

Themenschwerpunkt:

Bilder des Nordens in der Populärkultur

INHALTSVERZEICHNIS

NIELS PENKE (SIEGEN):

Einleitung zum Themenschwerpunkt — Bilder des Nordens in der Populärkultur, S. 55–61.

NIELS PENKE (SIEGEN) ÜBER:

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens, S. 62–90.

JENNIFER GRÜNEWALD (FREIBURG) ÜBER:

Das Make-Up des Narrativs: Der Transfer skandinavischer Kriminalromane auf den deutschsprachigen Buchmarkt, S. 91–126.

HELENE PETERBAUER (WIEN) ÜBER:

»Et ishavsfolk ble til.« — Spitzbergische Identitätskonstruktionen in norwegischer Literatur, S. 127–164.

CHRISTINE AMLING (FRANKFURT AM MAIN) ÜBER:

Der Barbar aus dem Norden — Nordenbilder in Robert E. Howards *Conan*-Erzählungen, S. 165–193.

ANDREAS SCHMIDT (TÜBINGEN) ÜBER:

Unten und im Norden – Mythische Bildsprache, Kunst und (Sub-)Kultur in der nordischen Schaffensperiode Helrunars, S. 194–227.

COURTNEY MARIE BURRELL (MÜNCHEN) ÜBER:

Otto Höfler's *Männerbund* Theory and Popular Representations of the North, S. 228–266.

DANIELA HAHN (MÜNCHEN) ÜBER:

Njáll im Hörbuch. Zwei moderne Audioversionen einer mittelalterlichen Saga, S. 267–292.

SIMON INSELMANN (GÖTTINGEN) ÜBER:

American Thunder – Der skandinavische Norden in den Comics des Marvel-Verlags, S. 293–313.

Niels Penke (Siegen) über:

Persistente Bilder

Popularität und Medialität des Nordens

Zusammenfassung

Der Beitrag unternimmt eine Reflexion etablierter Bilder und Konstruktionen des erhabenen Nordens in populären Formationen. Während sich die medialen Formate und Vermittlungsinstanzen in den vergangenen zwei Jahrzehnten drastisch verändert haben, die Menge an Bildern stetig zunimmt und die Möglichkeiten zu ihrer Verbreitung niedrigschwelliger werden, bleiben bestimmte Elemente der Bildlichkeit des Nordens und seiner Semantiken unverändert. Ausgehend von dieser Beobachtung verstehe ich den Norden versuchsweise als Frame im Sinne Robert Entmans, als eine etablierte Struktur der kulturellen Imagination, die für die (Re-)Produktion von Bildern und ihre (Wieder-) Erkennbarkeit verantwortlich ist. Die Dominanz des Frames ist eng mit der Logik des Populären verbunden, die Kultur in Bezug auf Aufmerksamkeitserfolge organisiert.

Abstracts

This article envisages discussing the popularity and the persistency of dominant images of the sublime North. While media and their capabilities have undergone severe changes in the two decades since 2000, the number of images is increasing and the possibilities of their distribution has become more accessible. Nevertheless, the contemporary imagery of the North, its underlying concepts and notions, still emphasize the sublime. Emanating from this impression, I try to grasp the North – relating to Robert Entman’s theory – as a frame; a well-established structure of cultural imagination that does not only fuel the production of images of the North, but also enforces their perceptibility, and their reproducibility. The dominance of the frame is closely linked to the logics of the popular, which is understood as a mode of the organization of culture in terms of attention and/as recognition.

Niels Penke, Studium der Germanistik, Skandinavistik und Philosophie; 2011 Promotion in Göttingen mit einer Arbeit über Ernst Jünger und den Norden. Seit 2015 ist er Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Siegen. Professurvertretungen in Erlangen (2016) und Dresden (2019/2020). In seiner aktuellen Forschung beschäftigt er sich u.a. mit der Geschichte und Theorie des Populären, mit Fantasy und digitaler Literatur.

1. Einleitung

Eine Bäckerei-Kette bewirbt ihre mit Wildlachs belegten Brötchen als »nordisch« und versucht ihre Produkte damit als besonders frisch, unverfälscht und »exotisch« auszustellen. Unzählige Metal-Bands beschwören den Norden als finsternes, vormodernes Reservoir einer unberührten und übermächtigen, mit dämonischen Mächten assoziierten Natur, und auch Fantasy-Romane und Horrorfilme entwerfen entlegene Gegenwelten, die attraktive und zugleich bedrohliche Räume als »nordische« markieren. Diese zielen auf die geo-kulturelle Andersartigkeit des Nordens, in denen der Mensch zumeist nur eine untergeordnete Rolle spielt und sich im Status latenter Gefährdung befindet: Naturgewalten, endlos scheinende Weiten und Entfernungen sowie ein impliziter kulturkritischer Rekurs auf die zivilisatorische Entfremdung der Beobachter_innen verweisen darauf, dass der Mensch in diesem Norden nur bedingt einen Platz haben kann. Die Vorstellungen, die man sich von ihm machen kann, und die bildlichen Repräsentationen, die sich in großer Zahl in häuslicher Sicherheit rezipieren lassen, erregen jedoch nicht nur Unlustgefühle, sondern besitzen auch, zumindest für bestimmte Zielgruppen, eine Attraktivität, die sich beobachten und zum Teil auch messen lässt. Diese Konzeptionen des Nordens erfahren über Sprach-, Medien-, Gattungs- und Genre Grenzen hinweg immer wieder Bestätigung. Dabei erreichen manche Phänomene neue Grade der Beachtung, die frühere konjunkturelle Höhepunkte quantitativ bei weitem übertreffen. Diese Konjunkturen jedoch sind verschiedenartig, denn sie lassen sich – zwischen Backwaren und Plattencovern, Fantasy-Serien und Mode-Design – an ganz unterschiedlichen Orten¹ der Kultur registrieren.

Mindestens zwei Konzeptionen des, primär an Skandinavien orientierten, Nordens lassen sich dabei herausstellen: die eines dunklen, wilden, archaischen, tendenziell anti-sozialen, »erhabenen«² Nordens, der einer idyllisierenden³ Alternative des *Bullerby-Syndroms*⁴ entgegensteht. Dieser zweite, von der Rezeption Carl Larssons und Astrid Lindgrens geprägte lieblichere Norden basiert auf einer romantisierten Vorstellung des Wohlfahrtsstaats, die auch im 21. Jahrhundert in neo-biedermeierlicher *Hyggelikeit*⁵ und einem *Lagom*-Lifestyle⁶ der »idealen Mitte«, einem Wohlfühl-Kapitalismus mit »menschlichem Antlitz«⁷, fortlebt. Diese Konzeptionen eint zunächst, dass es sich um Alternativentwürfe mit Korrektivfunktion handelt, die, aus externer, meist südlicher Blickrichtung, auf Defizienzen der eigenen Welt verweisen. Im Modus des Selbstbildes mahnen sie zum Erhalt oder zur Umkehr, zur Wiederbringung eines durch gesellschaftlichen Fortschritt verlorenen Zustands, der mit Unschuld und Reinheit assoziiert wird. Der Norden stellt damit in beiden skizzierten Konzeptionen eine Retrotopie in Aussicht, einen Ort,

¹ Vgl. dazu Schnurbein 2016, die die internationale Konjunktur jenes Neopaganismus, der sich explizit nordischer Mythen annimmt, als »norse revival« beschrieben hat.

² Vgl. Fülberth, Meier & Ferretti 2007, darin v.a. Japp 2007.

³ Zum Norden als »präkapitalistischer Idylle« vgl. Gentikow 1978 sowie Silke Götsch-Elten, die den Norden ebenfalls als »vorindustrielle Idylle« (Götsch-Elten 2001, S. 128ff.) versteht.

⁴ Vgl. Franke 2007.

⁵ Vgl. Henningsen 2017.

⁶ Vgl. Dippold 2017.

⁷ Baier 1993, S. 39.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

der Visionen aus der Vergangenheit als Leitbilder für Gegenwart und Zukunft aus gibt.⁸ Als solcher Sehnsuchtsort ist der Norden bereits seit Jahrhunderten in Literatur und bildender Kunst präsent. Manche dieser Entwürfe sind durch explizite Benennung gekennzeichnet – »der Norden«, »nordisch«, »the North«, »nordic« usw. Andere wiederum, besonders bildliche Darstellungen, kommen ohne ausdrückliches Labeling aus, verweisen aber auf dieselben Vorstellungszusammenhänge – ein weiß-rotes Segel, ein Boot mit Drachenhals, Gletscher und Schnee, dunkle Wald- oder Fjordlandschaften evozieren ebenso den Norden (auch wenn die tatsächliche Landschaft in Neuseeland oder am Alpenrand liegen mag). Diese Konstruktionen des Nordens und ihre Funktionen sind gut erforscht und in ihren historischen Entwicklungen vielfach beschrieben worden.⁹

Über diese Basis möchte ich versuchsweise hinausgehen und den Norden im Hinblick auf die Logik des Populären und der Rolle populärer Kulturen erörtern, in denen Phänomene zumindest vorübergehend stabile Formationen annehmen und mit ihnen verbundene spezifische Praktiken etabliert werden. Denn die dominanten Bilder des Nordens sind keine einmaligen Entwürfe und erst recht keine exklusiven, sondern weithin geteilt und bekannt. Sie sind populär, versteht man diesen Begriff mit Thomas Hecken vor allem als quantitative, nicht als qualitative Bestimmung: »Populär ist, was viele beachten.«¹⁰ Dass etwas von einzelnen Individuen Beachtung findet, reicht demnach nicht aus, denn Beachtung finden unzählige Phänomene, ohne dass sie kommuniziert werden und eine größere Öffentlichkeit davon etwas mitbekommt. Populäre Kultur aber, so Hecken, »zeichnet sich dadurch aus«, dass sie Beachtungserfolge »ständig ermittelt. In Charts, durch Meinungsumfragen und Wahlen wird festgelegt, was populär ist und was nicht.«¹¹ Beachtung muss also gemessen und die Ergebnisse dieser quantitativen Bestimmungen von Popularität müssen präsentiert und zueinander ins Verhältnis gesetzt werden. Popularität wiederum erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sich Resonanz einstellt, die zumindest temporär stabile Formen ausbildet – zum Beispiel Frames, auf die im weiteren Verlauf noch näher eingegangen wird, sowie Medien- und Stilverbände oder Szenegemeinschaften. Denn die Logik des Populären zielt darauf ab, eine »stärkere Inklusion weiter Bevölkerungsteile«¹² zu erreichen, was nur dann möglich ist, wenn Popularität über einen längeren Zeitraum gewährleistet ist. Mediale Präsenz trägt nicht nur zur Generierung von Popularität entscheidend bei, sie kann diese auch aufrechterhalten, wenn es gelingt, die Inhalte wiederholt als interessant oder anderweitig aufmerksamkeitssträchtig (»spektakulär«) zur Geltung zu bringen. Denn »[p]opulär werden kann nur, was publik ist«, hält Rudolf Helmstetter als »Apriori des Populären«¹³ fest. Das Populäre setzt mediale Verbreitung unbedingt voraus.

⁸ Vgl. Bauman 2017, S. 13.

⁹ Vgl. u.a. Bohrer 1961; Henningsen 1995, 2000, 2002; Sørensen & Stråth 1997; Götsch-Elten 2000; Engel-Braunschmidt u.a. 2001; Rühling 2004; Davidson 2005; Kliemann 2005; Winkelmann 2006; Weyh 2006; Vonderau 2007; Hecker-Stampehl & Kliemann-Geisinger 2009; Tuchtenhagen 2007; Penke 2012, 2016b; Platen 2012; Röhnert 2014.

¹⁰ Hecken 2006, S. 85.

¹¹ Ebd.

¹² Hecken 2009, S. 59.

¹³ Helmstetter 2007, S. 44.

Allerdings ist auch dies keine hinreichende Bedingung für Popularität, denn bei weitem nicht alles, was über die Werbung großer Firmen, die Massenmedien oder Social Media publik gemacht wird, wird auch populär. Aufmerksamkeit ist wie Zeit und Geld eine begrenzte Ressource, die nur für einige – in Relation zur Gesamtheit des jeweiligen Angebots sogar extrem wenige – Produkte aufgewendet werden kann, während andere als uninteressant verworfen oder gar nicht erst wahrgenommen werden. Nur wenige Bands, Rollenspieluniversen, Netflix- oder Romanserien können sich so sehr behaupten, dass sie zum relevanten Teil populärer Kulturen werden und als solche Vorstellungen und ggf. auch Einstellungen eines Publikums prägen. Mit der Veröffentlichung tritt jedes Produkt, jede Information in Konkurrenz zu anderen – populär wird also trotz medialer Vermittlung bei weitem nicht alles. Jede Veröffentlichung artikuliert den Versuch, Produkte zu verkaufen, Ansichten und Meinungen zu beeinflussen, das eigene exemplarische Leben bekannt zu machen und der Welt damit – produktions- wie rezeptionsseitig – auch bestimmte Bilder zu vermitteln.

