LE05: Raumkonstruktionen

Virale Raumkonstruktionen nehmen einen immer größeren Stellenwert in den sozialen Medien ein und sind daher ein wichtiger Gesichtspunkt für digitalisierte Bildungsprozesse.

Inhalte der Lerneinheit

- Virale Raumkonstruktionen
- Hashtag-Analysen
- Strukturale Medienbildung

Materialien

- AB05-1: Raumkonstruktionen

Lernergebnisse und Kompetenzen

Nach Abschluss dieser Lerneinheit können Sie…

- den Begriff „virale Raumkonstruktion“ erklären.
- Grundzüge der strukturalen Medienbildung (Jörissen & Marotzki) benennen und die darin formulierten vier Reflexionsdimensionen anhand von geomedialen Beispielen erläutern.
- in sozialen Medien nach ortsbezogenen Hashtags suchen und diese dokumentieren sowie unter Bezug der vier Reflexionsdimensionen der strukturalen Medienbildung (Jörissen & Marotzki) diskutieren.
- 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 Akteur:innen bewusst oder

unbewusst konstruiert und wahrgenommen werden. Die Verbreitung des Internets und vor allem sozialer Medien ermöglichen das Posten von eigenen raumbezogenen Beiträgen, Bildern und Videos. 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.

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

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

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