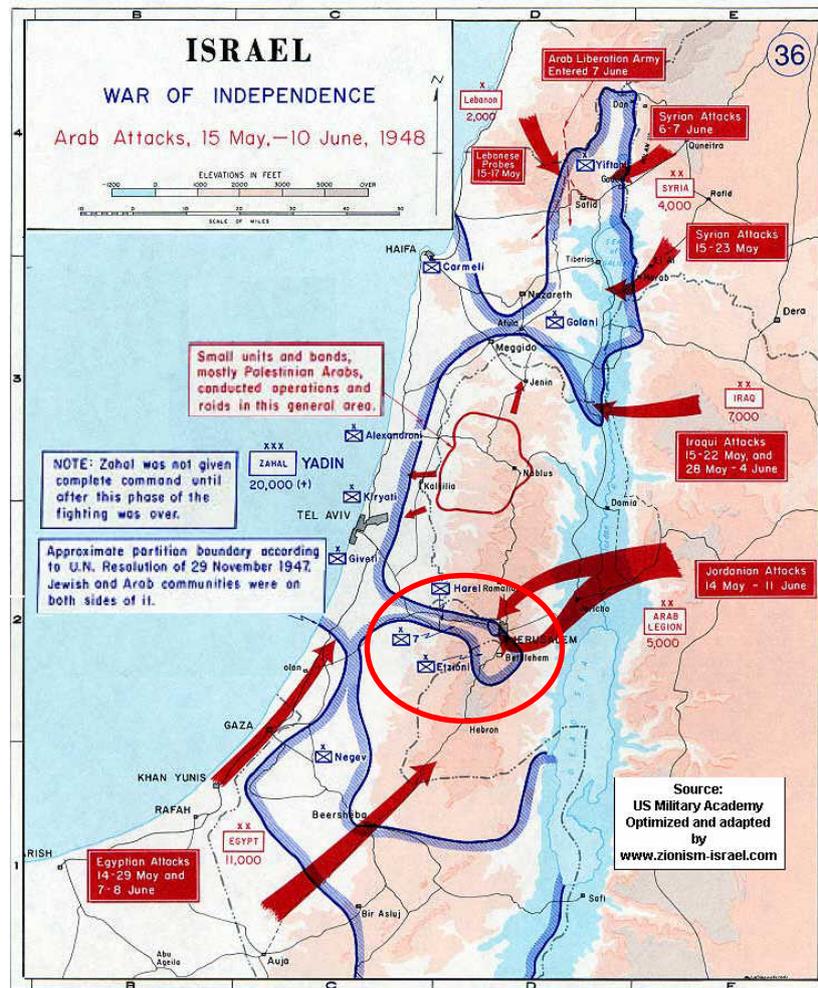
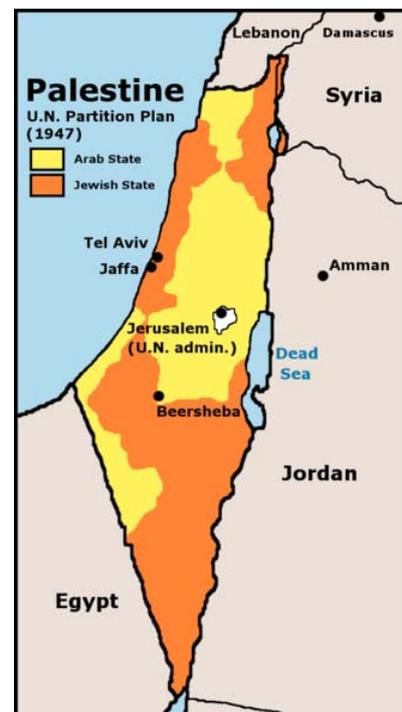


Abb. 10.3: „Israel – War of Independence“ (Zionism and Israel Information Center)

Diese Karte, die den Unabhängigkeitskrieg Israels thematisiert, bedient sich in der Grenzziehung einer klaren Falschdarstellung, wie der Vergleich mit rechter Karte aus Wikipedia (Abb. 10.4: Palestine. UN Partition Plan 1947) eindeutig zeigt. So wird explizit auf den Teilungsplan von 1947 Bezug genommen, jedoch die Stadt Jerusalem mit einem Korridor als Teil des jüdischen Staats dargestellt. Jerusalem war nach der UN Resolution jedoch unter UN Verwaltung und besaß einen eigenen Status, während der Korridor dem arabischen Staat zugesprochen wurde. Die Falschdarstellung in Abb. 10.3. dient im Wesentlichen der Geschichtsfälschung und Legitimation der Inbesitznahme Jerusalems durch Israel nach dem Unabhängigkeitskrieg.



Szenariokarten

Eine mit raumverfälschenden Karten in gewisser Weise verwandte Gruppe von Propagandakarten sind Szenariodarstellungen. Hierbei werden die in einer Szenariokarte dargestellten Inhalte, im Unterschied zu raumverfälschenden Karten, von Anfang an nicht als real sondern nur als Möglichkeit einer räumlichen Situation in Zukunft postuliert.

Das Prognostizieren von zukünftigen Szenarien stellt eine der am häufigsten verwendeten Methoden semantischer Propaganda in der Kartographie dar. In der Tat stellen eine große Zahl von politischen Karten mögliche Sachverhalte dar, die durch politische wie militärische Aktionen in Zukunft eintreten könnten. Diese können einerseits allgemein erwünscht sein und mehr oder weniger als Zielvorgabe dienen, oder jedoch, und dies wohl häufiger, negativ und von der Mehrheit der Bevölkerung gefürchtet, um so bestimmte präventive Maßnahmen politisch durchzusetzen.

Szenariokarten sind in vielen Fällen eher nüchtern bis sachlich gestaltet und versuchen nicht primär über kartographische Gestaltungsmittel eine Botschaft zu suggerieren. Vielmehr soll durch den dargestellten Inhalt, der meist für einen Betrachter gleichsam neu wie auch vertraut erscheint und interessant wirkt, die eigentliche Nachricht vermittelt werden. In den meisten Fällen handelt es sich inhaltlich um politische wie militärische Prognosen und die Bandbreite reicht von naheliegenden, kurzfristigen Szenarien bis hin zu weit in die Zukunft blickenden, oft auch absurd anmutenden groben Umwälzungen der politischen Landkarte.