»It is through popular culture«, so Jason Dittmer, »that we decide who we are, who we want to be, and how we want people to understand us«. ¹⁴ Populäre Kulturen sind also nicht nur auf Ebene der Individuen für die Identitätsbildung und die Gestaltung sozio-kultureller Praktiken von großer Bedeutung, sondern sie geben auch Aufschluss darüber, wie Gesellschaften über sich selbst, ihre Gegenwart und Vergangenheit, aber auch ihr »Anderes« denken, welche Vorstellungen und Bilder sie sich machen und präsent halten. Urs Stäheli versteht das Populäre dahingehend, dass es »Bedeutungsmuster [umfaßt], die a) allgemeinverständlich, b) gut zugänglich und c) emotional tief verankert sind«. ¹⁵ Um jene »Zeichen und Symbole«, Narrative und Bilder zu beobachten und zu beschreiben, »welche die Leute prägen (*that people live by*)«, ¹⁶ müssen diejenigen Phänomene in den Blick genommen werden, die messbar hohe Beachtung finden, also populär sind. Und je höher die Popularität eines Gegenstands, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass er zur Formierung von »Alltagswissen« und zur Grundlage der »Verständigung über die Welt« ¹⁷ werden kann. Das quantitative Moment des Populären funktioniert dabei als Indikator und zeigt an, welche Dinge Beachtung finden – und welche nicht. ¹⁸

Diesen Zusammenhängen soll an zwei populären Phänomenen nachgegangen werden, die für die Verbreitung und damit die Persistenz von oben erwähnten »erhabenen« Bildern des Nordens äußerst relevant sind. Zunächst geht es um Instagram, das in den 2010er Jahren zu einer der am meisten genutzten Social Media-Plattformen geworden ist und das eine weltweite Veröffentlichung und Zirkulation von Fotos und anderen Bildern ermöglicht. Anschließend werden einige Konstruktionen von »Norden« und »Nördlichkeit« im Fantasy-Genre in den Blick genommen. Denn selbst dort, wo qua Imagination eigentlich alles möglich ist, wo mimetische Abbildungen realweltlicher Zusammenhänge nicht das primäre Ziel und Traditionsbezüge nicht verpflichtend sind, werden Bilder und

¹⁴ Dittmer 2010, S. 27.

¹⁵ Stäheli 1999, S. 325f.

¹⁶ Hecken 2009, S. 63. Kursivierung und Klammer im Original.

¹⁷ Göttsch-Elten 2001, S. 123.

¹⁸ Vgl. Penke & Schaffrick 2018, S. 17.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

Konstruktionen entworfen, die eine große Übereinstimmung mit traditionellen Vorstellungen des Nordens aufweisen und somit auf Wiedererkennbarkeit setzen. »Den Norden« möchte ich dabei versuchsweise als Frame im Sinne Robert M. Entmans¹⁹ begreifen. Dieser Ansatz kann erklären, warum sich »der Norden« a) trotz partieller Verschiedenheiten stets von vielen (wieder)erkennen lässt und leicht reproduzierbar ist, warum er sich b) auch dort erkennen lässt, wo er nur metonymisch über wenige Attribute konturiert wird sowie c) auch dort aufgerufen und perpetuiert wird, wo Gattungs- und Genreregeln Alternativmodelle nicht nur möglich, sondern sogar wahrscheinlicher machen. Damit ist die Frage verbunden, wie sich die Funktionen »des Nordens« in diesen verschiedenen Zusammenhängen begreifen lassen, und welche Rolle die Logiken populärer Kulturen dabei spielen, die schließlich auch für die historische Persistenz von spezifischen Bildarsenalen verantwortlich sind, die sich anderen möglichen (Bild-)Elementen gegenüber quantitativ behauptet haben und gegenwärtig weiterhin behaupten.

2. Norden – Nördlichkeit – Nordizität

»Den Norden gibt es nicht«,²⁰ gleichwohl aber eine bestimmbare Menge von verschiedenen Attributen, mittels derer die Vorstellungen des Nordens als ein relativ »stabiler Kulturraum«²¹ in Bildern und Erzählungen realisiert worden sind und realisiert werden. In der Annahme dieser Pluralität scheint sich zumindest ein Teil der Forschung einig zu sein, wie auch Sherrill Grace bestätigt: »North is multiple, shifting and elastic; it is a process, not a condition.«²² Dennoch sind einige Elemente dieses Bilderfindungs- und Gestaltungsprozesses so konstant, dass es feste »Anhaltspunkte«²³ geben müsse, »weshalb ›der Norden‹ über alle nationalen, geographischen und natürlichen Unterschiede über Jahrhunderte hinweg als Einheit betrachtet worden ist«,²⁴ wie bereits Bernd Henningsen bemerkt hat. Edgar Platen hat in seiner allgemeinen Reflexion den Norden als »kulturräumliches Narrativ«²⁵ in den Blick genommen und mehrere Dimensionen des Begriffs aufgezeigt: Das Narrativ bestehe etwa in einem »relationale[n] Konzept«, das zwischen Nord und Süd als ein »Intermedium von Selbst- und Fremdbeschreibungen«²⁶ fungiere, das mitunter von weiteren Binnendifferenzierungen (zum Beispiel Süd-/ Nordschweden) geprägt sei. In jedem Fall ist es Ausdruck von individuellen wie kollektiven »Koordinaten einer mentalen Geographie«²⁷.

Platen, darin ist er jedoch nicht der einzige, begreift die Bilder vom Norden als narrativ verfasst und primär über Erzählungen und literarische Zeugnisse vermittelt. Dies ist angesichts seines Untersuchungsgegenstandes (deutsche Gegenwartsliteratur) nachvollziehbar, erstaunt aber doch insofern, als nicht alle Bilder sprachlich verfasst sind.

¹⁹ Vgl. Entman 1993.

²⁰ Arndt u.a. 2004, S. 5.

²¹ Vgl. Platen 2012, S. 10.

²² Grace 2002, S. 16.

²³ Vgl. Barraclough, Cudmore & Donecker 2013, die beispielsweise in der historisch ununterbrochenen Projektion von »übernatürlichen« Elementen in den Norden und seinen erhabenen Landschaften ein zentrales Motiv dieser Beständigkeit sehen.

²⁴ Henningsen 1995, S. 23.

²⁵ Platen 2012, S. 15.

²⁶ Ebd.

²⁷ Richter 2009, S. 9.

Fotografien, Postkarten und Gemälde zeigen selektive Ausschnitte und stehen im Unterschied zum kausal und temporal geordneten Zusammenhang einer sukzessiven Narration, dessen Teile auseinander folgen und aufeinander bezogen sind. Statische Bilder zeigen explizit Momentaufnahmen, deren Vorher und Nachher gerade nicht Gegenstand der Darstellung ist; sie isolieren bestimmte Elemente und lassen andere außen vor. Gegenüber der quantitativen Verbreitung von Bildmedien – seien es statische wie Fotografien etc., seien es Filme, Serien und Computerspiele – und ihren Distributionsmöglichkeiten wird die Leistung der Gegenwartsliteratur vergleichsweise hoch angesetzt. Denn neben den literarischen Konstruktionen haben bildliche Entwürfe des Nordens – angefangen bei Olaus Magnus' *Carta Marina* und den Illustrationen seiner *Historia* – über Jahrhunderte hinweg zur Vermittlung von Vorstellungen des Nordens beigetragen. Silke Göttisch-Elten hat bereits für das 19. Jahrhundert eine »Sehnsucht« festgestellt, eine »Lust an Bildern«, die eine große Menge an Bildern produziert hat, die bis heute in ihrer »ikonographischen Kraft fortwirk[en]«²⁸.

Die den Bildern und Konzepten zugrunde liegenden »Konstruktionstechniken von Nördlichkeit«²⁹ lassen sich vergleichend beschreiben und analysieren. Sie alle werden durch das gemeinsame Bezugsmoment eines Imaginationsraums, des Nordens, zusammengehalten. Dieser ist entweder als Fremdbild entworfen, der damit sowohl in Differenz zum Ausgangspunkt des denkenden und sprechenden Subjekts als auch zu anderen kulturellen Konstruktionen, vor allem des häufig antagonistisch entworfenen Südens, steht.³⁰ Oder der Norden erscheint in Form von Selbstbildern, wenn sich die Subjekte, die diese Vorstellungen prägen oder sich ihrer bedienen, selbst im Norden oder als »nordisch« verorten. Gerade da es »den« einen Norden im Singular aber nicht gibt, lässt sich die Fülle an Imaginationen historisch wie auch hinsichtlich ihrer Herkunft differenzieren: Wer macht sich welche Vorstellungen eines kulturell wie beschaffenen Nordens und mit welchen semantischen Setzungen gehen diese einher?

Vorstellungen des Nordens haben zunächst alle gemeinsam, dass sie sich als Metapher relational zu anderen Metaphern verhalten, die in semantischer Opposition zu anderen Verräumlichungen stehen. Wer Norden sagt, setzt sich immer in ein relationales, meist geographisches Verhältnis zu anderen Kardinalpunkten, die ebenfalls »gerahmt«, mit Eigenschaften und Bewertungen spezifiziert werden. Die verschiedenen Entwürfe des Nordens erzeugen aber auch untereinander ein – mitunter dialektisches³¹ – »Spannungsfeld«, das stets auf »die Perspektivengebundenheit des Blickes auf den Norden [verweist]«,³² den es bei der Analyse zu berücksichtigen

²⁸ Göttisch-Elten 2001, S. 125.

²⁹ Arndt et al. 2005, S. 5.

³⁰ Vgl. weiterführend zum »Nord-Süd-Gegensatz« als »Leitidee der europäischen Geschichte«, die über Jahrhunderte hinweg wirksam ist Richter 2009, S. 9.

³¹ Bernd Henningsen spricht von einer von außen perspektivierten »Erfindung des Nordens«, zu der hinzukommt, dass »auch der Norden sich selbst erfindet«; aus dieser Spannung wiederum gehen harmonisierte Vorstellungen hervor, die Fremd- und Selbstbild integrieren. Vgl. Henningsen 1997. Zu den sehr diversen Einzelphänomenen und -konstruktionen vgl. die Beiträge in Hormuth & Schmitt 2010.

³² Arndt u.a. 2004, S. 5.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

gilt. Zudem lässt sich aus dieser »Polarität einzelner Nordbilder« eine »übergeordnete [...] *Nördlichkeit*«³³ ableiten, eine abstrakte Menge zur Verfügung stehender Elemente zur Konstruktion von Bildern des Nordens. Hier ist auch die entscheidende Differenz vom Norden als Phantasma und den realen skandinavischen Staaten, ihren Bevölkerungen und Landschaften zu verorten: in der Selektion von historisch variantem Material und Zeichen. Gegenüber der Totalität realweltlicher Zusammenhänge (Gesellschaft, Staat, Kultur, Georäume etc.) ruft die Repräsentation stets nur einen bestimmten Bereich an Bildern und Vorstellungen auf. Diese können zwar durchaus aus der Menge realer Erscheinungen entnommen sein und zu ihnen in einem wiedererkennbaren Verhältnis stehen; in ihrer zeichenhaften Verdichtung jedoch werden selektive Schwerpunkte gesetzt, während andere Bereiche unberücksichtigt bleiben und nicht repräsentiert werden. Dies ist bei allen medialen Vermittlungen der Fall. Allerdings gilt für alle Repräsentationen, dass sie notwendigerweise die Komplexität ihrer Vorbilder reduzieren müssen, um vermittelt zu werden. Dies geschieht nicht zufällig, sondern je nach Ort der Sprechinstanz, dem gewählten Medium und in Abhängigkeit von der Adressierung des Zielpublikums.

