

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien

Hybridisierung in vernetzten Gemeinschaften

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades
Bachelor of Arts (B.A.) Medienkultur an der Fakultät Medien
der Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:

Prof. Dr. Matthias Maier
Dipl.-Kulturwissenschaftlerin (Medien) Nancy Richter

Eingereicht von:

Theres Büttner
Döllstadtstraße 33
99423 Weimar

E-Mail: theres.buettner@medien.uni-weimar.de
Matrikelnummer: 60067

Weimar, den 28.08.2009

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	III
Inhaltsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
1 Einleitung	1
2 Begriff der Hybridisierung.....	4
2.1 Wortherkunft und Bedeutung	4
2.2 Wissenschaftliche Diskursansätze	6
2.2.1 Sozial- und Kulturwissenschaftlicher Diskurs.....	6
2.2.2 Medienwissenschaftlicher Diskurs	9
2.2.3 Wirtschaftswissenschaftlicher Diskurs	11
3 Vernetzte Gemeinschaften	13
3.1 Gemeinschaften und Gruppen.....	13
3.2 Netzwerke	15
3.2.1 Definition und Charakteristika.....	16
3.2.2 Soziale Beziehungen.....	18
3.2.3 Theorie und Forschung	21
3.3 „Virtual Communities“	23
4 Hybridisierungsformen in vernetzten Gemeinschaften	29
4.1 Hybridisierung der Handlungen.....	29
4.1.1 Soziale Handlung.....	29
4.1.2 Ökonomische Handlung.....	32
4.1.3 Hybrid <i>sozioökonomische</i> Handlung	34
4.2 Hybridisierung der Sprachformen.....	39
4.2.1 Oralität	39
4.2.2 Literalität.....	40
4.2.3 Hybrid <i>oraliteralitäre</i> Sprache	41
4.3 Hybridisierung der Räume	46
4.3.1 Lokalisierung und Realer Raum	46
4.3.2 Globalisierung und Virtueller Raum.....	48
4.3.3 Hybrid <i>glokaler</i> Raum	50
5 Fazit.....	55
Literaturverzeichnis	VIII
Ehrenwörtliche Erklärung	XVII

Literaturverzeichnis

- Abel, Jürgen** (1999): Cyber Sl@ng. Die Sprache des Internet von A bis Z. München: Verlag C.H. Beck
- Appadurai, Arjun** (2005): Modernity at large: cultural dimensions of globalization. Minneapolis: University of Minneapolis Press
- Bauer, Hans; Haber, Tobias; Albrecht, Carmen-Maria; Laband, Tom** (2007): Viral Advertising. In: Bauer, Hans/ Große-Leege, Dirk/ Rösger, Jürgen (2007): Interactive Marketing im Web 2.0+. Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet. München: Verlag Franz Vahlen. S. 267-281
- Bauer, Hans; Martin, Isabel; Albrecht, Carmen-Maria** (2007): Virales Marketing als Weiterentwicklung des Empfehlungsmarketing. In: Bauer, Hans/ Große-Leege, Dirk/ Rösger, Jürgen (2007): Interactive Marketing im Web 2.0+. Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet. München: Verlag Franz Vahlen. S. 57-71
- Becker, Cornelia** (2004): Raum-Metaphern als Brücke zwischen Internetwahrnehmung und Internetkommunikation. In: Budke, Alexandra/ Kanwischer, Detlef/ Pott, Andreas (2004): Internetgeographien. Beobachtungen zum Verhältnis von Internet, Raum und Gesellschaft. Stuttgart: Franz Steiner Verlag. S. 109-122
- Bhabha, Homi K.** (2000): Die Verortung der Kultur. Tübingen: Stauffenburg-Verlag
- Bromley, Roger** (2000): Multiglobalismen – Synkretismus und Vielfalt in der Populärkultur. In: Robertson, Carolin/ Winter, Carsten (2000): Kulturwandel und Globalisierung. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 189-205
- Busemann, Katrin; Gscheidle, Christoph** (2009): Web 2.0: Communities bei jungen Nutzern beliebt. Elektronisch veröffentlicht unter:
http://www.daserste.de/service/studie09_3.pdf [Stand: 12.08.2009]
- Castells, Manuel** (2005): Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