Abb. 10. 5: „LE RÊVE D'HÉGÉMONIE ALLEMANDE“ (Frankreich 1914)

Diese französische Karte aus der Anfangsphase des Ersten Weltkriegs soll dem französischen Betrachter die angeblichen Ziele der Deutschen präsentieren, gegen die es Widerstand zu leisten gilt. So wird eine, aus heutiger Sicht absurd übertriebene, Aufteilung Europas zwischen Deutschland und Österreich-Ungarn an die Wand gemalt, während Frankreich nur noch als kleiner Reststaat in den Pyrenäen besteht. Interessant ist auch die Aufteilung der britischen Inseln, die als Kolonien Deutschlands und Österreich-Ungarns eingezeichnet sind. Diese Karte soll sozusagen das schlimmst mögliche Szenario für die Alliierten präsentieren und die Bevölkerung auf die Abwehr dieses einstimmigen.

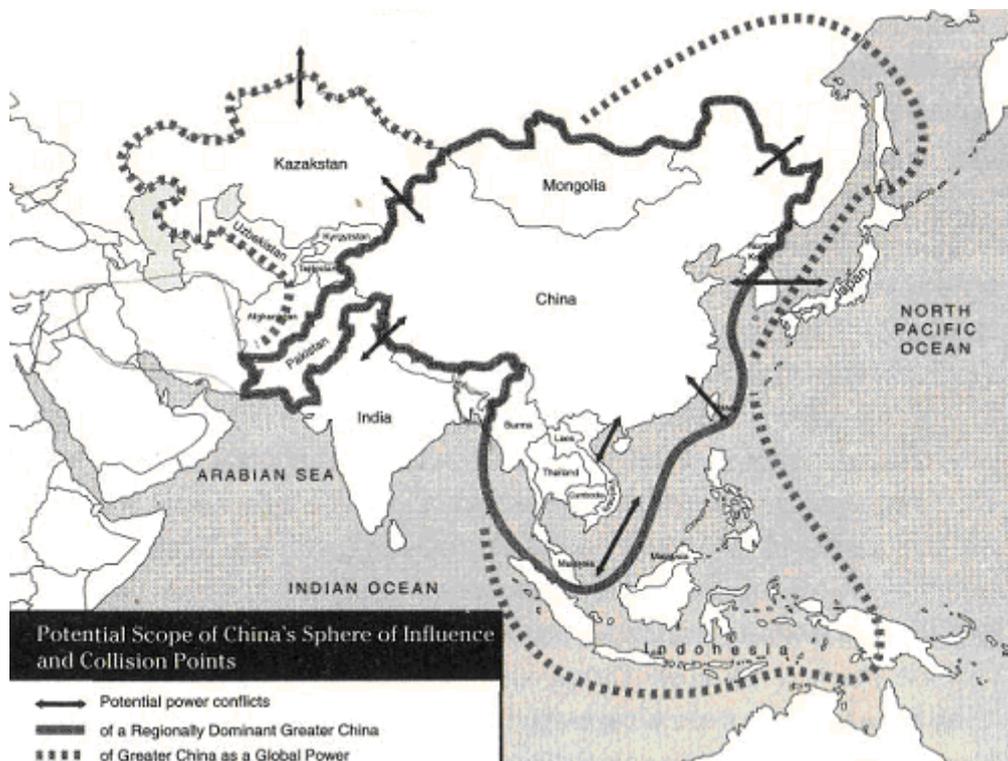


Abb. 10.6: „China as a world power“

Diese, im Vergleich zur vorigen nahezu realistisch anmutende, Szenariokarte soll verdeutlichen, wie sich die Volksrepublik China in den nächsten Jahrzehnten entwickeln könnte und wo territoriale Bestrebungen und Konflikte auftreten könnten. Als Szenarien werden China als regional dominante Macht und China als Weltmacht vorgestellt. Die Karte dient neben der nüchternen Prognose auch dazu, dem westlichen Betrachter die potentielle Bedrohung die von China ausgeht vor Augen zu führen.

Fantasiekarten

Als dritte Sonderform von inhaltlich arbeitenden Propagandakarte möchte ich hier die von mir so genannten Fantasiekarten vorstellen. Hierunter fallen fiktionale Karten, die in ihrem Inhalt entweder von Anfang an keinerlei realen geographischen Gegebenheiten der Erdoberfläche wiedergeben wollen, oder solche, die aus Objekten der Erdoberfläche über neue Anordnung oder Gestaltung ein völlig neues Kartenbild kreiert.

Unter diese Form von Karten fallen etwa karikaturistische Anamorphosen (siehe Kapitel 5), sowie Karten, die aus der Kombination von kartographischen Elementen Bilder entstehen lassen. Diese können von großflächiger Umgestaltung ganzer Kontinente, die in eine bildliche Form umgegossen werden, bis zur kleinräumigen, karikaturistischen Neuaraangierung von Straßenzügen und Häusern um so ein Bild entstehen zu lassen, wie folgende beiden Beispiele illustrieren sollen.

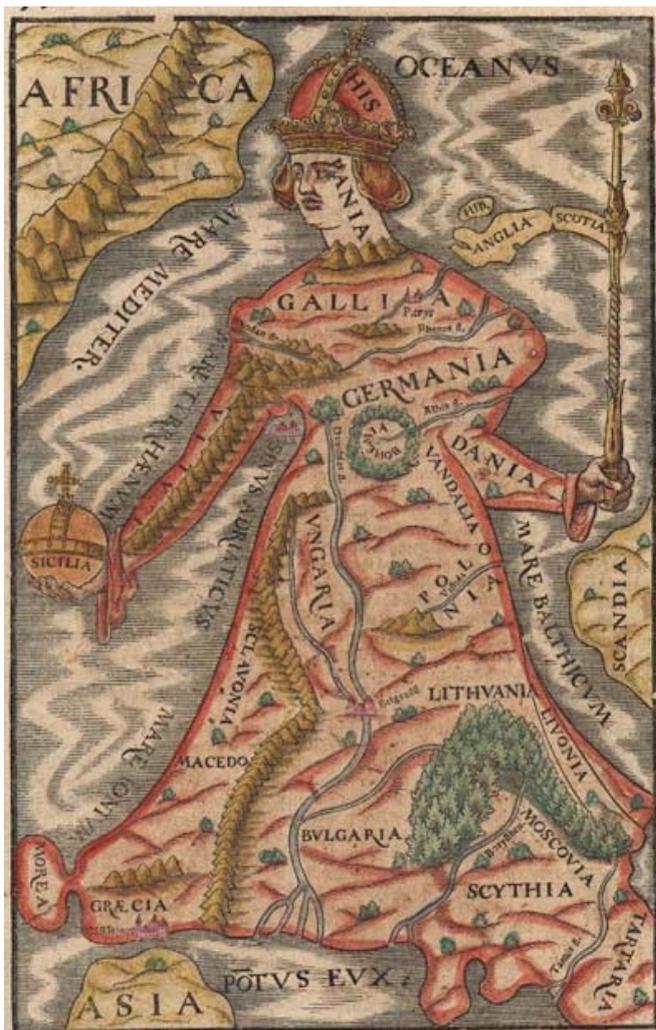


Abb. 10.7: „Europa als Königin“,
(Sebastian Münster, *Cosmographia*)

