

Helena Atteneder

Machtasymmetrien in geomediatisierten Welten

Geomedien als Konzept zur
Neubewertung der Dialektik von
Raum/Ort und Medien



Springer VS

Machtasymmetrien in geomediatisierten Welten

Helena Atteneder

Machtasymmetrien in geomediatisierten Welten

Geomedien als Konzept zur
Neubewertung der Dialektik von
Raum/Ort und Medien

Helena Attenecker
Institut für Medienwissenschaft
Eberhard Karls Universität Tübingen
Tübingen, Deutschland

Dissertation Universität Salzburg, 2020

ISBN 978-3-658-36720-6 ISBN 978-3-658-36721-3 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-36721-3>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2022

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Stefanie Eggert

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Auf dem Weg zum Abschluss dieser Dissertation habe ich von meinem Umfeld große fachliche und persönliche Unterstützung erfahren, für die ich mich hier bedanken möchte.

Mein Dank gilt meinem Erstbetreuer, Thomas Steinmaurer, der mein Vorhaben stets unterstützt hat und in zahlreichen Gesprächen, oftmals zwischen Tür und Angel, für mich da war. Weiters danke ich Thomas Jekel, meinem Zweitbetreuer, für seine fachlich-geographische Sichtweise und seinen Anstoß, ein transdisziplinäres Forschungsvorhaben voranzutreiben.

Besonderer Dank gilt meinen Ko-Autoren, für die spannende Zusammenarbeit und die jeweils fachspezifischen Anregungen.

Danken möchte ich außerdem meinen KollegInnen an der Abteilung ICT&S für das gute Arbeitsklima und den konstruktiven Austausch während meiner Anstellung als Dissertantin. Zudem möchte ich all jenen Personen danken, die mich zu einer wissenschaftlichen Laufbahn ermuntert und mich darin unterstützt haben – dies gilt insbesondere Martina Thiele und Thomas Jekel.

Nicht zuletzt gilt mein herzlicher Dank meiner Familie und meinen Freunden, die mir stets den Rücken gestärkt, mich in meinen Interessen unterstützt und mich motiviert haben. Meine Tochter und mein Mann haben mir Kraft und Rückhalt gegeben. Ohne ihr Dasein stünde ich heute nicht hier. Ihnen kann ich nicht genug danken!

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Zielsetzung und Fragestellung	4
1.2	Aufbau der Arbeit	6
2	Entwicklungslinien einer Verknüpfung von Space/Place, Medien(technologien) und des Sozialen	13
2.1	Die Soziologie als raumabstinente Disziplin?	13
2.2	Raum im Kontext kommunikationswissenschaftlicher Fragestellungen	16
2.3	Raum, Kultur und der Media- bzw. Communication Turn in der Sozialgeographie	20
3	Geomedien als semi-autonome Brückendisziplin	25
4	Analyseebenen geomedialer Machtbeziehungen	37
4.1	Ebene 1: Technologische Aspekte von Geomedien	39
4.2	Ebene 2: Geomedien als sozio-technologische Bedingung	47
4.3	Ebene 3: Aspekte einer veränderten Raum/Medien-Dialektik	54
5	Diskussion und Fazit	65
5.1	Geomedia Studies	65
5.2	(Kommunikative) Machtgefüge in geomediatisierten Welten	67
5.3	Fazit und Ausblick	73
	Literatur	75

Abbildungsverzeichnis

Abb. 3.1	„The Quadrant Diagram: a map of the ontological and epistemological terrain of geomeia studies“	30
Abb. 4.1	„Location-based services“	41
Abb. 4.2	„The dialectic of mediatization“	56
Abb. 5.1	„Kommunikative Machtgefüge in geomediatisierten Welten“	68



