



# Willkommen in der Smartphone-City!?

Über den Einfluss digitaler Kommunikation auf soziale Interaktionsmuster im öffentlichen Raum...

## Henri Lefebvre: Zur Produktion von Raum

Raum ist ein temporales, flüssiges soziales Produkt, das von Subjekten hergestellt wird. Er ist somit Produkt und Medium materieller sowie immaterieller gesellschaftlicher Realität, deren Kräfteverhältnisse und Deutungen divers, widersprüchlich sowie konfliktreich sind (Lefebvre 2006, Schmid 2008). Die Produktion dieses Raums kann als dialektischer Dreiklang aus physischer Verfasstheit, mental-ideeller Konzeption und sozialem Erleben verstanden werden (Vgl. Gueff 2010, Vgl. Dörfler 2011). Meine analytische Triade unterscheidet hierbei drei Dimensionen: **Räumliche Praxis** versteht Raum in physischer und benutzter Form, die **Repräsentation des Raums** fasst Raum als gedankliches und imaginiertes Konstrukt, sowie den instrumentelltechnokratischen Raum des Wissens und der Karten, die **Räume der Repräsentation** identifizieren den produzierten, gelebten Raum mit diversen Symbolen und Bedeutungen (Vgl. Elden 2002). 🙄

11:38

## Maximilian Förtner, Eva Grobbink, Nils Julian Meiß, Julia Ricarda Reusing



13:12 ✓

Hallo Leute, wir beschäftigen uns mit der Frage, **welchen Einfluss digitale Kommunikation auf soziale Interaktionsmuster im öffentlichen Raum hat**. Unser Erkenntnisinteresse besteht darin, die **Wechselwirkungen und Widersprüche** zwischen **Smartphone-Nutzung** und der **Gestaltung des öffentlichen Straßenlebens**, im „digitalen Zeitalter“ zu identifizieren.

## „KulturpessimistInnen“

Wir prophezeien der ‚europäischen Stadt‘ im digitalen Zeitalter eine **historisch bedeutende Qualitätsverschiebung**. Diese neuen Telekommunikationsmöglichkeiten **entlokalisieren** und **individualisieren** die Zeitstruktur, **das Miteinander in der Stadt verblasst** und die urbanen Qualitäten werden abnehmen (Häusermann 2000 in Bezug auf Simmel, vgl. Bieniok 2001). **Städtische Räume verlieren ihre gesellschaftliche Bedeutung zugunsten einer virtuellen Öffentlichkeit** (Paravicini 2000).

14:19

## ExpertInnenrat

Wir hingegen sehen im Einfluss der digitalen Kommunikation auf ‚Stadt‘ keine „virtuelle Alternative zur physischen Präsenz sondern **Ergänzung der realen physischen Anwesenheit** und an dem medial abgebildeten Ort“ (Hanekop 2010). Das Verhältnis von Subjekt und Straße ist nun jedoch durch **Fern-Anwesenheit** und einer **Verdopplung des Ortes** gekennzeichnet (Meyrowitz 2003). Das Phänomen der „**anwesenden Abwesenheit**“ verweist auf eine **Verwischung der Grenzen** von On- und Offline-Welten und erweitert die Face-to-Face-Kommunikation hin zu einer „**Multicommunication**“ (Vgl. Lipp 2012).

14:28

## Max, Eva, Nils, Julia: Methodik

Bei der Datenerhebung setzen wir auf **qualitative Methoden**, um subjektive Sichtweisen zu erfassen. Dazu haben wir städtische Situationen **teilnehmend beobachtet** und analysiert, sowie **teilnarrative Interviews** mit PassantInnen durchgeführt, die uns als „digitale Urbaniten“ aufgefallen sind.

15:46 ✓

## Max, Eva, Nils, Julia: Ergebnisse

### Räumliche Praxis

Smartphones als neue technische Artefakte, die den physischen Körper ergänzen und als evidenter Bestandteil des Straßenlebens wahrgenommen werden. Die sinnliche Wahrnehmung des Eigenen, des Anderen sowie des Raumes werden jedoch fragmentiert, vervielfacht und widersprüchlich erfahren.

### Räume der Repräsentation

Das Digitale als nicht-konkreter, meist „anderer“ Ort/Raum, der aber sozial verwirklicht wird. Die Selbstreflexion der Subjekte hierüber geht jedoch meist in ambivalente und inkonsequente Verhaltensmuster über. Der Audience-Charakter des digitalen Raums ist somit auch Teil der urbanen Öffentlichkeit.

### Repräsentation des Raumes

Digitale Welt in Form von technischen Anwendungen und Abbildungen als „zweite Straße“ (Vervielfachung des Raums), wird als quasi-automatisiert wahrgenommen. Gesellschaftliche Plattformen und ideologische Interventionen überlappen (digitale Realitäten).

Mit dieser aktualisierten Triade, angelehnt an die Theorie der Produktion des Raumes, wollen wir sowohl überspitzte „kulturpessimistische“ als auch verkürzte technologische, eher neutralisierende Beurteilungen umgehen. **Soziale Interaktionsmuster im öffentlichen Raum**, die von digitaler Kommunikation beeinflusst werden, können somit **nicht isoliert betrachtet** werden sondern sind **Ergebnis und Medium gesellschaftlicher Verhältnisse** und damit **integrale Bestandteile der Produktionsweise des Raumes**.

17:21 ✓

