LE05: Marginalisierte Gruppen

Die Möglichkeit zur Teilhabe ist innerhalb der Gesellschaft ungleich verteilt - dies spiegelt sich auch in sozialen Netzwerken wider: Während bestimmte Nutzer:innen sozialer Netzwerke eine große Reichweite (z.B. aufgrund einer hohen Follower-/Abonnent:innenzahl) haben, sind andere Gruppen marginalisiert. Das bedeutet, dass diese Gruppen - sei es aufgrund sozialer Herkunft, Geschlecht oder Hautfarbe - wenig oder gar nicht an gesellschaftlichen Debatten mitwirken können, die sie vielleicht sogar selbst noch konkret betreffen. In dieser Lerneinheit nähern Sie sich der Problematik der Marginalisierung in räumlichen und gesellschaftlichen Aushandlungsprozessen im Zeitalter der „Digitalität“ an und entwickeln Ideen Marginalisierungen zu mindern.

Inhalte der Lerneinheit

- Die räumliche Verteilung von Open Street Map Inhalten
- Marginalisierte Raumkonstrukteur:innen
- Marginalisierung in sozialen Medien

Materialien

- AB05-1: Marginalisierte Gruppen

Lernergebnisse und Kompetenzen

Nach Abschluss dieser Lerneinheit können Sie…

- Raumkonstruktion am Beispiel von Open Street Map nachvollziehen.
- Marginalisierungen am Beispiel Open Streep Map analysieren und Ihre Erkenntnisse auf Inhalte in sozialen Medien übertragen.

Open Street Map & Partizipation vs. Marginaliserung

Open Street Map ist ein gemeinschaftliches kartografisches Projekt, das es allen Nutzer:innen ermöglicht, Geodaten (1) einzuspeisen und so (lizenz-)freie Karten wiederum allen anderen Nutzer:innen zur Verfügung zu stellen. Außerdem können bereits vorhandene Karten durch andere Nutzer:innen editiert werden - z. B. um „Fehler“ zu korrigieren, oder Neuerungen hinzuzufügen. Dies illustriert bereits eine kollektive Aushandlung räumlicher „Wahrheiten“, die nie absolut gültig sein können: Denn Open Street Map ermöglicht die Sichtbarmachung der Raumkonstruktionen (2) von Individuen, die sich wiederum im Zusammenspiel mit gesellschaftlichen und räumlichen Verhältnissen entwickeln. Open Street Map stellt mit Blick auf die ungleiche Verteilung (räumlicher) Gestaltungsmacht ein Beispiel dar, das zum Abbau von Marginalisierungen genutzt werden kann.

Wie bereits am Beispiel Open Street Map anklingt, ist eine jede Raumproduktion immer auch mehr als eine rein individuelle Sichtweise: sie ist gleichsam eine Reproduktion bestehender Gegebenheiten (vgl. Lefebvre 2015 [1974]). Dass ich beispielsweise eine asphaltierte Straße als Unterlage für mein Auto betrachte, ergibt sich sowohl aus der Erfahrung, hier bereits andere Autos gesichtet zu haben, als auch aus meiner eigenen, damit verwobenen Entscheidung: genau hier mit meinem Auto zu

fahren.

Im nächsten Schritt ergibt sich daraus die Problematik, dass jegliche Reproduktion eine diskursive Festschreibung und damit eine „Normalisierung“ gesellschaftlicher (Macht-)Verhältnisse darstellt (Foucault 1999). Richtet man unter diesen Vorüberlegungen den Blick auf Open Street Map, bleibt auf der einen Seite die partizipativ-ermöglichende Komponente bestehen, die u. a. die Produktion neuer Sichtweisen offenlässt. Andererseits ist festzuhalten, dass einer kontinuierlichen Reproduktion nicht entgangen werden kann.

(1) Geodaten: Geodaten sind Daten, die eine räumliche Information transportieren. Es kann sich demnach um eine Koordinate handeln, die einen bestimmten Punkt auf der Erde ausweist. Aber auch andere Repräsentationsformen wie Sprache, Bilder oder georefferenzierte Hashtags können Geodaten transportieren. Weitere Infos finden Sie unter folgendem Link.

(2) Raumkonstruktionen: Ausgehend von der „sozialen Konstruiertheit von Raum“ wird dieser erst durch Handlungen und kommunikativen Bedeutungszuschreibungen produziert.

Beispiel: Posten viele Menschen in sozialen Netzwerken Inhalte, die einen bestimmten Stadtteil als „gefährlich“ einstufen (Kommunikation), kann das sowohl Diskussionen bezüglich des Stadtteils in den sozialen Netzwerken selbst verändern, als auch das individuelle Handeln (der Stadtteil wird gemieden) in Bezug auf diesen Stadtteil prägen (Handlung). Raumkonstruktionen sind in diesem Kontext immer individuell und ergeben sich im Zusammenspiel aus eigener Handlung und Kommunikation und gesellschaftlich-räumlicher Eingebundenheit.

Literatur

Foucault, M. (1999): Botschaften der Macht: Reader Diskurs und Medien. Stuttgart: DVA.

Lefebvre, H. (2015) [1974]: Die Produktion des Raums, in: Dünne, J. & Günzel, S. (Eds.): Raumtheorie. Grunlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaft (8. Aufl.) 330–342.

Basislektüre

Uneven Geographies of Open Street Map

Hungry Minds

The World as Seen by a Search Algorithm

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

Permanent link:
https://www.foc.geomedienlabor.de/doku.php?id=courses:studierende:l:s-digigesellschaft:lerneinheit:le05

Last update: **2025/09/29 13:59**