- Dollhausen, Karin; Wehner, Josef** (2003): Virtuelle Gruppen – Integration durch Netzkommunikation? Gesellschafts- und medientheoretische Überlegungen. In: Thiedeke, Udo (2003): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdt. Verlag. S. 68-87
- Döring, Nicola** (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe Verlag
- Dussel, Enrique** (2000): Ethische Prinzipien und Ökonomie aus der Perspektive der Ethik der Befreiung. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://them.polylog.org/3/fde-de.htm> [Stand: 23.07.2009]
- Eigner, Christian; Nausner, Peter** (2003): Willkommen „Social Learning“! In: Eigner, Christian/ Leitner, Helmut/ Nausner, Peter/ Schneider, Ursula (2003): Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes. Graz: Verlag Nausner & Nausner. S. 52-94
- Faßler, Manfred** (1999): Infographische Orte – Im Netzwerk der Kulturen. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.kubiss.de/kultur/projekte/log.in/lihilf/lihilf12.htm> [Stand: 09.08.2009]
- Featherstone, Mike** (2000): Postmodernismus und Konsumkultur: Die Globalisierung der Komplexität. In: Robertson, Caroline Y./ Winter, Carsten (2000): Kulturwandel und Globalisierung. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 77-106
- Fisch, Martin; Gscheidle, Christoph** (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. Elektronisch veröffentlicht unter:
http://www.daserste.de/service/studie08_4.pdf [Stand: 29.07.2009]
- García Canclini, Néstor** (2005): Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity. Minneapolis (u.a.): University of Minnesota Press

- Götzenbrucker, Gerit** (2001): Soziale Netzwerke und Internet-Spielewelten. Eine empirische Analyse der Transformation virtueller in realweltliche Gemeinschaften am Beispiel von MUDs (Multi User Dimensions). Wiesbaden: Westdt. Verlag
- Gräf, Lorenz** (1997): Locker verknüpft im Cyberspace. Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet. In: Gräf, Lorenz/ Krajewski, Markus (1997): Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt (u.a.): Campus Verlag. S. 99-124
- Granovetter, Mark** (1983): The strength of weak ties: A network theory revisited. Elektronisch veröffentlicht unter:
http://www.si.umich.edu/~rfrost/courses/SI110/readings/In_Out_and_Beyond/Granovetter.pdf [Stand: 09.07.2009]
- Ha, Kien Nghi** (2005): Hype um Hybridität. Kultureller Differenzkonsum und post-moderne Verwertungstechniken im Spätkapitalismus. Bielefeld: Transcript-Verlag
- Hamman, Robin B.** (2003): Computernetze als verbindendes Element von Gemeinschaftsnetzen. Studie über die Wirkung der Nutzung von Computernetzen auf bestehende soziale Gemeinschaften. In: Thiedeke, Udo (2003): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdt. Verlag S. 213-235
- Hannerz, Ulf** (1990): Cosmopolitans and Locals in World Culture. In: Featherstone, Mike (1990): Global Culture. Nationalism, globalization and modernity. London (u.a.): Sage Publications. S. 237-251
- Heintz, Bettina** (2003): Gemeinschaft ohne Nähe? Virtuelle Gruppen und reale Netze. In: Thiedeke, Udo (2003): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdt. Verlag S. 180-210
- Helm, Sabrina** (2000): Viral Marketing: Kundenempfehlungen im Internet. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.competence-site.de/downloads/4f/a4/i_file_212/Artikel_Viral%20Marketing.pdf [Stand: 30.07.2009]