Nördlichkeit bezeichnet den Effekt, den ein Set von Attributen bei der Gestaltung von Narrativen und Bildern hervorrufen kann, um rezeptionsseitig »den Norden« erkennbar zu machen. Den Prozess dieser Nördlichkeitserzeugung und damit das fertige Produkt, »den Norden«, versteht Daniel Chartier, im Anschluss an den kanadischen Geographen und Linguisten Louis-Edmond Hamelin, als einen spezifischen Diskurs. »North« is first and foremost a discursive system, whose components, preferred forms, figures, characters, narrative schemata, colours and resonances can be traced historically.«³⁴ Chartier zieht zur Beschreibung dieser diskursiven Elemente die beiden von Hamelin übernommenen Konzepte »nordicity« bzw. »nordicité« und »winterity« bzw. »hivernité«³⁵ heran. Chartier summiert diese Ansätze auf vier Kriterien, die für die Analyse in den Blick zu nehmen sind: eine »circumpolar entity«, eine »[creation of] specific vocabulary«, »variable [...] boundaries« und ein »territory of North« [that] must be understood as the sum of its physical, social and cultural parts«. Chartier geht über Hamelin hinaus, der diese Konzepte am Beispiel Kanadas³⁶ entwickelt und Nordizität dementsprechend als objektive Kategorie zur Klassifikation realer Räume erprobt hat, indem er »narratives, novels, poems, films, paintings and advertising«³⁷ ausdrücklich in seine Reflexion miteinbezieht. Damit fällt bereits die Bedingung einer notwendigen »zirkumpolaren Entität« weg, da Nordizität auch Räumen zukommen kann, die nicht zwangsläufig in Pol-Nähe liegen müssen, oder aber – dies ist bei fiktionalen Darstellungen häufig der Fall – bei denen gar keine konkrete Verortung auf einen Pol hin vorgenommen wird. Die Inszenierung von Nördlichkeit kommt in der Fiktion wie auch im bildlichen Ausschnitt ohne Angabe darüber aus, wie nördlich sich ihr Gegenstand eigentlich befindet. Was

³³ Ebd.

³⁴ Chartier 2007, S. 35.

³⁵ Vgl. Hamelin 2002, S. 13.

³⁶ Hamelin hat zahlreiche monographische Veröffentlichungen zum Norden vorgelegt: *Le Québec nordique* (1968), *Le Nord canadien comme espace* (1971), *Nordicité canadienne* (1975; eng. *Canadian Nordicity*, 1979), *Écho des pays froids* (1996), *Discours du Nord* (2002), *Le Québec par les mots. L'hiver et le Nord* (2002), *L'âme de la terre. Parcours d'un géographe* (2006).

³⁷ Chartier 2007, S. 35.

bleibt, sind die Attribute, die jene nördlichen Eindrücke hervorrufen. Hamelin hat einen Katalog mitsamt Punktesystem³⁸ aufgestellt, der jene Attribute umfasst, die Orte als nördlich ausweisen. Nördlichkeit lässt sich nach Hamelin also metrisieren. Unter diesen Eigenschaften sind einige, die auch für die Konstruktion bzw. Kennzeichnung fiktiver Räume relevant sind – Temperatur (Kälte), Niederschlagsmenge, Eisvorkommen, Vegetation, Zugänglichkeit (»accessibility«) und Population. Nördliche Räume, die sich durch hohe Punktzahlen im Hinblick auf Kälte, Weite und Wildnis auszeichnen, können den Eindruck vermitteln, dass ihnen »die Vor- und Nachteile der ›Zivilisation‹ erspart wurden«.³⁹

Damit schreibt Hamelin eine Reihe jener Attribute fort, welche die Naturwahrnehmung im 18. Jahrhundert mit dem Erhabenen verknüpft haben.⁴⁰ Insbesondere unzugängliche Regionen, die, wie das offene Meer, Gebirgs- und Schneelandschaften, den Eindruck des Endlosen und Unermesslichen erwecken, sind zur Charakterisierung des Erhabenen herangezogen worden. Für Kant ist das Erhabene eine problematische Kategorie, da sie Unlustgefühle weckt und vom Verstand »angezogen« und »wechselweise auch immer wieder abgestoßen wird«.⁴¹ Anders als das Schöne wirkt das Erhabene nicht unmittelbar. Kant gibt dafür ein Beispiel: »[D]er weite, durch Stürme empörte Ozean« dient ihm als Bild für das, »was über alle Vergleichung groß ist« und in der Wirkung zunächst »gräßlich« sei, er könne aber von jenen als »erhaben« genossen werden, die ihr »Gemüt schon mit mancherlei Ideen angefüllt haben«.⁴² Der Mensch könne aber diese »unvergleichlich« großen Phänomene begreifen und sich ihrer als intelligentes Wesen bemächtigen. Gerade diese Erfahrung der unzureichenden sinnlichen Wahrnehmung und »Größenschätzung« macht das »übersinnliche« Vermögen in uns erfahrbar.⁴³ Die Erfahrung des Unendlichen sorgt für einen »delightful horror«,⁴⁴ den Edmund Burke als das primäre Wirkungspotential des Erhabenen bestimmt hat.⁴⁵ Um diese Räume, von denen die behagliche Erfahrung eines genießbaren Schreckens ausgehen kann, wiederum in »Phobotope«, in Orte der Angst und des Horrors, zu verschieben, sind nur geringfügige Modifikationen notwendig. Die (Schein-)Erfahrung des Erhabenen ist in diesen nicht mehr gegeben. Doch diese Modifikationen, die zum Beispiel in der Unschlüssigkeit limitierter Erzähl- oder Betrachter_innenperspektiven bestehen oder durch die musikalische Untermalung angestrebt werden können, gehen über die basalen Elemente hinaus, die zur primären Konstruktion von Nördlichkeit genutzt werden. Diese Naturmotive – »simple elements – such as ice and snow«, wie Chartier schreibt – sind für den Diskurs des Nordens konstitutiv, nicht jedoch eine echten Horror erzeugende Ergänzung, beispielsweise in auditiver Form.⁴⁶ Gerade diese »einfachen Elemente«

³⁸ Vgl. Hamelin 1979.

³⁹ Platen 2012, S. 17.

⁴⁰ Vgl. Begemann 1984.

⁴¹ Kant 1977, S. 165.

⁴² Ebd., S. 166.

⁴³ Ebd., S. 177.

⁴⁴ Burke 1958, S. 104.

⁴⁵ Zum weiteren Kontext vgl. Heininger 2001, Till 2006 sowie Hoffmann 2006.

⁴⁶ Zu den generellen Schwierigkeiten der Erzeugung spezifisch »nordischer« Klänge vgl. Daniela Hahns Beitrag des Themenschwerpunktes »Bilder des Nordens in der Populärkultur«, *Nordeuropaforum*, Jg. 2020.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

machen es besonders leicht, die tatsächliche Geographie zugleich zu zitieren und zu überschreiten und dadurch die Frage nach dem Realen und Imaginären aufzurufen: »The real and the imaginary – a relationship in which the demands of the real are not excluded, but in which discourse is constructed like a changing whole that can be grasped only in its constant movement in the narrations, images and forms that underlie it.«⁴⁷

Die Universalität (»universality«) des Nordens, mit der Chartier seine Überlegungen beendet, überschreitet das Verhältnis von real und imaginär, da der Norden beide gleichermaßen berührt, ohne in einem von ihnen aufzugehen. Dies deutet auch auf eine transhistorische Dimension des Diskurses hin, der sich gerade deshalb, weil er sich nachhaltig und insgesamt relativ irritationsfrei über Jahrhunderte erhalten hat, als ein Frame begreifen lässt, der unabhängig vom ontologischen Status der Elemente (real/imaginär), die in ihm versammelt sind, Bestand hat. Unter dem speziellen Frame des Nordens werden somit nur bestimmte Arrangements, Bilder und Motive aufgerufen, die keinesfalls deckungsgleich mit dem empirisch belegbaren Skandinavien oder einer anderen nördlich verorteten Landschaft sind und aus deren Bildarsenal jeweils nur eine Teilmenge zur Konstruktion des Nordens herangezogen wird – Großstadtszenen mit Wohnblocks, Schnellstraßen, Containerhäfen oder Schnellimbissen tauchen signifikanterweise nicht auf. Der Frame des Nordens ruft jeweils nur einen Rahmen auf, innerhalb dessen nicht alle möglichen Bilder, Vorstellungen und semantischen Zuschreibungen, sondern bestimmte Aggregationen liegen. Oder andersherum: Nur solche Bildelemente werden als Norden bezeichnet und markiert, die innerhalb des Frames liegen. Bei diesen Elementen handelt es sich zum Teil um Realitätsausschnitte, die durchaus reale Räume repräsentieren können. Sie können aber ebenso in einen fiktionalisierten Norden überführt werden oder als Ausgangsmaterial für rein fiktive, jedoch analoge Nachbildungen dienen – gleichwohl unter denselben Prämissen dessen, was als tauglich aufgenommen und was als untauglich ausgeblendet wird.

3. Norden vs. Skandinavien. Der Norden als Frame

Der Selektionsprozess ist konstitutiv für das Zustandekommen von Frames, aber das ist nicht das einzige Kriterium. »Framing«, so Robert Entman, beschreibt einen Prozess, der

essentially involves *selection* and *salience*. To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and / or treatment recommendation for the item described.⁴⁸

Selection und *salience*, Auswahl und Auffälligkeit, sind für die Konstruktion von Frames also zentral. Der Rahmen benötigt entsprechende Bildelemente als Füllung, um als distinktiver »Frame« wahrgenommen bzw. als solcher erkannt und wiederholt aufgerufen werden zu können. Die entsprechend als Norden »gerahmten« Bilder müssen wiederum in Zirkulation geraten und »populär« werden, um historisch diachrone Konstruktion nicht nur hervorbringen, sondern auch aufrecht erhalten zu können. Dem zunächst nackten Denotat Norden müssen also

⁴⁷ Chartier 2007, S. 47.

⁴⁸ Entman 1993, S. 52.

bestimmte Bilder und Begriffe als Konnotate zugeordnet werden, um als beständige Konstruktion wirksam werden zu können, die über die einmalige Beachtung hinausgeht. Die Zeichenhaftigkeit dieser Konstruktion jedoch liegt jenseits der tatsächlichen Überzeugung, dass dieser Norden des Bildes auch wirklich so existiert. Darin besteht auch der Unterschied zwischen Frames und Imagines, wie sie in der Imagologie vorkommen. Imagines werden so verstanden, dass sie aus kulturellem »Wissen bzw. Glauben plus gegebenenfalls einer gefühlsmäßigen Besetzung: aus Überzeugung plus evaluativer Einstellung«⁴⁹ bestehen. Die individuellen Haltungen fallen beim Frame kaum ins Gewicht – der Rahmen wird im Moment des Erkennens bestätigt, und dies über seine Teilelemente, unabhängig von der Überzeugungskraft oder der persönlichen Einstellung eines Subjekts. Norden wäre demnach eine Verortung in den »Koordinaten einer mentalen Geographie«⁵⁰, die ebenfalls gefühlsmäßig besetzt werden kann, aber keine Überzeugung im Hinblick auf ein Wissen oder einen Glauben zum Ausdruck bringt.

Der Frame Norden beinhaltet eine bestimmte Menge zur Verfügung stehender Bilder, Motive, Begriffe, Figuren und Ereignisse, die in einem Verfahren der Reduktion von realweltlicher Komplexität ausgewählt und durch Wiederholung eingeschliffen werden. Gegenüber der Totalität realer Zusammenhänge sind Frames durch »presence and absence«⁵¹ bestimmt; sie sind keine lückenlosen Widerspiegelungen der Realität, sondern abstrahierte Entwürfe, die damit auch oberhalb der fiktionalen Repräsentationen realexistierender Dinge liegen. Reale Repräsentationen norwegischer Fjorde, isländischer Gletscher und schwedischer Wälder können Vorbilder für die kondensierten Elemente sein, die den Frame Norden bestätigen, aber der Frame betont bestimmte Elemente, während er andere ausblendet. Die Funktionsweise von Frames ist es, »[to] highlight some bits of information about an item [...] elevating them in salience«⁵² mit dem Effekt, dass Salienz Aufmerksamkeit erregt: »making a piece of information more noticeable, meaningful, or memorable to audiences.«⁵³ Salienz erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass eine Information mit einer bestimmten Bedeutung beim Publikum ankommt, in ähnlicher Form weitergegeben und schließlich im (kollektiven) Gedächtnis gespeichert wird. Salienz und Beachtung, dieses Verhältnis entspricht dem von Spektakularität und Popularität. Das Auffällige, das zudem sinnlich unmittelbar ansprechend und verstehbar ist, findet leichter Beachtung als das Unsinnliche und Voraussetzungsreiche.⁵⁴ Frames sind daher mit dem Populären eng verbunden – sie sind das Produkt von Beachtungserfolgen, die wiederum bestimmte Formen der Beachtung erleichtern. Derart populäre und perpetuierte Frames »discern meaning, [...] process it, and store it in memory«⁵⁵ Im kollektiven wie individuellen Gedächtnis bilden sie »cluster of ideas«⁵⁶ und Schemata aus, die wiederum leichter wiedererkannt werden, je häufiger sie in spezifischen Kommunikationszusammenhängen

⁴⁹ Rühling 2004, S. 279.

⁵⁰ Richter 2009, S. 9.

⁵¹ Entman 1993, S. 54

⁵² Ebd., S. 53.

⁵³ Ebd.

⁵⁴ Vgl. Venus 2013, S. 51.

⁵⁵ Entman 1993, S. 53.

