# LE04: Virale Raumkonstruktionen

Wie wir mittlerweile Wissen, ist die räumliche Domäne eine Basisdimension des Spatial Citizenship-Ansatzes, die theoretische Aspekte im Bereich der fachlichen Fertigkeiten und Fähigkeiten bereitstellt. Diesbezüglich sind virale Raumkonstruktionen, die einen immer größeren Stellenwert in den sozialen Medien einnehmen, ein wichtiger Gesichtspunkt.

## Inhalte der Lerneinheit

- Virale Raumkonstruktionen
- Hashtag-Analysen
- Strukturale Medienbildung

## Materialien

- AB04-1: Raumkonstruktionen

## Lernergebnisse und Kompetenzen

- Sie können den Begriff „virale Raumkonstruktion“ erklären.
- Sie kennen Grundzüge der strukturalen Medienbildung (Jörissen & Marotzki) und können die darin formulierten vier Reflexionsdimensionen anhand von geomedialen Beispielen erläutern.
- Sie sind in der Lage, in sozialen Medien nach ortsbezogenen Hashtags zu suchen und diese zu dokumentieren sowie unter Bezug der vier Reflexionsdimensionen der strukturalen Medienbildung (Jörissen & Marotzki) zu diskutieren.
- Sie können das Konzept der ortsbezogenen Hashtaganalyse in sozialen Medien auf Unterrichtsstrukturen übertragen.

## Virale Raumkonstruktion und Strukturale 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

- Kanwischer, D. und A. Schlottmann (2017): Virale Raumkonstruktionen – Soziale Medien und #Mündigkeit im Kontext gesellschaftswissenschaftlicher Medienbildung. *Zeitschrift für Didaktik der Gesellschaftswissenschaften (ZDG)*(2): 60-78.

### Hungry Minds

- Reithmeier, C., K. Buschbaum, A. Blitz & D. Kanwischer (2016): “Heaven. #shopping #Frankfurt #weekend #joy” – Hashtags, Constructions of Space, and Geography Education. *GI_Forum 2016* (1): 282 - 294.
- Brüggen, N. & M. Schemmerling (2014): Das Social Web und die Aneignung von Sozialräumen. In: sozialraum.de (6) Ausgabe 1/2014. URL: https://www.sozialraum.de/das-social-web-und-die-aneignung-von-sozialraeumen.php
- Kanwischer, D. (2014): Digitale Geomedien und Gesellschaft. Zum veränderten Status geographischen Wissens in der Bildung. *Geographische Rundschau 66* (6): 12 – 17.

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

Permanent link:
**https://foc.geomedienlabor.de/doku.php?id=courses:studierende:l:s-fachdidaktik:lerneinheit:le04&rev=1586591454**

Last update: **2020/04/11 09:50**