In dieser antropomorphischen Fantasiekarte wird der Kontinent Europa in Gestalt einer Königin umgeformt. Auf diese Weise soll das Eigenbild der Europäischen Eliten in der Frühzeit des Kolonialismus gestärkt und der Hoheitsanspruch Europas über die Welt wiedergegeben werden. Zudem wird das im 16. Jahrhundert vorherrschende Königreich Spanien als Krone und Haupt Europas – und das zur Krone Spaniens gehörende Sizilien als Reichsapfel – dargestellt.



Abb. 10.8: „St.Pölten, Landesgericht. 16. März 2009, morgens“ (DERSTANDARD, 16.3.2009)

In dieser Karikaturistischen Karte zum Gerichtsprozess von Josef F. wird das Gesicht des Angeklagten im Inzestfall Amstetten, das schon Wochen zuvor durch die Zeitungen bei einer breiten Öffentlichkeit bekannt geworden war, über die Gruppierung von TV-Sendewagen und Gebäuden in den Stadtplan von St. Pölten integriert. Lediglich die Augenpartie und einige Gesichtsschatten werden nicht über geographische Objekte gebildet sondern sind wohl direkt aus einem Portrait übernommen. Die so entstandene Karte hat nicht zum Ziel geographische Informationen zu vermitteln, sondern soll lediglich als interessanter Blickfang dienen.

Eine weitere Form der Fantasiekarten sind Darstellungen abstrakter, nicht räumlicher Phänomene, die jedoch kartographisch umgesetzt werden. Hierzu zählen etwa Karten nach dem Muster „Der Weg zum Erfolg“ oder „Das Land der Weisheit“, die einerseits idealtypische Allegorien versinnbildlichen sollen, andererseits aber auch für Werbezwecke verwendet werden können.

Resümee

Die hier vorgenommene Trennung von verschiedenen Propagandakarten ist natürlich als idealtypische Überlegung zu sehen. In Realität finden sich natürlich unzählige Zwischenformen wieder und auch Karten, die sowohl über ihre äußere Gestaltung, die Thematik, die dargestellten Inhalte sowie durch die Gestaltung dieser Propaganda betreiben. Gerade die Trennung zwischen dargestellten Inhalten und dem Kartenthema, sowie zwischen Inhalten und ihrer Gestaltung ist oft nur schwer zu unterscheiden. Als grobe Formel kann dennoch davon ausgegangen werden, dass propagandaauntermalende Karten weitgehend plakativ, über Gestaltung arbeitende Karten suggestiv und semantische Propagandakarten argumentativ versuchen ihre Botschaft zu übermitteln.

Die von mir in dieser Arbeit vorgenommene Analyse von Propagandakarten fokussiert bei rückblickender Betrachtung sehr stark auf die klassische Form der Kartographie und ist kaum auf die Möglichkeiten eingegangen, wie digitale- und online-Karten, wie etwa auch Google-Maps oder Google-Earth, zur Beeinflussung der Meinungsbildung bei einem Betrachter, oder zur Verbreitung von politischen und Werbebotschaften beitragen könnte. In Anbetracht des begrenzten Rahmens einer Diplomarbeit muss ich dieses überaus interessante Forschungsgebiet vorerst bei Seite lassen und für weitere Bearbeitung offen lassen.

In jedem Fall kann resümiert werden, dass die Jahrhunderte alte „Kunst“ der Verbreitung von politischer, ideologischer wie wirtschaftlicher Werbebotschaften mittels kartographischer Visualisierung nicht mit dem 20. Jahrhundert und dem 2. Weltkrieg geendet hat – wie etwa vielfach in Gesprächen mit Kollegen vermutet wurde. Gerade durch Revolution der Medien mit der Etablierung des Internets und der damit verbundenen stark angewachsenen Möglichkeiten einerseits Zugang zu Karten zu erhalten, andererseits selbst als Kartograph tätig zu werden, finden sich neue Möglichkeiten auch für die Propaganda und Beeinflussung. So ist etwa davon auszugehen, dass zu keinem Zeitpunkt mehr Werbebotschaften kartographisch übermittelt wurden, wie es heute der Fall ist. So muss der Betrachter einer Karte stets im klaren darüber sein, dass kaum eine Karte ohne Zweck entsteht und dass möglicherweise versucht wird, seine Wahrnehmung in eine Richtung zu beeinflussen. Dies gilt es bei in Google-Earth integrierter Information ebenso zu berücksichtigen wie bei klassischen Kartenpublikationen.

Wie ich bereits angesprochen habe würde die Möglichkeit einer direkte Interaktion in digitalen Karten die Voraussetzung einer Demokratisierung zwischen Kartenhersteller und

Benutzer darstellen. In wie weit diese jemals eintreten wird ist jedoch, angesichts der unterschiedlichen Wissenshorizonte der am Kommunikationsprozess Beteiligten, fraglich. Insofern hoffe ich mit dieser Arbeit dem interessierten Leser die Arbeitsweisen kartographischer Propaganda vor Augen geführt, und auf diese Weise zu einer kritischen Betrachtungsweise und Hinterfragung gegenüber kartographischen Erzeugnissen, ihrer Gestaltung, wie Inhalte, sensibilisiert zu haben.

Literaturverzeichnis

ARNBERGER, E., 1993, Thematische Kartographie. Mit einer Kurzeinführung über EDV-unterstützte Kartographie und Quellen der Fernerkundung – Braunschweig (Westermann).