⁵⁶ Ebd.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

verwendet werden. Sie gewinnen dann ihre dominante Bedeutung (»dominant meaning«⁵⁷), die die höchste Wahrscheinlichkeit besitzt, wahrgenommen, weitergegeben und akzeptiert zu werden. Auch dort, wo nur einige der relevanten Attribute, der Salienzen, aufgerufen werden, wird ohne explizite Nennung des Nordens der Frame aktiviert. Eis, Meer, Wald- und Fjordlandschaft gleich Norden. Vor allem filmisch lassen sich Frames auf diese Weise als *pars pro toto* einfach aktivieren.

Insofern wird es auch nachvollziehbar, warum die Bilder vom Norden eine so hohe historische Persistenz besitzen: Pytheas von Massalia und andere antike Autoren wie Strabon, Eratosthenes und Plinius d. Ältere, die Pytheas' Beschreibungen Thules fortgeschrieben haben, haben gewissermaßen einen Frame gesetzt, den ein Autor wie Tacitus bereits bestätigen konnte, ohne jemals selbst einen Fuß ins rechtsrheinische Germanien gesetzt zu haben – als kanonischer Autor der Kulturgeschichtsschreibung hat seine Autorität es vermocht, bestimmte Bilder eines sogenannten wilden, klimatisch harten und kulturell eigenwillig-rückständigen Nordens in Zirkulation zu halten, die sich über Jahrhunderte bis hin zum bereits erwähnten Olaus Magnus (*Historia de gentibus septentrionalibus*, 1539) oder auch Henri Mallet (*Introduction à L'histoire du Danemarch*, 1755) fortschreiben konnten. Dies geschah stets unter Zuhilfenahme »spektakulär« wirkender Elemente und Verfahren, die für große Beachtung gesorgt haben – man denke zum Beispiel an die Einblicke in die kulturellen Eigenheiten der »nordischen Völker« in Olaus Magnus' *Historia* und an die erschreckenden Seeungeheuer auf der *Carta Marina*. Lediglich die Grenze zwischen zivilisiertem, »dekadenzgefährdetem« Süden und dem »unverdorbenen«, wilden Norden hat sich dabei sukzessive verschoben. Diese über zwei Jahrtausende vollzogene Verschiebung stellt jedoch lediglich eine moderate Frame-Variation dar; diese Moderatheit legt den Schluss nahe, dass es in der Fiktion kaum aussichtsreich erschien, derart fest etablierte Frames signifikant umzucodieren, also beispielsweise in der Fiktion einen Norden als tropischen oder ariden Raum zu entwerfen. Göttisch-Elten hat die Stereotype des Nordens als ein »kognitives Schema«⁵⁸ begriffen, deren Funktion sie eben darin sieht, dass das Schema »Informationen schnell und effektiv [...] verarbeite[t] und somit der problemlosen Orientierung in unserer Umwelt«⁵⁹ dient. Ein Verstoß gegen das etablierte Schema und Versuche zur Umcodierung würden dieser Funktion der irritationsfreien Kommunikation zuwiderlaufen. Eine solche Subversion bestehender Codes wird daher umso schwieriger, je verbreiteter und je stärker diese historisch etabliert sind. Dies gilt nicht zuletzt für die Bilder des Nordens.

Gleichwohl gibt es auch Frame-Variationen, die darüber realisiert werden, dass die Selektion Verschiebungen erfährt und aus den möglichen Attributen nur noch einige, aber nicht mehr alle etablierten Determinanten aufgerufen werden. Dies lässt sich im historischen Vergleich erkennen, wenn beispielsweise die Konzeptionen des libertären, sexuell freizügigen Nordens⁶⁰ heute kaum noch repräsentiert werden und gegenüber dem erhabenen, dunklen, zivilisationsfernen oder Sehnsucht erregenden Norden keine Rolle mehr spielen. Rezente populäre

⁵⁷ Entman 1993, S. 56.

⁵⁸ Göttisch-Elten 2001, S. 124.

⁵⁹ Ebd.

⁶⁰ Vgl. Schröder 1996.

Darstellungen – sei es auf Krimi-Covern,⁶¹ bei Black Metal-Bands,⁶² in Fantasy-Romanen oder auf aufwendig inszenierten Instagram-Fotos – rufen diese Vorstellungen sexuell progressiver Gesellschaften nicht länger als Spezifika des Nordens auf.

4. Digitale Bilder des Nordens: Instagram

Die Menge an Bildern in der Welt ist in den vergangenen zwei Jahrzehnten nicht nur größer denn je zuvor geworden, sondern geradezu exponentiell gewachsen. Nicht nur hat die Digitalisierung viel Material verfügbar gemacht und zuvor geschlossene Archivbestände online für alle geöffnet, die vorher nur exklusiven Fachkreisen offen standen, sondern auch die Frequenz der Bildproduktion und die mögliche Reichweite ihrer Distribution hat stark zugenommen – alleine im Jahr 2017 wurden weltweit schätzungsweise 1,2 Billionen Fotos⁶³ gemacht. Nun könnte man vermuten, dass die niedrigen Zugangsvoraussetzungen und auch der Wegfall von Schwellen und Gatekeeper-Instanzen zu einer Pluralisierung der Bilder und ihres Framings führen würde, dass also auch Bilder des Nordens Verbreitung finden könnten, die zuvor gegenüber den dominanten Stereotypen unsichtbar geblieben waren. Aber (und dies ist zunächst eine qualitative Beobachtung, die noch weiterer quantitativer Bestätigung bedürfte) die dominanten Bilder aus dem nicht- oder vor-digitalen Zeitalter setzten sich ungebrochen fort. Instagram und Youtube, Reddit und andere Plattformen mögen in mancher Hinsicht zwar die »Singularisierung«⁶⁴ unserer Erfahrung und damit der medialen Repräsentation von Lebenswelten befördern, zugleich aber gibt es Klammern, die in der unüberschaubaren Vielzahl der Bilder Aufmerksamkeit konzentrieren – in Form von Hashtags. Hashtags dienen der Verschlagwortung von digitalen Inhalten, um Kommunikation zu lenken und netzwerkartig zu organisieren, tragen aber durch die Verknüpfung mit einer übergeordneten Datenmenge auch zur »Entindividualisierung«⁶⁵ dieser Inhalte bei. Die primäre Funktion von Hashtags ist es, Aufmerksamkeit zu »bündeln«⁶⁶ und, besonders im Instagram-Kontext, einen »Überblick über ein bestimmtes fotografisches Wechselspiel«⁶⁷ zu vermitteln. Wer Hashtags nutzt, kann auf diese Weise möglicherweise »parasitär«⁶⁸ an der Popularität bestimmter Aufmerksamkeitserfolge anderer User_innen partizipieren. Wer Popularität anstrebt – und dazu regen die Plattformen implizit wie explizit mit einer Reihe von Para- und Metatexten an –, adressiert weitest möglich. Die Verbreitungslogik von Social Media, vor allem von Instagram, ist, wo sie nicht durch staatliche Zensur reguliert wird, immer global und egalitär auf größtmögliche Reichweite angelegt. Dabei zählt jeder Like gleich, unabhängig von Herkunft und Motivation der »likenden« Person. In der Übersetzung in einen numerischen

⁶¹ Vgl. den Beitrag von Jennifer Grünewald zum Themenschwerpunkt »Bilder des Nordens in der Populärkultur«, *Nordeuropaforum*, Jg. 2020.

⁶² Vgl. Lucas, Deeks & Spracklen (2011); Reiss 2016; Penke 2016a; Sellheim 2016.

⁶³ Vgl. Richter 2017.

⁶⁴ Vgl. Reckwitz 2017.

⁶⁵ Vgl. Glanz 2018.

⁶⁶ Schmidt & Taddicken 2017, S. 35.

⁶⁷ Bieling 2018, S. 44.

⁶⁸ Zur Logik parasitärer Popularität vgl. Werber 2017, S. 41.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

Wert verlieren der Geschmacksentscheid und die damit verbundene Meinungsäußerung jedoch ebenso wie der bewertete Gegenstand ihren »Eigenwert«.⁶⁹

Hinzu kommt die Organisation dieser Daten durch Algorithmen, die Aufmerksamkeit automatisch registrieren. Über Klicks und Likes, Shares und Kommentare werden Aufmerksamkeitserfolge festgestellt, die wiederum in die Logik der Empfehlungen und damit Bewerbung übersetzt werden. »Top-Beiträge«, »Top-Empfehlungen«, »trending topics« und Ähnliches gibt es auf nahezu jeder Plattform – diese Form der Vorauswahl und Sortierung aller verfügbaren Inhalte ermittelt permanent die jeweilige Popularität und stellt diese zugleich aus. Dominant wird, was innerhalb einer bestimmten Zeitspanne die meisten Klicks oder andere Reaktionen auf sich vereint. Die meisten Plattformen machen dies ihren User_innen ersichtlich. Die Anzeigoption bei Instagram unterscheidet zwischen den »beliebtesten« und den »neuesten« Beiträgen, bei denen jeweils angezeigt wird, wie viele Likes und Kommentare diese bereits erhalten haben. Solcherart automatisierte und ausgestellte Popularität ist eine der maßgeblichen Kategorien, die Social Media von den traditionellen Massenmedien unterscheiden.⁷⁰ Die Logik der Plattformen, die nicht mehr von den Präferenzen und darauf begründeten Entscheidungen von moderierenden Redakteur_innen beeinflusst wird, invisibilisiert dabei das Nicht-Populäre weitgehend und macht es schwer auffindbar, so dass es nur durch die gezielte Suche auf den Screen zu bringen ist. Steffen Mau hat diese gegenwärtige Lage einer Numerokratie beschrieben, in der Zahlen hinter- wie vordergründig zunehmend an Bedeutung gewinnen und immer mehr Menschen auf Zahlen und ihre Relationen schauen, um sich und ihre Umwelt quantitativ zu erfassen.⁷¹ Die Herrschaft der Zahl basiert ausschließlich auf Scores, Rankings und Sternen, die durch Algorithmen geregelt werden, und denen kaum noch ein Lebensbereich entgeht, der nicht quantifiziert und metrisiert werden kann. Im Umkehrschluss gilt daher, dass alles, was sich nicht derart »raten« und »ranken« lässt, in dieser Medial- und Sozialordnung eine zunehmend geringere Rolle spielt und große Nachteile im Hinblick auf Beachtung und Verbreitung besitzt.

Unternimmt man es nun, auf der derzeit – mit über einer Milliarde⁷² aktiver Nutzer_innen – am stärksten frequentierten Foto-Plattform Instagram⁷³ zu überprüfen, was dies für die Bilder des Nordens bedeutet, lassen sich zwei Beobachtungen machen:

Erstens bestätigt sich bereits bei der Sichtung der jeweils »beliebtesten«,⁷⁴ das heißt, populärsten Beiträge ein Fokus auf folgende Bildelemente: Schnee und Eis, Meer und Fjorde, karge, meist menschenleere und erhabene

⁶⁹ Vgl. Mau 2017, S. 61.

⁷⁰ Vgl. Dijck & Poell 2013, S. 6-8. Weitere zentrale Elemente sind Programmierbarkeit (programmability), Konnektivität (connectivity) und Datafizierung (datafication).

⁷¹ Vgl. Mau 2017.

⁷² Vgl. »Anzahl der monatlich aktiven Instagram Nutzer weltweit in ausgewählten Monaten von Januar 2013 bis Juni 2018 (in Millionen)«. In: *Statista – Das Statistik-Portal*, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/300347/umfrage/monatlich-aktive-nutzer-mau-von-instagram-weltweit/> (29.07.2019).

⁷³ Instagram zählt nach Facebook und Youtube, aber vor Twitter und Reddit zu den weltweit am meisten genutzten Social Media-Plattformen.

⁷⁴ Die relevanten, das heißt am meisten gebrauchten Hashtags (Stand 19.08.2019) sind: *#north* (3,5 Mio. Beiträge), *#nordic* (2,2 Mio.

Niels Penke

Naturlandschaften sowie einige Motive, die (entfernt oder ausdrücklich) auf die Wikingerzeit und/oder die nordische Mythologie hindeuten. Auch wenn es eine Tendenz zur Diversifizierung und Individualisierung in der Verwendung von Hashtags gibt – alleine durch die Tatsache, dass immer mehr User_innen stetig wachsenden Content produzieren –, so werden diese idiosynkratischen Hashtags nur schwerlich zu den trendenden, den meistbenutzten und (automatisch) weiterempfohlenen. Letztere sind aufgrund der Logik der Popularität folgenden Algorithmen stets diejenigen mit der zu den Interessen und Nutzungsroutinen der User_innen (relativ) meisten Bild-Masse. Daher bündelt auch innerhalb der meistbenutzen Hashtags das millionenstarke *#north* weiterhin mehr Beiträge, die den etablierten Frame des Nordens aufrufen und damit zu seiner Aufrechterhaltung beitragen, als jeder andere semantisch verwandte Hashtag, der nur einige zehntausend- oder hunderttausend Mal genutzt wird.