Einleitung

1

Die wissenschaftliche Analyse der wechselseitigen Beeinflussung von Raum (space/place) und Medien(technologien) ist per se nichts Neues. Sowohl in der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Soziologie, als auch Human- bzw. Sozialgeographie finden sich Ansätze, die auf Phänomene und Entwicklungen der jeweils anderen Disziplin verweisen. Diese Bemühungen kommen in der Diskussion um einen „Spatial Turn“ in der Medien-, Kommunikationswissenschaft und generell den Kultur- und Gesellschaftswissenschaften bzw. den „Media Turn“ (Thielmann 2010) oder auch „Communication Turn“ (Adams 2009) in der Geographie zum Ausdruck. Der Rekurs auf die jeweils „andere“ Disziplin kommt in der Forschung zu einer „spatialization of media“ als auch „mediatization of place“ (Jansson/Falkheimer 2006) bzw. der Forschung zu „mediated localities“ oder „locative media“ (Thielmann 2010) zum Ausdruck. Prozesse der Digitalisierung, insbesondere der Datafizierung und von Algorithmen gestützten (Big)Data Analysen bzw. der damit verbundenen Durchsetzung mobiler, vernetzter, mit „location-awareness“ ausgestatteter Endgeräte (um nur einen Bruchteil der technologischen Möglichkeiten zu nennen), ergänzen gleichermaßen in der Geographie sowie Medien- und Kommunikationswissenschaft disziplinäre Kernkonzepte um neue Aspekte.

Im Wechselspiel zwischen Technologie und Gesellschaft verändern sich in der Geographie Konzepte zu Raum, Räumlichkeit, Raumwahrnehmung und -aneignung, während sich in der Medien- und Kommunikationswissenschaft Prozesse und Rahmenbedingungen medial vermittelter Kommunikation, sowie „öffentliche“, massenmediale Kommunikationsformen grundlegend zu verändern scheinen. Aufgrund neuer sozio-technologischer Entwicklungen, die zu einer vollständigen Eingebettetheit digitaler Technologien in sämtliche soziale Prozesse geführt haben, findet in beiden Disziplinen eine Hinwendung zu handlungstheoretisch fundierten Ansätzen statt, die versuchen, den neu verknüpften und

vielschichtigen Raum-, Medien- und Kommunikationskonstruktionen gerecht zu werden. Die auf den ersten Blick banale Aussage, dass die Verknüpfung zwischen Geographie und Kommunikation darin begründet läge, dass „all forms of communication occur *in space*, and that all spaces are produced *through representation*, which occurs *by means of communication*“ (Jansson/Falkheimer 2006: 9), wird vor dem Hintergrund einer „multi-layered“ oder „hybriden“ Raum-Medien-Dialektik zunehmend komplex. Der sich aktuell vollziehende geomediale Wandel betrifft Kernbereiche der Medien- und Kommunikationswissenschaft, indem Medien, insbesondere Geomedien die Bedingungen für „the appropriation of space by *contextualizing* communication“ (Gryl/Jekel 2012: 22 eigene Hervorh.) setzen. Gleichmaßen berührt der geomediale Wandel Grundkategorien der Geographie, wie Space/Place, Territorium, Grenze/n, Bewegung und Mobilität (Jansson 2013: 279 f.).

Die Etablierung einer (semi)autonomen Brückendisziplin als Geomedia Studies (Adams/Jansson 2012; Fast et al. 2018a), geht nach Adams/Jansson (2012) aus Phänomenen wie „mediated/mediatized mobility“, „technological convergence“, „interactivity“, „new interfaces“ und einer „automation of surveillance“ hervor. Weitere Prozesse, die für die Etablierung einer solchen Brückendisziplin sprechen sind: Ansätze einer *digitalen* Geographie (bspw. bei Felgenhauer/Gäbler 2019; Felgenhauer/Quade 2012) und „non-media-centric approaches“ in der Kommunikationswissenschaft (Krajina/Moores/Morley 2014; Moores 2012; Morley 2008), Visualisierungsparadigmen (bspw. Brantner 2018b; Kennedy et al. 2016; Krotz 2015; Lobinger/Geise 2015) und Konzepte zu virtual- und augmented-reality. Bestrebungen diese Ansätze zusammenzudenken bzw. ein umfassendes Forschungsfeld zu etablieren, das sich als Brückendisziplin zwischen Geographie bzw. Medien- und Kommunikationswissenschaft versteht und dabei sowohl die epistemologischen als auch ontologischen Perspektiven berücksichtigt, finden sich insbesondere bei Fast et al. (2018a) wieder. Unter dem Begriff „geomedia“ soll eine systematische Auseinandersetzung mit einer sich verändernden Raum/Medien-Dialektik als sich gegenseitig konstituierendes Moment ermöglicht werden. Geomedien sollen hierbei als relationales Konzept verstanden werden, das beides beinhaltet: „the fundamental role of media in organizing and giving meaning to processes and activities in space“ (Fast et al. 2018b: 4) und „the fundamental role of space in organizing and giving meaning to processes and activities of mediation“ (Jansson 2019a).