BAUER, T., 1979, Medienpädagogik. Einführung und Grundlegung. Bd. I. Theorie – Diskussion. Der Kommunikationssinn. – Wien, Köln, Graz (Böhlau).

BERNAYS, E. L., 2007, Propaganda. Die Kunst der Public Relations. – Freiburg (Orange Press).

BERTIN, J., 1974, Graphische Semiologie. – Berlin (de Gruyter).

BENZ, W., 1981, Judenvernichtung aus Notwehr? Die Legenden um Theodore N. Kaufman. – In: Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte, Bd. 29, Okt. 1981, S. 615-630.

Der Bildbestand der Deutschen Kolonialgesellschaft in der Universitätsbibliothek Frankfurt am Main. – online unter: <http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/>, Stand: 8.3.2010.

BLACK, J., 1997, Maps and politics. – London (Reaktion Books).

BOJANOWSKI, A., 2008, Es führt ein Weg nach nirgendwo. – in: DER STANDARD, 17. Dezember 2008. – Wien, S. 15.

BRAUN, F., ZIEGENFELD, A., 1934, Geopolitischer Geschichtsatlas. – Dresden (L. Ehlermann).

BUSSEMER, T., 2008, Propaganda. Konzepte und Theorien – Wiesbaden (VS Verlag für Sozialwissenschaften).

BUNGE, W., 1988, Nuclear War Atlas – Nuclear warfare. – Oxford (Blackwell).

Deutsche Gesellschaft für Kartographie (DGfK), Kommission Aus- und Weiterbildung, 2000, Ausbildungsleitfaden Kartograph/Kartographin. – o.O.

EDSON, E., SAVAGE-SMITH, E. und A.-D. von den BRINCKEN, 2005, Der mittelalterliche Kosmos. Karten der christlichen und islamischen Welt. – Darmstadt (Wissenschaftliche Buchgesellschaft).

FRÖHLICH, W., 1991, Wörterbuch zur Psychologie. – Wien (DtV).

GAUSS, P. und H. Ammann, 1935, Buch vom deutschen Volkstum. – Leipzig (Brockhaus).

GRÜNDER, H., 2004, Geschichte der deutschen Kolonien. – Paderborn (Schöningh).

GUSTAFSSON, B. , 2008, The Soviet Threat to Sweden during the Cold War. – o.O. – online unter: http://www.php.isn.ethz.ch/collections/coll_sovthreat/Introduction.cfm?navinfo=46465, Stand: 2.8.2009.

HAKE, G., D. GRÜNREICH und L. MENG, 2002, Kartographie. Visualisierung raumzeitlicher Informationen. – Berlin, New York (de Gruyter).

HAUSHOFER, K., 1932, Rückblick und Vorschau auf das geopolitische Kartenwesen. – In: Bausteine zu Geopolitik 11. – Berlin S. 735 – 745.

HERB, G.H., 1997, Under the Map of Germany. Nationalism and Propaganda 1918-1945. – London, New York (Routledge).

HIEBL, J., 2005, Generalisierung in der thematischen Kartographie, Seminararbeit Universität Wien. – Online unter: http://homepage.univie.ac.at/wolfgang.kainz/Lehrveranstaltungen/Seminar/2005%20WS/Hiebl_Text.pdf, Stand: 7.6.2009.

IMHOF, E., 1972, Thematische Kartographie. – Berlin, New York (de Gruyter).

JAKOBS, F., o. J., Strange Maps. – online unter: <http://strangemaps.wordpress.com/>, Stand: 8.3.2010.

JOWETT, G. S., und V. O'DONNELL, 2006, Propaganda and persuasion. – Thousand Oaks (Sage Publ.).

KAUFMAN, T. N., 1941, Germany must perish!. – Newark. – unveränderter Nachdruck, 1985, Bremen (Faksimile Verlag).

KLINGHOFFER, A. J., 2006, The power of projections. How maps reflect global politics and history. – Westport (Praeger Publ.).

KOLMER, L., 2006, Die Kunst der Manipulation. – Salzburg (Ecowin-Verlag).

ligaturix.de, Der Bormann-Brief im Original (3. Januar 1941). – online unter: <http://www.ligaturix.de/bormann.htm>, Stand: 8.2.2010.

Das Logodesign Portal!, Typographie einfach erklärt. – online unter: <http://www.designguide.at/typographie.html>, Stand: 7.8.2009.

LOHAUSEN, J. v., Wie sicher ist Europa? – In: KREBS, P., 1988, Mut zur Identität. Alternativen zum Prinzip der Gleichheit. – o.O (Verlag f. ganzheitl. Forschung u. Kultur). – online unter: <http://www.velesova-sloboda.org/misc/lohausen-wie-sicher-ist-europa.html>, Stand 16.4.2010.

MacEACHREN, A. M., 2004, How maps work. representation, visualization, and design. – New York (Guilford Press).

MONMONIER, M., 1996, How to lie with Maps. – Chicago (University of Chicago Press).

MONMONIER, M., 1998, Eins zu einer Million. Die Tricks und Lügen der Kartographen. - Basel (Birkhäuser).

MOSER, J., 2004, Propagandakarten in der „Kolonialen Bildsammlung“ der Stadt- und Universitätsbibliothek Frankfurt am Main. – Dresden. – (seit Fund 2008 Homepage nicht mehr existent)

MUZIKA, F., 1965, Die schöne Schrift – in der Entwicklung des lateinischen Alphabets. – Hanau/Main (Dausien).

The National Archives, 1994, Powers of Persuasion. Poster Art from World War II. – Washington DC. – online unter: http://www.archives.gov/exhibits/powers_of_persuasion/powers_of_persuasion_home.html, Stand: 16.4.2010.

NORSTET, S.A., KATATZ-WHITLOCK, S., OTTOSEN, R., und K. RIEGERT, 2000, From the persian Gulf to Kosovo. War Journalism and Propaganda. – In: European Journal of Communication, 15. S. 383-404.

NÖTH, W., 2000, Handbuch der Semiotik. – Stuttgart (Metzler).

O’CLARK, J., 2005, Die faszinierende Welt der Kartographie. Wie Karten die Welt verändert haben. – London (Parragon Books Ltd.).

Österreichische Mediathek, Audivisuelles Archiv – Technisches Museum Wien. – online unter: <http://www.mediathek.at/virtuelles-museum>, Stand: 8.3.2010.