Am 19.08.2019 um 9.09 Uhr stehen für den Hashtag *#north* beispielsweise folgende sechs Bilder, die unter anderem Orte auf Island, den Färöern, den Lofoten und der Schweiz (rechts oben ist der Crestasee abgebildet) zeigen, ganz oben unter den »Beliebtesten Beiträgen« bzw. »Top Posts«:

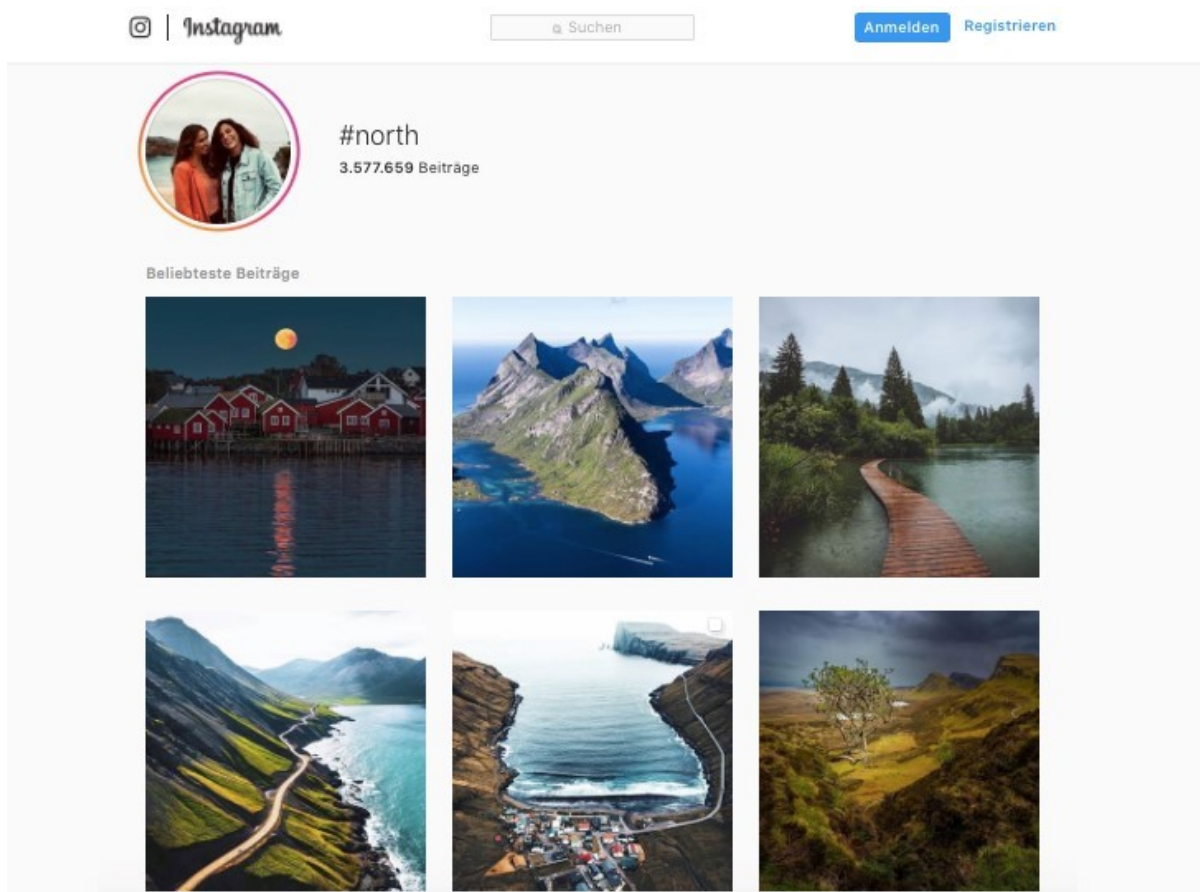


Abbildung 1: Screenshot <https://www.instagram.com/explore/tags/north>, (19.08.2019, 9:09).

Beiträge), *#norden* (237.000 Beiträge), *#thenorth* (199.000 Beiträge), *#nordisk* (161.000 Beiträge), *#nordischbynature* (59.000 Beiträge), *#nordisch* (32.000 Beiträge). Die dort versammelten Beiträge können an dieser Stelle nicht quantitativ ausgewertet werden; dies wäre allerdings eine interessante weiterführende Unternehmung.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

In diesen Bildern wird also wiederholt und bestätigt, was bereits vor der Einführung der Plattform zum Bildbestand des Nordens gehörte: Fjord, Wasser, überwiegend menschenleere, jedoch kontrastreiche Landschaften.

Was weiterhin auffällt, und dies ist die zweite Beobachtung, wie stark die eigenhändige Fotografie (realer Räume in Skandinavien, Irland, Kanada oder eben auch der Schweiz) und die Zweitverwertung, vor allem in Form von Screenshots, nebeneinanderstehen und mitunter zur Ununterscheidbarkeit zusammengehen. Denn ein auffälliger Anteil des versammelten Bildmaterials geht auf Serien zurück, allen voran *Game of Thrones*⁷⁵ und *Vikings*⁷⁶, deren teils reale, teils computeranimierte Landschaften hier als Screenshots, in Ausschnitten oder Bearbeitungen unter den Stichworten bzw. Hashtags »nordic« und »north« zusammenkommen. Auch Figuren aus der Mythologie und Fantasy-Filmen lassen sich darunter finden.

So zeigt sich am 20.08.2019 um 8:58 folgende Zusammensetzung der populärsten Bilder:

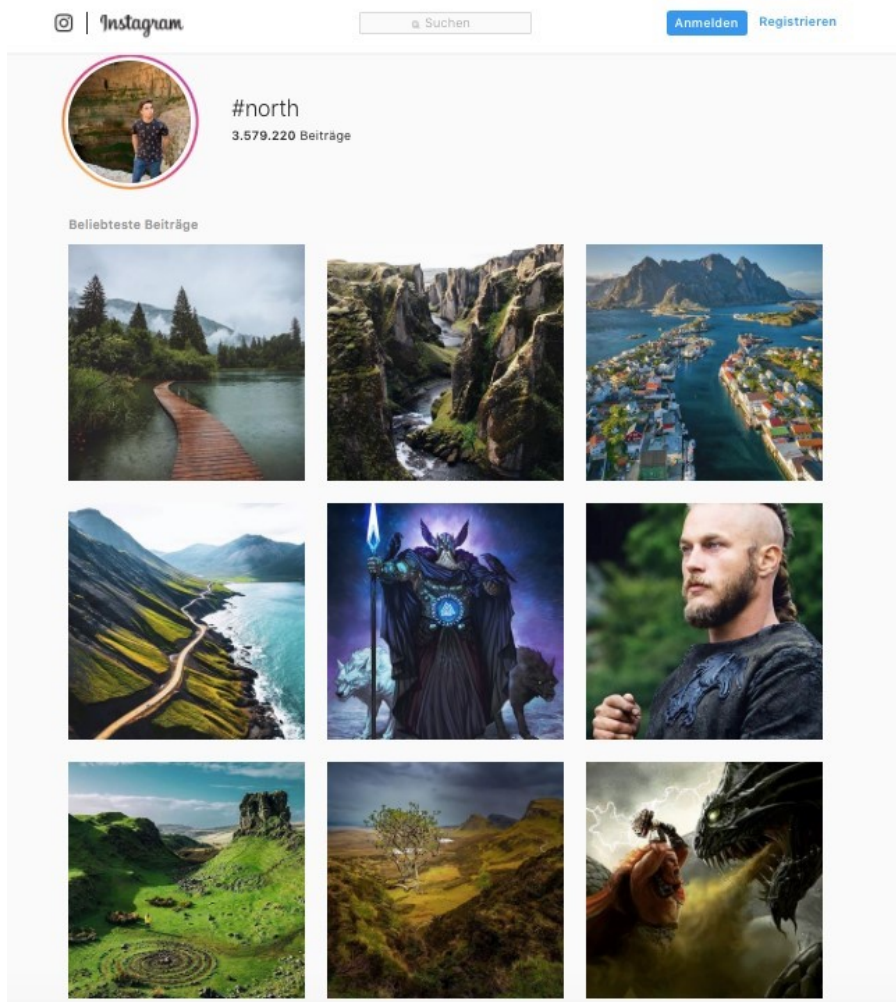


Abbildung 2: Screenshot <https://www.instagram.com/explore/tags/north> (20.08.2019, 8:58).

⁷⁵ David Benioff & D. B. Weiss, sieben Staffeln, 2011–2019.

⁷⁶ Michael Hirst, sechs Staffeln, 2013–2019.

Niels Penke

Binnen 24 Stunden sind rund 1.500 neue als *#north* markierte Bilder hinzugekommen. Drei der Top 6 des Vortags zählen zwar weiterhin zu den populärsten Beiträgen, es sind jedoch drei in die Top 6 beziehungsweise vier in die Top 9 hinzugekommen, welche die zweite Beobachtung bestätigen: Neben bekannten Orten auf Island, auf den Lofoten und in der Schweiz sind auch eine Odin-Darstellung des italienischen Künstlers Andrea Guardino (zweite Reihe Mitte), Thors Kampf mit der Midgardschlange (anonym, rechts unten) sowie der Schauspieler Travis Fimmel (Mitte rechts) getreten, der von 2013 bis 2017 die Figur Ragnar Lodbrok in der Serie *Vikings* verkörperte.

Zwei Tage später hat sich die Zusammensetzung der Top 9 wiederum verändert, jedoch auch hier nach den schon genannten Mustern:

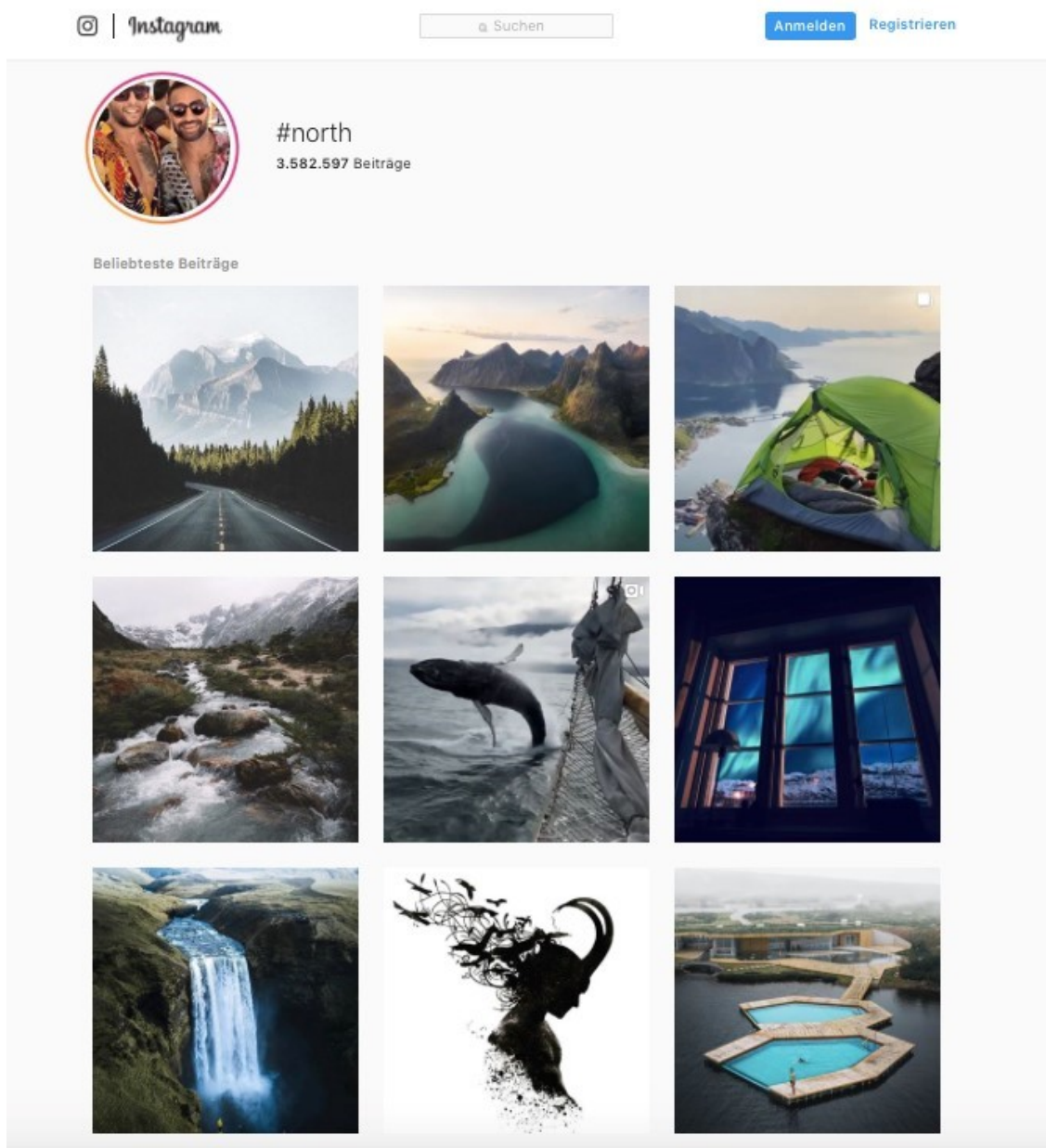


Abbildung 3: Screenshot <https://www.instagram.com/explore/tags/north> (22.08.2019, 10:41).

