

Netnographie

Kofferwort aus: Internet und Ethnographie; engl. auch: *online ethnography*

Das von dem Marketing-Experten Robert Kozinets in den 1990ern vorgeschlagene Kunstwort *Netnographie* fragt nach der Übertragung ethnographischer Forschungsmethoden auf die Texte und Kommunikationsformen des Internets. Dabei geht es um die Analyse von Daten (Forenbeiträge, Blogposts, Newsgroups etc.), in Sonderheit auch der über die Videoportale und die sozialen Netze verbreiteten Bilder, Audio-Dateien und AV-Beiträge und deren eigene Ästhetik, aber auch um die Nutzung des Internet für ethnographische Forschung (etwa in Form von Text- oder Videochats). Netnographische Forschung ist dominant soziologisch orientiert, beobachtet das Verhalten einzelner und vor allem von Gruppen sowie die Funktionalisierungen der Netzkommunikation im Interessenshorizont der Gruppen (etwa als Medium der Fan-Kommunikation, des Austausches über die Einschätzung von Filmen, die Werbung für Produkte, die der Gruppenkonstitution beitragen). Netnographie wird oft als „nichtteilnehmende Beobachtung“ kategorisiert, die Konversationen und soziale Interaktionen der Mitglieder jeweiliger Online-Communitys beobachtet und deskriptiv deren inneren Sinnhorizonte nachzeichnet. Netnographische Methoden sind in der filmsoziologischen Forschung bislang kaum angewendet worden.

Literatur: Brauckmann, Patrick (Hrsg.): *Web-Monitoring. Gewinnung und Analyse von Daten über das Kommunikationsverhalten im Internet*. Konstanz: UVK 2010. - Croll, Alistair / Power, Sean (eds.): *Complete Web Monitoring. Watching Performance, Users, and Communities*. Sebastopol, Cal.: O'Reilly & Ass. 2009. - Meier, Andreas (Hrsg.): *Communitys im Web*. [...] Heidelberg: dpunkt 2011.

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/n:netnographie-9285>

Last update: **2017/08/27 15:18**