SCHEDER, H., 2004, Weltchronik. Kolorierte Gesamtausgabe von 1493. Faksimile. Einleitung und Kommentar von Stephan Füssel. – Köln u.a. (Taschen).

SCHIEDE, H., 1962, Die Farbe in der Kartenkunst. In: BOSSE, H. (Hrsg.), Kartengestaltung und Kartenentwurf. Ergebnisse des 4. Arbeitskurses Niederdollendorf der Deutschen Gesellschaft für Kartographie – Mannheim (Bibliographisches Institut).

SCHNEIDER, U., 2004, Die Macht der Karten. – Darmstadt (Primus Verlag).

SCHÖFERT, A., Schulungsplakate „Die Deutschen Kolonien“ als Beispiel der Agitationstätigkeit des Reichskolonialbundes (RKB) von 1939. – o.O. – online unter: <http://www.traditionsverband.de/magazin/poster.html>, Stand 29.11.2009

SCHUHMACHER, R. v., 1934, „Theorie der geopolitischen Signatur. – In: Bausteine zur Geopolitik 12. – Berlin, S. 247-265

SCHWENDINGER, C., 2007, Was ist Propaganda? Begriffsgeschichte, Definition und das „Wesen“ von Propaganda. – online unter: http://www.rheton.sbg.ac.at/rhetonneu/index.php?option=com_content&task=view&id=81&Itemid=26, Stand: 5.1. 2010

SHANNON, C. E., 1948, A Mathematical Theory of Communication. - The Bell System Technical Journal, 27, S. 379–423. – online unter: <http://cm.belllabs.com/cm/ms/what/shannonday/shannon1948.pdf>, Stand: 17.12.2009.

SHANNON, C. E., und W. WEAVER, 1949 The Mathematical Theory of Communication. – Urbana, Illinois (university of Illinois Press).

STEINBUCH, K., 1973, Dimension der Information. – In: Kartographische Nachrichten, 23, 4. – Bonn, S. 129-136.

RADÓS, S., 1930, Atlas für Politik Wirtschaft Arbeiterbewegung; I der Imperialismus. – Wien, Berlin (Verlag für Literatur und Politik).

RASE, W.D., 2001, Kartographische Anamorphosen und andere nichtlineare Darstellungen. – In: Kartographische Bausteine 19. – Dresden. – online unter: http://www.bbr.bund.de/nn_103116/BBSR/DE/Raumbeobachtung/Werkzeuge/Visualisierung/Veroeffentlichungen__Artikel/KartographischeAnamorphosen,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/KartographischeAnamorphosen.pdf, Stand: 16.4.2010.

TÖPFER, F., 1966, Heutige Grundsätze der kartographischen Generalisierung. – In: Kartographische Generalisierung, Arbeitskreis Niederdollendorf.

TÖPFER, F., 1963, Untersuchungen zum Anwendungsbereich des Wurzelgesetzes bei kartographischen Generalisierungen. – In: Vermessungstechnik 11.

TÖPFER, F., 1974, Kartographische Generalisierung. – Gotha u.a. (Haack).

UEDIG, G., Hrsg., 2005, Historisches Wörterbuch der Rhetorik Band 7. – Tübingen (de Gruyter).

University of Glasgow, 2002, Atlas of the Counties of England & Wales. – Glasgow. – online unter: <http://special.lib.gla.ac.uk/exhibns/month/june2002.html>, Stand 9.10.2009.

VOLLER, W., 1992, Kartographie als Mittel politischer Indoktrination. – Wien, Geographische Diplomarbeit, 183 S.

WIROBAL, K., o.J., Wie hoch ist der Dachstein? – Hallstatt. – online unter: <http://www.hallstatt.ooe.gv.at/gemeindeamt/download/Dachstein.pdf>, Stand 22.7.2009.

WOLTER, H., 2003, Lebensraumvorstellungen im geopolitischen, literarischen und politischen Diskurs der Weimarer Republik. Eine Untersuchung auf der Basis von Fallstudien zu Leben und Werk Karl Haushofers, Hans Grimms und Adolf Hitlers. – Münster, Hamburg, London (Lit).

Abbildungsverzeichnis

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

- S. 19 Abb. 2.1: „Deutschland um das Jahr 1000“ (Meyers historischer Weltatlas 1905. – Quelle: <http://images.zeno.org/Meyers-1905/I/big/Wm04800a.jpg>, Stand 8.4.2009)
- S. 23 Abb. 2.2: „100% Kartoffeln aus Österreich“ (McDonalds Werbekarte. – Quelle: http://www.leo.tu-chemnitz.de/index.php?article_id=41&FORM%5Baid%5D=51, Stand 12.4.2009)
- S. 24 Abb. 2.3: „Ice Coffee Town“ (Café Fresco, Niederlande. – übernommen aus: JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: <http://strangemaps.wordpress.com/2008/05/26/278-ice-coffee-town-the-netherlands>, Stand 12.4.2009)
- S. 26 Abb. 2.4: „Map of Pakistan“ (Pakistan National Trade & Transport Facilitation Committee. - Quelle: <http://www.nttfc.org/pakistanMap.asp>, Stand 13.4.2009)
- S. 27 Abb.2.5: „Ein Kleinstaat bedroht Deutschland“ (Geopolitik XI./10, 1934. – übernommen aus: JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: <http://strangemaps.files.wordpress.com/2006/12/threat.jpg>, Stand 13.4.2009)
- S. 28 Abb. 2.6: „BDM Siting Locations“ (Stratfor Global Intelligence, Strategic Forecast 2008. – Quelle: www.stratfor.com, Stand 14.4.2009)
- S. 29 Abb. 2.7: „Israeli communities within range of rocket fire from Gaza. Almost one million Israelis are under immediate threat of rocket fire from the Gaza Strip“ (Israel Ministry of foreign Affairs, 27.12.2008. – Quelle: http://www.mfa.gov.il/MFA/Terrorism-+Obstacle+to+Peace/Hamas+war+against+Israel/Israel_strikes_back_against_Hamas_terror_infrastructure_Gaza_27-Dec-2008.htm, Stand 14.4.2009)