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

Innerhalb der letzten zwei Tage sind 3.000 neue Fotos gepostet worden, also wieder ca. 1.500 pro Tag. An der Spitze des aktuellen Rankings steht ein Beitrag des Accounts *@North*, dessen Selbstbeschreibung verspricht, die Wunder des Nordens entdecken zu lassen – »Discover the wonders of the North«. Seine Beiträge bestehen vor allem aus Re-Posts, der Wiederveröffentlichung von bereits auf anderen, meist weniger reichweitenstarken Accounts veröffentlichten Fotos. Der Aufruf »Use #North to be featured« in der Selbstbeschreibung ermuntert dazu. Aktuell hat *@North* rund 37.100 Abonnenten. Neben weiteren Fotos der Lofoten – der speziellere Account *@lofoten* nutzt den Hashtag *#north*, um den Tourismus zu befördern – taucht unten mittig eine Zeichnung Lokis auf Grundlage der ikonischen *Marvel*-Figur auf. Die aus dem Comic-Universum hervorgegangene »Loki Art« wird trotz ihrer US-amerikanischen Herkunft und des popkulturellen Hintergrundes ebenso als »nordisch« verstanden.

Auch in dieser Assemblage der zweimal neun Bilder lässt sich also eine Wirkmacht des Nordens konstatieren, potentiell alles unterschiedslos mit derselben Matrix zu überschreiben, selbst dort, wo fiktive Räume entworfen, bildlich und narrativ gestaltet werden. Wie viele der populärsten Beiträge vermitteln sie erhabene Natureindrücke und höchstens spärlich besiedelte Landschaften. Hinzu kommen Darstellungen, die Fantasy, Mythos und Geschichte zusammenführen.

Eine notwendige Unterscheidung ist zwischen der unmittelbaren Erfahrung dieser Landschaften selbst und der ihrer medial vermittelten Repräsentationen zu machen. Bei der medialen Rezeption – sei es bei Betrachtung eines Fotos oder Gemäldes, der Lektüre eines Romans oder einer sporadisch verfolgten Serie – lassen wir uns nur vorübergehend auf den Gegenstand ein, der uns diese Bilderwelten und Erfahrungspotentiale anbietet. Wir haben nicht nur die Möglichkeit, uns dem Vermittelten vollständig zu verweigern, sondern können die Immersion und Identifikation auch jederzeit abbrechen. Die mediale Vermittlung von Bildern des »erhabenen Nordens« appelliert zwar an eine identifikatorische Rezeption, diese kann aber gegebenenfalls auch scheitern. Zudem vermittelt das Bild keineswegs die Erfahrung des Meeres selbst, sondern nur einen Ausschnitt, der zwar auf entsprechende Effekte – etwa des Grässlichen, des Unermesslich-Überfordernden, des lustvoll erfahrenen Schreckens, der Sehnsucht erregenden Abgeschiedenheit und Einsamkeit – abzielt, aber nur im sicheren Modus des Als-ob, in einer Schein-Erfahrung. Das, was den Eindruck der Unermesslichkeit und Bedrohlichkeit auszulösen vermag, ist im Bildausschnitt zum Stillstand gebracht und um das tatsächliche Erfahrungspotential bereinigt. An seine Stelle tritt beim Instagram-Foto oftmals ein doppelter Appell: zum einen, den Affordanzen der Plattform zu folgen und sein Gefallen in Form von Likes, Follows und Kommentaren zu artikulieren. Zum anderen zielen solche Bilder häufig auf ein weiteres Engagement ab, nämlich die Orte selbst zu erfahren und touristisch zu bereisen. Besonders Hashtags wie *#gothere* oder *#visit* besitzen diesen Appellcharakter, der ebenso wie ein verheißungsvolles Foto verfangen kann. Orte wie der Lago di Braies in Südtirol oder die markante Felsspitze Trolltunga (*#trolltunga* mit über 150.000 Beiträgen) in Norwegen haben sogar einen mittlerweile problematischen touristischen Zulauf erfahren.⁷⁷

⁷⁷ Vgl. Krzikalla 2018.

An diesen Beispielen beweist sich eine Wirksamkeit des Populären, die über die schlichte Rezeption hinausgeht. Zum einen regt die mediale Vermittlung, die auf Beachtung stößt, die Produktion ähnlicher Bilder und Beiträge an, die an dieser Popularität eines Beachtungserfolges partizipieren und profitieren wollen. Dabei wird über die gleichen Hashtags stets derselbe Frame eines »Nordens« aufgerufen und bestätigt, der die mentale Verortbarkeit regelt – selbst wenn es sich um eine Landschaft in der Schweiz handelt, die als »nordisch« »gerahmt« wird, wie die Abbildungen 1 und 2 gezeigt haben. Zum anderen können erfolgreiche Beiträge über entsprechende Hashtags auch gezielt das Begehren auslösen, diese Orte selbst zu besuchen und damit die Erfolgsgeschichte mit neuen Bildern fortzuschreiben.

Ein auffälliges Zusammenspiel von Framing, Beachtung und Popularität ist auch im Zusammenhang mit Konstruktionen von »Norden« und »Nördlichkeit« in Fantasy-Erzählungen festzustellen.

5. Fantasy: Popularität und Paranordizität

Für kaum einen Zusammenhang der Gegenwartskultur lässt sich die Wirkung des Populären derart deutlich ausmachen wie für das Fantasy-Genre. Seit den späten 1990er Jahren haben insbesondere J.K. Rowlings *Harry Potter*-Heptalogie sowie die Verfilmungen von J.R.R. Tolkiens *Lord of the Rings* kommerzielle Erfolge gezeitigt, die dem Genre insgesamt zu globaler Verbreitung und stark gesteigener Aufmerksamkeit verholfen haben. Das Genre Fantasy gehört seitdem durch seine Präsenz in verschiedenen medialen Formationen – in Romanen, Filmen, Serien, Computer-, Video- und Rollenspielen – ohne Zweifel zu jenen globalen populkulturellen Phänomenen, »welche die Leute prägen (*that people live by*)«. ⁷⁸ Gerade deswegen verspricht deren kritische Beforschung bedeutende Einblicke in weit verbreitete Vorstellungsbilder und Bedeutungsmuster, die zur »Verständigung über die Welt« ⁷⁹ vieler Menschen beitragen. Sei es, weil der Eskapismus in fremde Welten etwas über Ängste, Wünsche und Hoffnungen der Rezipient_innen verrät, sei es, weil in Fantasy-Erzählungen oftmals diskriminierende Ansichten und Wertungen der primären Welt fortgeschrieben werden. ⁸⁰

Fantasy ist als Genre darüber bestimmbar, dass entsprechende Beiträge sekundäre Welten entwerfen, deren »Ontologie« nichts mit jener der realen Welt gemein haben muss beziehungsweise die erst dann zu Fantasy werden, wenn es signifikante Abweichungen von den Gesetzmäßigkeiten der tatsächlichen Welt gibt. ⁸¹ Dies betrifft sowohl die intradiegetische Existenz von Magie und unbekanntem Wesen, die Möglichkeit von Zeitreisen und Unsterblichkeit, aber auch die Einrichtung von Räumen, die nicht an die bekannten geophysischen Bedingungen der realen Erde oder anderer Planeten geknüpft sind. In der Fantasy könnte alles ganz anders sein – ist es aber in der Regel nur bedingt. Plausibilitätsprobleme mit der Repräsentation realer Gegebenheiten in den Konstruktionen

⁷⁸ Hecken 2009, S. 63. Kursivierung und Klammer im Original.

⁷⁹ Götttsch-Elten 2001, S. 123.

⁸⁰ Vgl. Sedlmayr & Waller 2014.

⁸¹ Vgl. dazu Ekman 2013, S. 10.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

fiktiver Räume, die dort auftreten, wo es um »stories that ›might be true«⁸² geht, die also realistisch gestaltet werden müssen, um den Eindruck von Möglichkeit und Wahrscheinlichkeit erwecken zu können, hat die Fantasy nicht. Fantasy ist ein Genre *sui generis*, das von den Bedingungen der Wirklichkeitstreue entbunden ist. Aber warum ähneln dann so viele Entwürfe vom geographischen Norden beziehungsweise nördlichen Landschaften in imaginären Welten häufig den Darstellungen und Konstruktionen außerhalb des Genres?

Denn alternative Welten der Fantasy können potentiell alles sein, allerdings ähneln sie in vielerlei Hinsicht der uns bekannten Welt. Zudem beziehen die Geschichten ihr Personal aus literarischen Traditionen vom Heldenepos bis zum Schauerroman sowie Waffen und Geräte aus dem europäischen Mittelalter und der Antike. Außerdem gestalten sie ihre Kontinente und Länder in auffälliger Übereinstimmung mit der realweltlichen Nord-Süd-Orientierung – inklusive ähnlicher klimatischer Eigenschaften und, in zumeist engem Zusammenhang damit, inklusive der kulturellen Eigenschaften ihrer Bewohner_innen. Besonders plastische Beispiele für diese Beobachtung sind die Erzählungen aus Robert E. Howards *Conan*-Universum (ab 1932), das die Welt eines *Hyborian Age* entwirft. In diesem existieren gleich mehrere Nordreiche (*Vanaheim*, *Asgard* und *Hyperborea*), in denen einige Abenteuer des aus dem Barbaricum *Cimmeria* stammenden Protagonisten Conan lokalisiert werden.⁸³ Kartierungen dieses Universums ähneln allesamt stark einer Verknüpfung vom eurasischen Kontinent mit Afrika. Howard hat bei der Gestaltung seiner Erzählungen wiederholt auf deren bekannte geographische Formationen zurückgegriffen. Hier ließe sich einwenden, dass es sich bei Howard um einen Vertreter der »Low Fantasy« handelt, zu deren Kennzeichen es ja gerade gehört, keine allzu komplexen Welten zu entwerfen, sondern vor allem handlungsorientiert zu schreiben. Um möglichst niedrigschwellig les- und rezipierbar zu sein, müssen diese Erzählungen frei von Irritationen gehalten sein. Doch Howards Erzähluniversum ist nicht das einzige, das sich einer solchen bekannten Geographie bedient. Auch in Fiktionen, die der »High Fantasy« zuzurechnen sind und in denen umfangreichere und detailliert ausgestaltete Welten entworfen werden, wird dieses Muster aufgegriffen.

Dies zeigt sich etwa in folgenden zwei Beispielen, die abschließend kurz dargestellt werden: Aventurien, der Kontinent, auf dem die Geschichten des Rollenspiels *Das Schwarze Auge* (seit 1984) angesiedelt sind, folgt exakt der Nord-Süd-Konstellation. Hier finden sich im Süden Wüsten, (sub-)tropische Regionen, Kalifate und Stadtstaaten, die, wie zum Beispiel Al'Anfa, Anklänge an die arabische Welt suchen. Der äußerste Norden Aventuriens hingegen ist von Schnee und Gletschern bedeckt. Er wird von Ifirms Ozean, der nach der Wintergöttin Ifirn benannt ist, begrenzt; die Gebirge heißen »Eis- und Nebelzinnen«, unter ihnen erstrecken sich weite, kaum besiedelte Waldgebiete. Die Bewohner dieses Nordens sind »Nivesen«, den Sami nachempfundene Nomaden, sowie »Thorwaler«, die – als ein streitbares und räuberisches Seefahrervolk mit Drachenbooten – Wikinger-Stereotypen entsprechen. Die Welt des *Schwarzen Auges* beinhaltet somit auch einen binnendifferenzierten Norden, in dem verschiedene Kulturen (von denen einige auf reale Vorlagen zurückgehen) nebeneinandergesetzt werden, sodass strukturelle Analogien zur außer-fiktiven Wirklichkeit erkennbar bleiben. Auch beim *Schwarzen*

⁸² Doležel 1998, S. 793.

⁸³ Vgl. Christine Amlings Beitrag zum Themenschwerpunkt »Bilder des Nordens in der Populärkultur«, *Nordeuropaforum*, Jg. 2020.

Auge wird also ein Muster aufgerufen, das »a) allgemeinverständlich, b) gut zugänglich und c) emotional tief verankert«⁸⁴ ist.