- Hess-Lüttich, Ernest W.B.** (2002a): (N)Etiquette und Subversion – Autoritätsverfall und Dialogverlust in der Briefkultur? In: Wende, Waltraud ,Wara' (2002): Über den Umgang mit der Schrift. Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann GmbH. S. 172-193
- Hess-Lüttich, Ernest W.B.** (2002b): Schrift und Rede – Chat-Kommunikation als Zwittermedium. In: Wende, Waltraud ,Wara' (2002): Über den Umgang mit der Schrift. Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann GmbH. S. 194-214
- Hiebsch, Hans; Leisse, Matthias** (1991): Kommunikation und Soziale Interaktion. Berlin: Akademie-Verlag
- Hippe, Wolfgang** (2001): Wie die Geschichte von Hase und Igel. Kultur und Globalisierung. In: Wagner, Bernd (2001): Kulturelle Globalisierung. Zwischen Weltkultur und kultureller Fragmentierung. Essen: Klartext Verlag. S. 39-49
- Holzer, Boris** (2006): Netzwerke. Bielefeld: Transcript-Verlag
- Huber, Joseph** (1989): Die Netzwerk-Idee. Rückblick und Ausblicke. In: Burmeister, Klaus/ Canzler, Weert/ Kreibich, Rolf (1991): Netzwerke. Vernetzungen und Zukunftsgestaltung. Weinheim: Beltz Verlag. S. 43-53
- Kaufmann, Stefan** (2007): Einleitung. Netzwerk – Methode, Organisationsmuster, antiessenzialistisches Konzept, Metapher der Gegenwartsgesellschaft. In: Kaufmann, Stefan (2007): Vernetzte Steuerung. Soziale Prozesse im Zeitalter technischer Netzwerke. Zürich: Chronos Verlag. S. 7-21
- Kirby, Andrew** (1998): Wider die Ortlosigkeit. In: Beck, Ulrich (1998): Perspektiven der Weltgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 168-175
- Koch, Peter; Oesterreicher, Wulf** (1985): Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. Elektronisch veröffentlicht unter:
http://www.carstensinner.de/Lehre/spanisch/texte_variacion/koch_oest_1985.pdf [Stand: 31.07.2009]

- Luckhardt, Kristin** (2009): Stilanalysen zur Chatkommunikation. Eine korpusgestützte Untersuchung am Beispiel eines medialen Chats. Dissertation: TU Dortmund. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://dspace.hrz.uni-dortmund.de:8080/bitstream/2003/26055/2/Schlussfassung.pdf> [Stand: 03.08.2009]
- Luhmann, Niklas** (1981): Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft, Organisation. Opladen: Westdt. Verlag
- Luhmann, Niklas** (1984): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag
- Mauss, Marcel** (1990): Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag
- McLuhan, Marshall** (1992): Die magischen Kanäle. „Understanding Media“. Düsseldorf (u.a.): Econ Verlag
- Misoch, Sabina** (2006): Online-Kommunikation. Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft
- Nederveen Pieterse, Jan** (1998): Der Melange-Effekt. Globalisierung im Plural. In: Beck, Ulrich (1998): Perspektiven der Weltgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 87-124
- Niedermaier, Hubertus; Schroer, Markus** (2004): Sozialität im Cyberspace. In: Budke, Alexandra/ Kanwischer, Detlef/ Pott, Andreas (2004): Internetgeographien. Beobachtungen zum Verhältnis von Internet, Raum und Gesellschaft. Stuttgart: Franz Steiner Verlag. S.125-141
- Nünning, Ansgar** (2008): Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart (u.a.): Verlag J.B. Metzler
- O.V.; Ecin** (2009): Soziale Netzwerke lassen alle alt aussehen. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.ecin.de/news/2009/08/06/13491/?rcol> [Stand: 12.08.2009]
- O.V.; Facebook Pressebereich** (2009): Facebook-Fakten. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet> [Stand: 10.08.2009]