- S. 30 Abb. 2.8: Google Maps nahe Edirne. (Google Maps. – Quelle: www.googlemaps.com, Stand: 16. 4. 2009);
- S. 37 Abb. 4.1: „Republic of Slovenia Map“
(Quelle:http://mapsof.net/uploads/staticmaps/slovenia_map_cia.png, Stand: 22.7.2009)
- S. 37 Abb. 4.2: „Slowenien“ (Quelle: <http://s.seebiz.eu/files/img/2009/1/20/piran.jpg>,
Stand 22.7.2009)
- S. 38 Abb. 4.3: „Razgraničenje na sjeveru Jadrana“ (Jadranbrod.com. Croatian
Maritime Portal. – Quelle: <http://www.jadranbrod.com>, Stand: 22.7.2009)
- S. 39 Abb. 4.4: „Die Lage der Stadt Logaschkino und des Flusses Alaseja in
verschiedenen sowjetischen Karten zwischen 1939 und 1969“ (MONMONIER, 1998, S. 160)
- S. 40 Abb. 4.5: „Skiregion Dachstein West. Gosau – Russbach – Annaberg“ (Winter
2008/09)
- S. 41 Abb. 4.6: „Globale Armut. Pro-Kopf-Einkommen 1998“ (KLETT-Verlag. –
Quelle: www.klett.de, Stand. 23.7.2009)
- S. 42 Abb. 4.7: „Weltkarte Bruttonationaleinkommen pro Kopf 2005“ (OMNIA-
Verlag. – Quelle: www.omnia-verlag.de/upload_images/welt_bne.jpg, Stand 23.7.2009)
- S. 43 Abb. 4.8: „Verbreitung der Aleviten in der Türkei“ (Wikipedia. – Quelle:
<http://de.wikipedia.org/wiki/Aleviten>, Stand 22.7.2009).
- S. 52 Abb. 4.9: „Check Us Out! Just A Short Drive From Anywhere!“ (seit Fund
2008 Homepage nicht mehr existent)
- S. 52 Abb. 4.10: Honda-Werbeinserat (seit Fund 2008 Homepage nicht mehr
existent)
- S. 53 Abb. 4.11: „Islamic Terrorist Network in America“ (Quelle:
www.standeyo.com, Stand 20.7.2009)

- S. 54 Abb. 4.12: „Bedrohung Israels durch den Islam“ (Quelle: www.alphanewsdaily.com, Stand 20.7.2009)
- S. 56 Abb. 5.1.: Mercatorprojektion, Verwendung in der Navigation.
- S. 57 Abb. 5.2: hypothetische Karte zur Bedrohung durch den weltweiten Kommunismus im Kalten Krieg (um 1979)
- S. 58 Abb. 5.3: „Moskau in Europas überseeischen Rohstoffgebieten“ (Deutschland 1930er Jahre. – Der Bildbestand der Deutschen Kolonialgesellschaft in der Universitätsbibliothek Frankfurt am Main. – Quelle: <http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/7101-3162-3840-0092.jpg>; Stand 12.11.2008)
- S. 59 Abb. 5.4.: „Bedrohung Nordamerikas durch sowjetische Bomberflotten“ USA 1951. (Talking Proud. – Quelle: www.talkingproud.us, Stand: 5.3.2009)
- S. 60 Abb. 5.5.: „Estimated Ranges of Potential Iranian Ballistic Missiles“ (Federal American Scientists. – Quelle: <http://www.fas.org/nuke/guide/iran/missile/shahab-4.htm>, Stand: 5.3.2009)
- S. 61 Abb. 5.6.: Gall-Peters-Projektion zur flächentreuen Darstellung der Erdoberfläche
- S. 62 Abb. 5.7.: „A Global Projection of Subjective Well-being“ (UNESCO 2007. – Quelle: <http://unescomscience.blogspot.com/2007/04/map-of-subjective-well-being.html>, Stand: 6.3.2009);
- S. 63 Abb. 5.8.: „The Hobo-Dyer Equal Area Projection“ (Quelle: <http://odt.org/>, Stand: 7.3.2009)
- S. 65 Abb. 5.9.: „Skipanoramakarte Kitzbühel“ (Quelle: <http://www.adlerkitz.at/Skigebiet-interaktiv.74.0.html>, Stand: 8.3.2009)

- S. 66 Abb. 5.10: „Howdy Podner“ from Las Vegas“ (Las Vegas Postkarte 1958. –
Quelle: inoldlasvegas.com, Stand: 19.1.2010)
- S. 67 Abb. 5.11: „Europe from Moscow“ (Time-Magazin vom 10. März 1952. –
übernommen aus: JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: <http://strangemaps.wordpress.com/2007/04/15/103-europe-from-moscow>, Stand: 7.3. 2009)
- S. 69 Abb. 5.12: „An alternative View of the World“ (UNEP, 2002. – Quelle:
https://qed.princeton.edu/index.php/User:Student/World_Economy_Cartogram,_2000, Stand:
7.3.2008)
- S. 70 Abb. 5.13: „Contributions to Global Warming“ (World Resources Institute. –
Quelle: www.wri.org, Stand: 10.3.2009)
- S. 72 Abb. 5.14: „The World according to Ronald Reagan“ (übernommen aus:
JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: <http://strangemaps.files.wordpress.com/2006/11/800px-reagan-digitised-poster.JPG>, Stand: 5.3.2010)
- S. 74 Abb. 6.1: „Evil across our planet“ (UK Online Sun vom 8.Juli 2005. – Quelle:
<http://www.thesun.co.uk/article/0,,2-2005310401,00.html>, Stand: 27.7.2009)
- S. 74 Abb. 6.2: „Nationale Minderheiten in Europa“ (in: RADÓS, S., 1930, Atlas für
Politik Wirtschaft Arbeiterbewegung; I der Imperialismus. – Wien, S. 165)
- S. 77 Abb. 6.3: „Elsass-Lothringen“ (Deutschland 1884. – Quelle:
<http://www.deutschlanddokumente.de/krtSammlung.htm>, Stand: 27.7.2009)
- S. 78 Abb. 6.4: „Approximate area of northern Israel subject to Hezbollah rocket
attack“ (Israel Ministry of Foreign Affairs, 2006. – Quelle: <https://www.mfa.gov.il>, Stand:
28.7.2009)
- S. 80 Abb. 6.5: „Weltschnittpunkt Deutschland“ (In: LOHAUSEN, 1988. – Quelle:
<http://velesova-sloboda.org/misc/lohausen-wie-sicher-ist-europa.html>, Stand: 28.7.2009)