Auch in einem weiteren Beispiel ist das Nord-Süd-Verhältnis ähnlich gestaltet: in George R.R. Martins Romanreihe *A Song of Ice and Fire* (seit 1996), die der Serie *Game of Thrones* zugrunde liegt und eines der populärsten Fantasy-Universen überhaupt darstellt. Es wird denn auch in einer Fülle von Wikis, YouTube-Kanälen und weiteren (meist Fan-)Praktiken erörtert. Martins Welt umfasst die Kontinente Westeros und Essos, die zwar nach einer West-Ost-Unterscheidung konstruiert sind, jedoch liegt der Fokus auf Westeros. Dieser Kontinent ist stark von einem Nord-Süd-Gegensatz geprägt, wobei der noch einmal binnendifferenzierte Norden,⁸⁵ in dem mehrere relevante Handlungsorte liegen, mit zunehmender Erzählzeit besonderes Augenmerk gewinnt. »The North«, der fast die Hälfte der Karte von Westeros einnimmt – Martin selbst nannte Schottland als Vorbild⁸⁶ – zeichnet sich durch Kälte, regnerisches Klima mit harten Wintern und große Waldflächen aus. Diesem kontinentalen Norden steht mit den »Iron Islands« die Heimstatt einer maritimen Seefahrerkultur, den sogenannten »Ironborn«, zur Seite, die als »terror of the seas«⁸⁷ bezeichnet werden – und entfernt an Wikinger angelehnt sind. Die Landschaften der »Iron Islands« sind karg und das Wetter »windy and cold, and damp«.⁸⁸ Auf der Karte oberhalb dieses von Menschen kultivierten Bereichs gibt es zudem noch das Land im äußersten Norden jenseits der »Wall«, einer immens hohen Mauer aus Eis, die »Zivilisation« und »Wildnis« voneinander trennt. Diese nördlichste Wildnis ist eine den Figuren, aus deren Perspektiven erzählt wird, weitestgehend unbekannt, zunächst Wald-, dann Tundralandschaft, die geprägt ist von schwer zugänglichen bzw. unpassierbaren Schneefeldern, Gletschern und Gebirgen. In diesen »Lands of Always Winter«, für deren Verfilmung später Island als Drehort gewählt wurde, sind neben den »wildlings« genannten Nomaden auch »the Others« und »White Walkers«, Untoten-ähnliche Eiswesen, zu Hause. Martins Romane, vor allem aber die äußerst populäre Verfilmung *Game of Thrones*, haben ein altbekanntes Arsenal an geographischem Inventar, Figurentypen und Eigenschaften mit nördlichen Räumen verknüpft und diese in eindrucksvollen, »erhabenen« Bildern immer wieder zur Anschauung gebracht; ob es sich dabei nun um das reale Island oder eine computersimulierte Fantasy-Wildnis, um norwegische Fjorde oder die fiktiven »Iron Islands« handelt – bestätigt werden immer wieder Elemente eines Frames »des Nordens«. Zugleich stellen die verschiedenen Entwürfe von »Nördlichkeit« in Martins Universum auch ihre Abhängigkeit vom Beobachtungsstandpunkt heraus: Die »Wall« fungiert als eine solche Wahrnehmungsgrenze, die Raumwahrnehmung und identitäre Selbstverortung aller Figuren maßgeblich bestimmt. Je näher ein Reich, ein Herrschaftssitz, eine Figur der »Wall« ist, desto nördlicher werden sie definiert. Das Motiv der Mauer dient damit auch als semantische Grenze, über die zudem von südlicher lebenden Figuren nicht hinausgedacht wird. Auf diesen gleichermaßen relativen wie prekären Status eines final gedachten Nordens, der mit der »Wall« als Ende der semantisierten Welt endet, weisen denn auch die

⁸⁴ Vgl. Stäheli 1999, S. 325f.

⁸⁵ Vgl. Eberhard 2013.

⁸⁶ Vgl. Browning-Blas 2012.

⁸⁷ Martin 1996, S. 827f.

⁸⁸ Martin 1998, S. 165f.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

wenigen, von jenseits der Grenze stammenden Figuren – Ygritte, Gilly und Osha – wiederholt hin. Osha, eine »wildling«-Frau, bezeichnet den von den »Iron Islands« stammenden Theon Greyjoy sogar als »southerner« und spricht ihm damit die Zugehörigkeit zum Norden ab.⁸⁹

Während einerseits einige dieser Bilderwelten aus realen Vorlagen schöpfen, sie fiktionalisieren und in einen anders überformten Kontext übersetzen, werden andererseits neue fiktive Entwürfe von »Norden« und »Nördlichkeit« generiert, die jedoch dem etablierten Frame eng verbunden bleiben. Die sekundären Welten von *Conan*, *Das Schwarze Auge* und *A Song of Ice and Fire* bzw. *Game of Thrones* sind dabei von einer »Paranordizität« geprägt: fiktive Welten, die mit den gleichen Attributen und ähnlichen Koordinaten konstruiert sind wie der Norden jener Fiktionen, die sich auf reale Räume und ihre geo-kulturellen Kontexte beziehen. Alles könnte in diesen Fantasy-Welten anders sein, ist es aber nicht, weil offenbar dominante Vorstellungen des Publikums, dessen Wahrnehmung das Wiedererkennen und Verstehen und schließlich auch die Immersion und Identifikation bestimmt, irritationsfrei zu bedienen sind. Dass die Orientierung am Frame, am expliziten Bezug auf den »Norden« und seiner semantischen Füllung, der Irritationsvermeidung dienen, zeigten die drei Beispiele: Es liegt eine Verkleidung des Bekannten zu Grunde, deren strukturelle Ähnlichkeiten fortwährend bestätigt werden. Eine tatsächliche Andersartigkeit, die sich vom realweltlichen Koordinatensystem mitsamt seiner Topologie und Topographie verabschiedet, wird nicht erprobt. Auch über diese Beispiele hinaus hat es den Anschein, dass das Gros der Fantasy-Autor_innen nicht mit der geographischen Orientierung experimentiert. Der dabei immer wieder bestätigte Frame und die hohe Popularität dieser erzählten Welten schreiben den »Norden« dadurch immer wieder aufs Neue fest, und die Einheit von Bild und Semantik im Frame, von Motiven und einer Palette an zugeordneten Attributen, wird bestätigt. Der erzählte, fiktive »Norden« wird somit stets schwieriger zu modifizieren sein. Ihn mit anderen Eigenschaften auszustatten oder ihn in überraschende Relationen zu anderen Georäumen und ihren kulturellen bzw. politischen Semantiken zu setzen, wird unwahrscheinlicher. Popularität befördert insofern auch eine Normalisierung, die schwer hintergebar wird.

6. Conclusio

Die Logik populärer Kulturen, die – wie gezeigt – etwa in der Praktik des Hashtags zum Ausdruck kommt und auch die Verbreitung von Fantasy-Universen und ihrer Verfilmungen mitbestimmt, räumt denjenigen Phänomenen die meiste Geltung ein, welche die größte Beachtung finden. Somit bleiben trotz einer allgemeinen Tendenz zur Singularisierung,⁹⁰ mit der sich Konsument_innen und Leser_innen wie auch Produzent_innen in einem stets größeren medialen Angebot orientieren, auch etablierte Bildkonzeptionen als Frames bestehen. Der sogenannte »erhabene« Norden ist ein gutes Beispiel dafür: Er bleibt als stabiles Konstrukt erhalten, weil der zu Grunde liegende Frame in jedem (wie auch immer vermittelten) Bezug auf »den Norden« immer wieder bestätigt wird. Das Gros der digital zirkulierenden Fotos tut es ebenso wie Metal-Bands (unabhängig von ihrer Herkunft) und viele

⁸⁹ Vgl. Episode *You Win or You Die* (S01E07, 15:00-18:40).

⁹⁰ Vgl. Reckwitz 2017.

Fantasy-Autor_innen. Was populäre Kulturen dabei leisten, ist, dass sie konkrete Verortungen aufheben, dass sie entgrenzen und – bei hinreichender Popularität und der Ausbildung von stabilen Stilgemeinschaften und Szeneverbänden – ihre Inhalte, Ästhetik und Praktiken in eine globale Hyperkultur⁹¹ integrieren. Dafür müssen die Akteur_innen nichts grundlegend Neues erfinden, sie re-kombinieren vorhandenes Material in neuen Konstellationen, vermengen es mit anderen Einflüssen aus anderen Materialständen (als »crossover«) und tragen es in Zusammenhänge (Medien, Gattungen, Genres, Szenen), in denen es zuvor noch keinen Platz hatte – die dominanten Realisationen des Frames werden davon jedoch nicht irritiert, sondern immer wieder bestätigt. Denn unabhängig davon, in welchen Zusammenhängen Nördlichkeit evoziert oder mit Fotos auf den Norden verwiesen wird: Diese bestätigen nur stets aufs Neue die bereits etablierten Semantiken. Dort, wo auch entsprechende konkrete Begriffe auftauchen (Norden, nördlich, North usw.), wird der Frame, der die »mentale [...] Geographie«⁹² bestimmt, explizit herausgestellt. Nirgends ist dies in so großer Zahl der Fall wie in den täglich um tausende Beiträge wachsenden Bildarsenalen von Instagram. Die quantitative Dimension bestimmt damit auch die qualitative und weist zugleich eine inhaltliche Fokussierung auf: Der Norden wird immer zahlreicher ab- und nachgebildet und hat in der Beliebtheitskala der User_innen folglich einen hohen Stellenwert; allerdings werden vor allem jene Bilder bestätigt, die in der Tradition eines »erhabenen Nordens« stehen. Sie trenden stets aufs Neue und bleiben weiterhin populär, gerade weil sie irritationsfrei rezipiert, genossen und bewertet werden können.

Literatur

Arndt, Astrid u.a. (2004): Vorwort der Herausgeber. In: Dies. (Hgg.): *Imagologie des Nordens. Kulturelle Konstruktionen von Nördlichkeit in interdisziplinärer Perspektive*, Imaginatio borealis Nr. 7, Peter Lang, Frankfurt am Main, S. 5–9.

Baier, Lothar (1993): *Die verleugnete Utopie. Zeitkritische Texte*, Aufbau, Berlin.

Barracough, Eleanor Rosam, Danielle Cudmore & Stefan Donecker (2013): Der übernatürliche Norden. Konturen eines Forschungsfeldes, *NORDEUROPAforum – Zeitschrift für Kulturstudien* 23, S. 23–53.

Bauman, Zygmunt (2017): *Retrotopia*, Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Begemann, Christian (1984): Erhabene Natur. Zur Übertragung des Begriffs des Erhabenen auf Gegenstände der äußeren Natur in den deutschen Kunsttheorien des 18. Jahrhunderts, *Deutsche Vierteljahrsschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte* 58:1, S. 74–110.

Bieling, Simon (2018): *Konsum zeigen. Die neue Öffentlichkeit von Konsumprodukten auf Flickr, Instagram und Tumblr*, Transcript, Bielefeld.

⁹¹ Vgl. Reckwitz 2017, S. 17.

⁹² Richter 2009, S. 9.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

- Bohrer, Karl-Heinz (1961): *Der Mythos vom Norden. Studien zur romantischen Geschichtsprophetie*, Doktorarbeit, Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg, Heidelberg.
- Browning-Blas, Kristen (2012): Game of Thrones author George R.R. Martin on sex, violence and T.V, *The Denver Post*, 03. Juni, <https://www.denverpost.com/2012/05/31/game-of-thrones-author-george-r-r-martin-on-sex-violence-and-t-v/> (20.08.2019).
- Burke, Edmund (1958) [1757]: *A Philosophical Enquiry into the Origin of Our Ideas of the Sublime and Beautiful*, Routledge and Kegan, London.
- Chartier, Daniel (2007): Towards a Grammar of the Idea of North. Nordicity, Winterity, *Nordlit* 22, S. 35–47.
- Davidson, Peter (2005): *The Idea of North*, Reaktion, London.
- Dijck, José Van & Thomas Poell (2013): Understanding social media logic, *Media and Communication* 1, S. 2–14.
- Dippold, Katharina (2017): Mit Lagom werden Sie glücklich wie die Schweden, *DIE WELT*, 27. August, <https://www.welt.de/icon/partnerschaft/article168011581/Mit-Lagom-werden-Sie-gluecklich-wie-die-Schweden.html> (20.08.2019).
- Dittmer, Jason (2010): *Popular culture, geopolitics, and identity*, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham.
- Doležel, Lubomír (1998): Possible Worlds of Fiction and History, *New Literary History* 29:4, S. 785–809.
- Eberhard, Igor (2013): Die Angst gehört dem Winter. Konstruktionen des Nordens und des Winters in George R. R. Martins Fantasy-Epos *Das Lied von Eis und Feuer*. In: Stefan Donecker; Igor Eberhard & Markus Hirnsperger (Hgg.): *101 Wege zum Norden. Wiener Forschungen zu Arktis und Subarktis*, Beiträge zum zirkumpolaren Norden Nr. 2, Lit Verlag, Wien, S. 143–166.
- Ekman, Stefan (2013): *Here be dragons. Exploring fantasy maps and settings*, Wesleyan University Press, Middletown/Connecticut.
- Engel-Braunschmidt, Annelore u.a. (Hgg.) (2001): *Ultima Thule. Bilder des Nordens von der Antike bis zur Gegenwart*, Imaginatio borealis Nr. 1, Peter Lang, Frankfurt am Main.
- Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication* 43:4, S. 51–58.
- Franke, Berthold (2007): Tyskarna har hittat sin Bullerbü, *Svenska Dagbladet*, 9. Dezember, <https://www.svd.se/tyskarna-har-hittat-sin-bullerbu> (20.08.2019).
- Fülberth, Andreas, Albert Meier & Victor Andrés Ferretti (Hgg.) (2007): Nördlichkeit – Romantik – Erhabenheit. Apperzeptionen der Nord/Süd-Differenz (1750 – 2000), Imaginatio borealis Nr. 15, Peter Lang, Frankfurt am Main.
- Gentikow, Barbara (1978): *Skandinavien als präkapitalistische Idylle. Rezeption gesellschaftskritischer Literatur in deutschen Zeitschriften 1870 bis 1914*, Wachholtz, Neumünster.