Adams' (2018) Aufteilung des Feldes zwischen den jeweiligen Spannungsachsen „Space“ und „Place“ bzw. „media as containers“ und „media as contents“ stellt hier einen richtungsweisenden Ansatz dar, geomedia als Forschungsfeld neu zu systematisieren. Die vier Felder, die sich zwischen diesen Achsen aufspannen

lassen, lauten: „media in spaces“, „spaces in media“, „media in places“ und „places in media“ und erlauben eine Verortung bisheriger Bemühungen unterschiedlicher Disziplinen. Das Modell befördert zudem eine konsequente Weiterentwicklung bestehender Ansätze, wobei sich Adams (2010) explizit gegen eine Essentialisierung der Quadranten ausspricht, indem er die scheinbar binären Gegensatzbegriffe als gleichzeitig vorhandene Elemente eines Spektrums verstanden wissen will. Aus diesem Modell wird unter anderem die fundamentale Rolle des Wechselspiels zwischen technologischer Entwicklung und gesellschaftlichen (Kommunikations-)Phänomenen in Raum und Zeit deutlich, die ein Weiterdenken und eine Neuformulierung der Medien/Raum Beziehung erfordert. Jüngste Ansätze einer Verknüpfung von „the social construction of technology“ (SCOT) und „production of space“-Perspektiven (Fast/Ljungberg/Braunerhielm 2019; Frith/Wilken 2019; Huang 2018; Jansson 2019b; Kandarske/Thielmann 2019; McQuire 2019; Wilken/Humphreys 2019) haben sich als besonders fruchtbar erwiesen, um die Rolle von Geomedien in Prozessen der sozialen und räumlichen (Re-)Produktion zu analysieren. Aus dieser Perspektive lassen sich explizit Fragen nach der diskursiv konstruierten (Fast 2018) Unerlässlichkeit von Medientechnologien in sämtlichen Gesellschaftsbereichen beantworten – insbesondere Fragen nach Ungleichheiten, Identitätsformungsprozessen und Machtbeziehungen.

Mit Rekurs auf Theorien der Mediatisierung (im Speziellen: Couldry/Hepp 2017b; Fast/Jansson 2019; Hjarvard 2013; Jansson 2013; Jansson 2014; Jansson 2018a; Krotz 2007; Krotz 2017) und insbesondere auf Janssons (2018a) „cultural materialist approach on mediatization“, der auf der Tradition immanenter Kritik (Fornäs 2013) basiert, führen Fast et al. (2018b) den Begriff „geomediatization“ ein. Geomediatization (oder Geomediatisierung) fußt auf der wahrgenommenen (Jansson 2014) und diskursiv konstruierten (Fast 2018) Unerlässlichkeit („indispensability“) von (Medien-)Technologien, dem Verständnis von Mediatisierung als dialektischer Prozess (Jansson 2018a) und der steigenden Wichtigkeit von Geodaten. In diesem Sinne kann Geomediatisierung als sozio-technologische „molding force“ (Fast/Ljungberg/Braunerhielm 2019: 91) bzw. als „social regime where human subjectivity, media and space/place are co-constitutive for one another“ (Fast et al. 2018b: 8) verstanden werden. Letztendlich führt Geomediatization zu einer Reorganisation des Sozialen, „that takes place as geome-dia technologies become increasingly indispensable in [ever] more social spheres – from financing and trade, travels and sports, work and transports, to family life and love – and as people begin to *adapt their actions and interactions accordingly*“ (Fast/Ljungberg/Braunerhielm 2019: 91; eigene Hervorh.). Die somit