- S. 80 Abb. 6.6: „Die drei Abschnitte der europäischen Halbinsel“ (In: LOHAUSEN, 1988. – Quelle: <http://velesova-sloboda.org/misc/lohausen-wie-sicher-ist-europa.html>, Stand: 28.7.2009)
- S. 82 Abb. 6.7: „A study in Empires“ (In: Facts in Review 2, Nr. 5, Feb. 1940. – Quelle: <http://longstreet.typepad.com/thesciencebookstore/2008/08/propaganda-maps.html>, Stand: 29.7.2009)
- S. 83 Abb. 6.8: „Das größere Deutschland vor dem Kriege“; (Deutschland 1939. – Der Bildbestand der Deutschen Kolonialgesellschaft in der Universitätsbibliothek Frankfurt am Main. – Quelle: <http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/>, 7101-3162-3840-0078.jpg, Stand: 12.11.2008)
- S. 83 Abb. 6.9: „Frankreich. Frankreichs Kolonialbesitz ist 22 mal so groß wie das Mutterland“ (Deutschland 1930er. – Der Bildbestand der Deutschen Kolonialgesellschaft in der Universitätsbibliothek Frankfurt am Main. – Quelle: <http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/>, 7101-3162-0231-0026.jpg, Stand: 12.11.2008)
- S. 84 Abb. 6.10.: „Palästina wird von der Landkarte getilgt“ (Quelle: www.linkezeitung.de, Stand: 3.1.2010)
- S. 85 Abb. 6.11: „Mehr mobiles Breitband-Internet als 3 hat keiner“, 3-Werbeplakate (aufgenommen am 30.7.2009).
- S. 87 Abb. 6.12: “The Soviet View” (Sowjetunion 1980er. – übernommen aus: GUSTAFSSON, 2008. – Quelle: http://www.php.isn.ethz.ch/collections/coll_sovthreat, Stand: 2.8.2009)
- S. 88 Abb. 6.13: „Die wehrgeographische Lage Deutschlands 1933“ (In: GAUSS, 1935. – Quelle: www.Deutschland-Dokumente.de, Stand: 2.8.2009)
- S. 90 Abb. 6.14: „Bedrohung Österreichs durch grenznahe Atomkraftwerke“ (Quelle: www.anti.atom.at, Stand: 2.8.2009)

- S. 90 Abb. 6.15: „Deutschlandkarte mit Kernkraftwerken“ (Wikipedia. – Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Deutschlandkarte_mit_Kernkraftwerken.png. Stand: 2.8.2009)
- S. 90 Abb. 6.16: Anfahrtsbeschreibung zum Outlet Store von Lax.com (Quelle: www.lax.com, Stand: 2.8.2009)
- S. 91 Abb. 6.17: „Olympic Rings of Fear“ (Japan 1938. – übernommen aus: JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: <http://strangemaps.wordpress.com/>, Stand: 7.8.2009)
- S. 92 Abb. 6.18: „Iranian Surface-to-Surface Missile Threat“ (The Israel Projekt 2008. – Quelle: www.theisraelproject.org, Stand: 4.8.2009)
- S. 93 Abb. 6.19: „Alptrauumszenario Terrorangriff: Südhessisches AKW Biblis „größte anzunehmende Gefahrenstelle für Europa“ (In: Odenwald Geschichten, Nov. 2007. – Quelle: <http://www.odenwald-geschichten.de/?m=200711>, Stand: 3.8.2009)
- S. 94 Abb. 6.20: „Effect of an attack with one Trident missile against Russian submarine basis – with four nuclear warheads (airbust)“ (Scottish campaign for nuclear disarmament. – Quelle: banthebomb.org, Stand: 3.8.2009)
- S. 96 Abb. 6.21: „Terrorist Entry Tactics“ (Milnet 2009. – Quelle: <http://www.milnet.com/So-Border-Security.html>, Stand: 4.8.2009))
- S. 97 Abb. 6.22: „Jüdische Zuwanderung nach Israel aus Arabischer Sicht“ (In: Atlas von Qatar. – übernommen aus VOLLER, 1992, S. 115)
- S. 98 Abb. 6.23: „Laos“ (Time Magazin, September 1959. – Quelle: <http://history.sandiego.edu/GEN/USPics2/58206.jpg>, Stand: 5.8.2009)
- S. 99 Abb. 6.24: „Chinas red dragon“ (Time Magazin, September 1959. – Quelle: <http://history.sandiego.edu/GEN/USPics2/58204.jpg>, Stand: 5.8.2009)

- S. 100 Abb. 6.25: „13. März 1938 – Ein Volk, ein Reich, ein Führer“
(Propagandakarte zum Anschluss Österreichs. – Österreichische Mediathek. – Quelle:
http://www.mediathek.at/virtuelles-museum/Politische_Propaganda.htm, Stand 7.8.2009)
- S. 103 Abb. 7.1: „Ptolemaioskarte“ (SCHEDEL, H., 1493, Weltchronik. – Nürnberg.
Blat 13. – übernommen aus SCHNEIDER, 2004, S. 127 f.)
- S. 105 Abb. 7.2: Farbkreis mit den Grundfarben der additiven und subtraktiven
Farbmischung und Zwischentönen
- S. 106 Abb. 7.3: „FSME-Risikogebiete in Deutschland“ (Novartis Pharma GmbH. –
Quelle: www.novartis.com, Stand: 7.6.2009)
- S. 108 Abb. 7.4: „One World – One War. A Fortune Map“ (Time Magazin, März
1942. – Quelle: <http://history.sandiego.edu/gen/ww2Timeline/fortune-map.html>, Stand:
8.3.2010)
- S. 109 Abb. 7.5.: „Die zweite Aufteilung der Welt“ (In: RADÓS, 1930, S. 19)
- S. 111 Abb. 8.1: „Auswanderung als Folge der deutschen Raumnot“ (Deutschland
1930er. – Der Bildbestand der Deutschen Kolonialgesellschaft in der Universitätsbibliothek
Frankfurt am Main. Quelle: [http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/
6264_3051_3158_0006.jpg](http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/6264_3051_3158_0006.jpg), Stand: 7.8.2009).
- S. 112 Abb. 8.2: „Deutschland muss sterben“ (Deutschland 1944/45. – übernommen
aus: JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: [http://strangemaps.wordpress.com/2006/12/12/50-
germany-must-die](http://strangemaps.wordpress.com/2006/12/12/50-germany-must-die), Stand: 2.2.2010)
- S. 114 Abb. 8.3: „Burma“ (Quelle: [http://www.maparchive.org/data/media/46/
burma_rel_96.jpg](http://www.maparchive.org/data/media/46/burma_rel_96.jpg), Stand: 12.8.2009)
- S. 115 Abb. 8.4: „Die unterdrückten Völker der Welt“ (In: RADÓS, 1930, S. 163)
- S. 116 Abb. 8.5: „End The Unjust Jewish Occupation of Muslim Land!“ (Quelle:
www.protestwarrior.com, Stand: 11.8.2009)