- Glanz, Berit (2018): Rhetorik des Hashtags, *Pop-Zeitschrift*, 18. September, [http://www.pop-zeitschrift.de/2018/09/18/social-media-september-von-berit-glanz_\(20.08.2019\)](http://www.pop-zeitschrift.de/2018/09/18/social-media-september-von-berit-glanz_(20.08.2019)).
- Göttsch-Elten, Silke (2000): »... unverrückt und ungestillt nach dem Norden ...« Zur Popularisierung von Bildern über den Norden im 19. Jahrhundert. In: Institut für Europäische Ethnologie der Universität Wien (Hgg.): *Völkultur und Moderne. Europäische Ethnologie zur Jahrtausendwende*, Festschrift für Konrad Köstlin zum 60. Geburtstag am 8. Mai 2000, Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien Nr. 21, Wien, S. 195–214.
- Göttsch-Elten, Silke (2001): Populäre Bilder vom Norden im 19. und 20. Jahrhundert. In: Annelore Engel-Braunschmidt u.a. (Hgg.): *Ultima Thule. Bilder des Nordens von der Antike bis zur Gegenwart*, Imaginatio borealis Nr. 1, Peter Lang, Frankfurt am Main, S. 123–144.
- Grace, Sherrill E. (2002): *Canada and the Idea of North*, McGill-Queen's University Press, Montreal.
- Hamelin, Louis-Edmond (1979): *Canadian Nordicity. It's Your North, Too*, Harvest House, Montreal.
- Hamelin, Louis-Edmond (2002): *Discours du Nord*, Collection Recherche, Québec.
- Hecken, Thomas (2006): *Populäre Kultur. Mit einem Anhang ›Girl und Popkultur‹*, Posth Verlag, Bochum.
- Hecken, Thomas (2009): *Pop. Geschichte eines Konzepts 1955–2009*, Transcript, Bielefeld.
- Hecker-Stampel, Jan & Hendriette Kliemann-Geisinger (Hgg.) (2009): *Facetten des Nordens. Räume – Konstruktionen – Identitäten*, Berliner Beiträge zur Skandinavistik Nr. 17, Nordeuropa-Institut der Humboldt-Universität, Berlin.
- Heininger, Jörg (2001): [Art.] Erhaben. In: Karl Barck u.a. (Hgg.): *Ästhetische Grundbegriffe*, Bd. 2, Dekadent – Grotesk, Metzler, Stuttgart, S. 275–310.
- Helmstetter, Rudolf (2007): Der Geschmack der Gesellschaft. Die Massenmedien als Apriori des Populären. In: Christian Huck & Carsten Zorn (Hgg.): *Das Populäre der Gesellschaft. Systemtheorie und Populärkultur*, VS Verlag, Wiesbaden, S. 44–72.
- Henningsen, Bernd (1995): *Der Norden – eine Erfindung. Das europäische Projekt einer regionalen Identität*, Humboldt-Universität, Berlin.
- Henningsen, Bernd (1997): Das Bild vom Norden. Eine Einleitung. In: Ders. u.a. (Hgg.): *Wahlverwandtschaft. Skandinavien und Deutschland 1800–1914*, Deutsches Historisches Museum, Berlin, S. 15–27.
- Henningsen, Bernd (2000): Einleitung. In: Ders. (Hg.): *Begegnungen. Deutschland und der Norden im 19. Jahrhundert*, Wahlverwandtschaft – Der Norden und Deutschland. Essays zu einer europäischen Begegnungsgeschichte, Nr. 1, Berlin Verlag A. Spitz, Berlin, S. 7–18.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

- Henningsen, Bernd (2002): Der Norden. Eine Erfindung. Das europäische Projekt einer regionalen Identität. In: Ders. (Hg.): *Das Projekt Norden. Essays zur Konstruktion einer europäischen Region*, Wahlverwandschaft – Der Norden und Deutschland. Essays zu einer europäischen Begegnungsgeschichte, Nr. 9, Berlin-Verlag A. Spitz, Berlin, S. 17–36.
- Henningsen, Bernd (2017): Einfach glücklich sein. Ein neues Magazin: hygge, *NORDEUROPAforum.blog*, 06. Juli, <https://nofoblog.hypotheses.org/293> (20.08.2019).
- Hoffmann, Torsten (2006): *Konfigurationen des Erhabenen. Zur Produktivität einer ästhetischen Kategorie in der Literatur des ausgehenden 20. Jahrhunderts (Handke, Ransmayr, Schrott, Strauss)*, De Gruyter, Berlin.
- Hormuth, Dennis & Maike Schmidt (Hgg.) (2010): *Norden und Nördlichkeit. Darstellungen vom Eigenen und Fremden*, Imaginatio borealis Nr. 21, Peter Lang, Frankfurt am Main.
- Japp, Uwe (2007): Das Erhabene in den Bergwerken von Falun. In: Andreas Fülberth, Albert Meier & Victor Andrés Ferretti (Hgg.): *Nördlichkeit – Romantik – Erhabenheit. Apperzeptionen der Nord/Süd-Differenz (1750 – 2000)*, Imaginatio borealis Nr. 15, Peter Lang, Frankfurt am Main, S. 205–215.
- Kant, Immanuel (1977) [1790/1793]: *Kritik der Urteilkraft*, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Kliemann, Hendriette (2005): *Koordinaten des Nordens. Wissenschaftliche Konstruktionen einer europäischen Region 1770–1850*, Berliner Wissenschaftsverlag, Berlin.
- Krzikalla, Laura (2018): »Instagram ruiniert diese Orte«. Reisefotos in sozialen Medien, *Der Spiegel*, 17. Oktober, <https://www.spiegel.de/reise/fernweh/reisefotos-in-sozialen-medien-instagram-ruiniert-diese-orte-komplett-a-1233701.html> (20.08.2019).
- Lucas, Caroline, Mark Deeks & Karl Spracklen (2011): Grim Up North: Northern England, Northern Europe and Black Metal, *Journal for Cultural Research* 15:3, S. 279–295.
- Martin, George R. R. (1996): *A Game of Thrones*, Harper Collins, London.
- Martin, George R. R. (1998): *A Clash of Kings*, Harper Collins, London.
- Mau, Steffen (2017): *Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen*, Suhrkamp, Berlin.
- Penke, Niels (2012): *Ernst Jünger und der Norden. Eine Inszenierungsgeschichte*, Frankfurter Beiträge zur Germanistik Nr. 51, Universitätsverlag Winter, Heidelberg.
- Penke, Niels (2016a): Töten für Wotan. Zur Radikalisierung des Mythischen im Black Metal. In: Niels Penke & Matthias Teichert (Hgg.): *Zwischen Germanomanie und Antisemitismus. Transformationen altnordischer Mythologie in den Metal-Subkulturen*, Nomos, Baden-Baden S. 83–120.
- Penke, Niels (2016b): Die Ausnahme im Kleinen. Skandinavischer Backwood-Horror am Beispiel von *Død Snø* und Adam Nevills, *The Ritual, LiLi. Zeitschrift für Linguistik und Literaturwissenschaft* 46:03, S. 385–393.

- Penke, Niels & Matthias Schaffrick (2018): *Populäre Kulturen zur Einführung*, Junius, Hamburg.
- Platen, Edgar (2012): *Norden. Zu seinen Darstellungen in der Nachkriegs- und Gegenwartsliteratur*, Iudicium, München.
- Reckwitz, Andreas (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Suhrkamp, Berlin.
- Reiss, Steven (2016): Weiß über Schwarz? Vom ästhetischen Bildkonzept im NSBM. In: Niels Penke & Matthias Teichert (Hgg.): *Zwischen Germanomanie und Antisemitismus. Transformationen altnordischer Mythologie in den Metal-Subkulturen*, Nomos, Baden-Baden, S. 121–138.
- Richter, Dieter (2009): *Der Süden. Geschichte einer Himmelsrichtung*, Wagenbach, Berlin.
- Richter, Felix (2017): Smartphones Cause Photography Boom, *Statista – Das Statistik-Portal*, 31. August, <https://www.statista.com/chart/10913/number-of-photos-taken-worldwide/> (20.08.2019).
- Röhnert, Jan (2014): »Nord liegt so nah wie West.« *Kleine Poetik der Himmelsrichtungen*, Wallstein, Göttingen.
- Rühling, Lutz (2004): Bilder vom Norden – Imagines, Stereotype und ihre Funktion. In: Astrid Arndt u.a. (Hgg.): *Imagologie des Nordens. Kulturelle Konstruktionen von Nördlichkeit in interdisziplinärer Perspektive*, *Imagino borealis* Nr. 7, Peter Lang, Frankfurt am Main, S. 279–300.
- Schmidt, Jan-Hinrik & Monika Taddicken (2017): Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In: Dies. (Hgg.): *Handbuch Soziale Medien*, Springer, Wiesbaden, S. 23–37.
- Schnurbein, Stefanie von (2016): *Norse revival. Transformations of Germanic neopaganism*, Brill, Leiden/Boston.
- Schröder, Stephan Michael (1996): Mehr Spaß mit Schwedinnen? Funktionen eines deutschen Heterostereotyps, *Arbeitspapiere Gemeinschaften 3*, Humboldt-Universität zu Berlin, Berlin.
- Sedlmayr, Gerold & Nicole Waller (Hgg.) (2014): *Politics in Fantasy Media. Essays on Ideology and Gender in Fiction, Film, Television and Games*, McFarland & Company, Jefferson.
- Sellheim, Nikolas (2016): Black and Viking metal: how two extreme music genres depict, construct and transfigure the (sub-)Arctic, *Polar Record* 52:5, S. 509–517.
- Sørensen, Øystein & Bo Stråth (Hgg.) (1997): *The Cultural Construction of Norden*, Scandinavian University Press, Oslo.
- Stäheli, Urs (1999): Das Populäre zwischen Cultural Studies und Systemtheorie. In: Udo Göttlich & Rainer Winter (Hgg.): *Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies*, Von Halem, Köln, S. 321–336.
- Till, Dietmar (2006): *Das doppelte Erhabene. Geschichte einer Argumentationsfigur von der Antike bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts*, De Gruyter, Tübingen.

Persistente Bilder. Popularität und Medialität des Nordens

Tuchtenhagen, Ralph (2007): »Nordische Landschaft« und wie sie entdeckt wurde. In: Andreas Fülberth, Albert Meier & Victor Andrés Ferretti (Hgg.): *Nördlichkeit – Romantik – Erhabenheit. Apperzeptionen der Nord/Süd-Differenz (1750 – 2000)*, Imaginatio borealis Nr. 15, Peter Lang, Frankfurt am Main, S. 127–142.

Venus, Jochen (2013): Die Erfahrung des Populären. Perspektiven einer kritischen Phänomenologie. In: Marcus S. Kleiner & Thomas Wilke (Hgg.): *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*, Springer VS, Wiesbaden, S. 49–75.

Vonderau, Patrick (2007): Bilder vom Norden. Schwedisch-deutsche Filmbeziehungen, 1914 –1939, Schüren, Marburg.

Werber, Niels (2017): Trumps Twittern. Der populäre Donald Trump (II), *POP. Kultur und Kritik* 11, S. 39–44.

Weyh, Henrike (2006): »Norden« und »Dänemark« als Bilder nationaler Selbstdarstellung im dänischen Landschaftsgarten, Imaginatio borealis Nr. 9, Peter Lang, Frankfurt am Main.

Winkelmann, Thomas (2006): Alltagsmythen vom Norden. Wahrnehmung, Popularisierung und Funktionalisierung von Skandinavienbildern im bundesdeutschen Modernisierungsprozess, Imaginatio borealis Nr. 10, Peter Lang, Frankfurt am Main.



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).