

LE01: Raum und digitale Geographien

Unser tägliches Leben ist mit Software durchtränkt. Sie tritt in verschiedenen Formen auf, sichtbar oder im Hintergrund versteckt, auf kleiner oder großer Ebene, als Grundlage für neue Technologien oder als Erweiterung von bis dato analogen Geräten, Prozessen oder Infrastrukturen. Wurde in den 1990er Jahren noch der Ansatz eines binären Raumverständnisses – der virtuelle Raum als Cyberspace und ihm gegenüber der reale, physisch erfahrbare Raum – verfolgt, entstanden neue Konzepte, die eine Trennung der beiden Sphären ablehnen. Da Internet und soziale Medien zu einem Bestandteil des Alltags geworden sind, gilt es, die sich so verändernden sozialen Interaktionen und Kommunikationsakte genauer zu beleuchten sowie neue Ansätze, Raum zu denken, zu erforschen.

Inhalte der Lerneinheit

- Raumtheorien
- „Digital“ und „Analog“ ?

Materialien

- [AB01-1: Raum](#)

Lernergebnisse und Kompetenzen

- Sie können verschiedene Raumtheorien der Digitalen Geographie erläutern.
- Sie können das Verhältnis zwischen Analog und Digital beschreiben.
- Sie können Beispiele aus Ihrem Alltag auf die Theorien beziehen.

Virale Raumkonstruktion und Strukturelle Medienbildung

Beispiele für virale Raumkonstruktionen sind z.B. die Videos, die auf die „America First“-Aussage von Donald Trump reagierten und Landschaften, kulturelle Eigenheiten sowie historische und politische Errungenschaften ironisch darstellen (siehe z.B. <http://everysecondcounts.eu>) oder die unzähligen Websites, auf denen themen- und raumspezifische Karten-Mashups erstellt werden (siehe z.B. <http://www.priceofweed.com>). Auch Postings in sozialen Netzwerken, die mit Ortsangaben versehen werden, wirken sich auf die räumliche Ausprägung des gemeinschaftlichen Lebens und die Konstruktion von Raum aus. In Bezug auf die Viralität eines Posts spielen insbesondere Hashtags eine hervorgehobene Rolle. Hashtags, die auf einen bestimmten Ort referieren, wie z.B. #Frankfurt, können Raumkonstruktionen darstellen, wenn sie in einer „Hashtag-Familie“ mit bestimmten Merkmalen des Ortes und/oder mit Bildern kombiniert werden. Diese Arten der Hinzufügung zur Wirklichkeit durch digitale Anwendungen werden als „augmented realities“ beschrieben, die wiederum die Aneignung und Wahrnehmung von Orten beeinflussen.

Der soziale oder gelebte „Raum“ und die ihm zugeschriebenen Bedeutungen entstehen also erst durch Handlungen. Seine Bedeutung ist nicht festgeschrieben und jederzeit durch alternative Handlungspraxen veränderlich. Räume können von verschiedenen Akteuren bewusst oder unbewusst konstruiert und wahrgenommen werden. Die Verbreitung des Internets und vor allem soziale Medien ermöglichen das Posten von eigenen raumbezogenen Beiträgen, Bildern und Videos usw. Werden z.B.

Fotos von Orten mit einem Hashtag oder Geotag virtuell verlinkt, wird „Raum“ digital hergestellt, mit Bedeutung aufgeladen und interpretiert. Das Internet und soziale Medien sind nicht nur eine Erweiterung des sozialen Lebens im digitalen Raum, sondern stellen selbst informelle Räume des Alltags dar, die zu einer Veränderung des Selbst- und Weltbezugs beitragen. Über die (Aus-)Wirkung dieser medialen Strukturen auf das eigene Ich und seine Umwelt nachzudenken bzw. hiervon ausgehend dementsprechend in der (medialen) Alltagspraxis angemessen zu agieren, ist ein Anliegen der strukturalen Medienbildung.

Basislektüre

- Reithmeier, Christina & Dorsch, Christian (2021 im Druck): Soziale Medien. In:

Hungry Minds

- Graham, Mark & Zook, Matthew (2013) Augmented Realities and Uneven Geographies: Exploring the Geolinguistic Contours of the Web. *Environ Plan A* 45(1): 77–99.
- Kitchin, Rob & Dodge, Martin (2011): *Code/Space: Software and Everyday Life*. Cambridge, USA: MIT Press.
- Leszczynski, Agnieszka (2015): Spatial media/tion. *Progress in Human Geography* 39(6): 729–751.

From: <https://foc.geomedienlabor.de/> - **Frankfurt Open Courseware**

Permanent link: <https://foc.geomedienlabor.de/doku.php?id=courses:studierende!:s-digi-geo:lernereinheit:le01&rev=1608042772>

Last update: **2020/12/15 15:32**