- S. 116 Abb. 8.6: „Who’s Threatening Whom?“ (StandWithUs. – Quelle: <http://www.standwithus.com/>, Stand 11.9.2009)
- S. 118 Abb.: 8.7: „Deutschlands Verstümmelung“ (BRAUN, ZIEGENFELD, 1934. – Quelle: <http://www.deutschlanddokumente.de/>, Stand: 12.9.2009)
- S. 120 Abb. 9.1: „Map of Cornwall“ (In: SAXTON, C., 1579, Atlas of the Counties of England & Wales. – London. – übernommen aus: University of Glasgow, 2002. – Quelle: <http://special.lib.gla.ac.uk/exhibns/month/june2002.html>, Stand 9.10.2009)
- S. 121 Abb.: 9.2: „Imperial Federation - British Empire in 1886“ (Quelle: http://www.gmw.ethz.ch/British_empire_color.gif?hires, Stand: 29.11.2009)
- S. 122 Abb. 9.3: „Rohstoffe aus eigenen Kolonien!“ (Reichskolonialbund der NSDAP, 1939. – Der Bildbestand der Deutschen Kolonialgesellschaft in der Universitätsbibliothek Frankfurt am Main; Quelle: <http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/>, 7101-3162-3230-0035.jpg; Stand 12.11.2008)
- S. 123 Abb.: 9.4: „Nein - Darum CDU“ (Wahlplakat der CDU zur ersten Bundestagswahl 1949. – Quelle: <http://www.dhm.de/~roehrig/ws9596/texte/kk/dhm/bsp.html>, Stand: 5.12.2009)
- S. 128 Abb. 10.1: „WARNING! – Our Homes are in Danger Now!“ (USA 1942. – The National Archives, 1994. – Quelle:http://www.archives.gov/exhibits/powers_of_persuasion/warning/warning.html, Stand: 3.1.2010)
- S. 129 Abb. 10.2: „Where EU wants to put you“, (Daily Mail 5. August 2007. – Quelle: <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/news/article1076910.ece>, Stand: 3.1.2010)
- S. 134 Abb. 10.3: „Israel – War of Independence“ (Zionism. Zionism and Israel Information Center. – Quelle: www.zionism-israel.com Stand: 3.1.2010)

- S. 134 Abb. 10.4: „Palestine. UN Partition Plan (1947)“ (Wikipedia. – Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Israel>, Stand : 3.1.2010)
- S. 135 Abb. 10. 5: „LE RÊVE D’HÉGÉMONIE ALLEMANDE“ (Frankreich 1914. – übernommen aus: JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: [http://strangemaps.wordpress.com/2006/09/21/9-germany-wins-world-war-i-french-worst case-scenario/](http://strangemaps.wordpress.com/2006/09/21/9-germany-wins-world-war-i-french-worst-case-scenario/), Stand: 1.3.2010)
- S. 136 Abb. 10.6: „China as a world power“ (übernommen aus: JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: <http://strangemaps.wordpress.com/2007/06/03/129-china-as-a-world-power-how-big/>, Stand: 1.3.2010)
- S. 137 Abb. 10.7: „Europa als Königin“ (MÜNSTER, S., 1570, Cosmographia. – Basel. – Das ander Buch. S. 54. – übernommen aus: JAKOBS, Strange Maps. – Quelle: <http://strangemaps.wordpress.com/2007/07/06/141-europe-as-a-queen/>)
- S. 138 Abb. 10.8: „St.Pölten, Landesgericht. 16. März 2009, morgens.“ (DERSTANDARD, Printausgabe vom 16.3.2009, Titelseite)

Lebenslauf

Name: Mag. Nikolaus Schobesberger
Geburtsdatum: 2. November 1982
Geburtsort: Wien

Ausbildung:

1997 - 2002 HBLVA für chemische Industrie Rosensteingasse, Wien 17, Abschluss mit ausgezeichnetem Erfolg
2002 - 2008 Diplomstudium Geschichte an der Universität Wien, Abschluss mit ausgezeichnetem Erfolg
seit 10/2002 Diplomstudium Geographie an der Universität Wien, nach dem ersten Studienabschnitt seit 10/2005 Übertritt in den Studienzweig Kartographie und Geokommunikation
seit 10/2008 Masterstudium Geschichtsforschung, Historische Hilfs- und Archivwissenschaften an der Universität Wien
seit 02/2009 Doktoratsstudium Geschichte an der Universität Wien

Berufliche Laufbahn:

2007 Praktikum im Magistrat der Stadt Wien (MA14, ViennaGIS) im Bereich Kartographie und Geoinformation
2007 - 2009 Projektleitung in Zusammenarbeit mit dem Magistrat der Stadt Wien für Architektur und Stadtgestaltung (MA19) „Werbeträgererfassung im öffentlichen Raum“
2008 Archiv- und Bibliotheksassistentin in der geologischen Bundesanstalt im Rahmen des österreichischen Zivildienst
2009-2010 Tutor am Institut für Geschichte der Universität Wien zu den im Sommer- und Wintersemester abgehaltenen Lehrveranstaltungen „Historische Hilfs- und Archivwissenschaften“
seit 2010 Archiv der Sigmund Freud Privatstiftung

Publikationen:

2009 Die Staufer und Byzanz. Die staufische Byzanzpolitik von Konrad III. bis Philipp von Schwaben (1125-1208). (VDM, Saarbrücken 2009) 228 S.

Eigenständigkeitserklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

Des Weiteren bestätige ich, dieses Diplomarbeitsthema weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt zu haben

Zudem versichere ich, dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Nikolaus Schobesberger