- O.V.; Wirtschaftslexikon24.net** (2009): Ökonomisches Prinzip. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.wirtschaftslexikon24.net/d/oekonomisches-prinzip/oekonomisches-prinzip.htm> [Stand: 03.08.2009]
- Ong, Walter** (1982): Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes. In: Pias, Claus/ Vogl, Joseph/ Engell, Lorenz/ Fahle, Oliver/ Neitzel, Britta (2004): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt GmbH. S. 95-104
- Osterhammel, Jürgen; Petersson, Niels** (2003): Geschichte der Globalisierung. Dimensionen, Prozesse, Epochen. München: Verlag C.H. Beck
- Parsons, Talcott** (1975): Sozialstruktur und die symbolischen Tauschmedien. In: Pias, Claus/ Vogl, Joseph/ Engell, Lorenz/ Fahle, Oliver/ Neitzel, Britta (2004): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt GmbH. S. 34-44
- Pott, Andreas; Budke, Alexandra; Kanwischer, Detlef** (2004): Internet, Raum und Gesellschaft. Zur Untersuchung eines dynamischen Prozesses. In: Budke, Alexandra/ Kanwischer, Detlef/ Pott, Andreas (2004): Internetgeographien. Beobachtungen zum Verhältnis von Internet, Raum und Gesellschaft. Stuttgart: Franz Steiner Verlag. S. 9-20
- Puff, Melanie** (2004): Postmoderne & Hybridkultur. Wien: Passagen-Verlag
- Rheingold, Howard** (1994): Virtuelle Gemeinschaften. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Bonn (u.a.): Addison-Wesley GmbH
- Robertson, Roland** (1998): Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit. In: Beck, Ulrich (1998): Perspektiven der Weltgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 192-220
- Schanze, Helmut** (2002): Metzler Lexikon Medientheorie, Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart: Metzler Verlag

- Scherf, Philipp; Neus, Andreas; Tietz, Sebastian; Dr. Waesche, Niko** (2008): Innovation der Medien. Web 2.0 verwöhnte Konsumenten zwingen Medienanbieter zum Umbau ihrer Geschäftsmodelle. Studie der deutschen Media- and Entertainment Practice der IBM Global Business Services in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Evaluation und Methoden der Universität Bonn. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www-05.ibm.com/de/media/downloads/medienstudie-2008.pdf> [Stand: 29.07.2009]
- Schmidt, Jan** (2005): Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsperioden. München: Fischer Verlag
- Schneider, Irmela** (1997): Von der Vielsprachigkeit zur „Kunst der Hybridation“. Diskurse des Hybriden. In: Schneider, Irmela/ Thomson, Christian W. (1997): Hybridkultur. Medien, Netze, Künste. Köln: Wienand Verlag. S. 13-66
- Schneider, Irmela** (2000): Hybridisierung als Signatur der Zeit. In: Robertson, Caroline Y./ Winter, Carsten (2000): Kulturwandel und Globalisierung. Baden-Baden: Nomos Verlags-Gesellschaft. S. 175-187
- Schroll, Willi; Neef, Andreas** (2006): Web 2.0 – Was ist dran? Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.competence-site.de/e-business/Web-2-0-Was-ist-dran-Teil-I> [Stand: 28.07.2009]
- Schulz, Sebastian; Mau, Gunnar; Löffler, Stella** (2008): Motive und Wirkungen im Viralen Marketing. In: Hass, Berthold/ Walsh, Gianfranco/ Kilian, Thomas (2008): Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin (u.a.): Springer Verlag. S.249-268
- Schüttpelz, Erhard** (2007): Ein absoluter Begriff. Zur Genealogie und Karriere des Netzwerkkonzepts. In: Kaufmann, Stefan (2007): Vernetzte Steuerung. Soziale Prozesse im Zeitalter technischer Netzwerke. Zürich: Chronos Verlag. S. 25-46
- Schwalm, Carola** (1998): Globale Kommunikation. Der Wandel sozialer Beziehungen durch die Kommunikation in Computernetzwerken. Berlin: Wiss. Verlag
- Spittler, Gerd** (2002): Globale Waren. Lokale Aneignungen. In: Hauser-Schäublin, Brigitta/ Braukämper, Ulrich (Hrsg.): Ethnologie der Globalisierung. Perspektiven kultureller Verflechtungen. Berlin: Dietrich Reimer Verlag. Seite 15-30

- Stegbauer, Christian; Rausch, Alexander** (2006): Strukturalistische Internetforschung. Netzwerkanalysen internetbasierter Kommunikationsräume. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Stein, Peter** (2006): Schriftkultur. Eine Geschichte des Schreibens und Lesens. Darmstadt: Primus Verlag
- Steinmann, Carolin** (2003): Konzeptionelle Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.cornelia.siteware.ch/linguistik/muendlschriftl.html> [Stand: 31.07.2009]
- Thiedeke, Udo** (2003): Virtuelle Gruppen: Begriff und Charakteristik. In: Thiedeke, Udo (2003): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdt. Verlag S. 23-67
- Thiedeke, Udo** (2008): Die Gemeinschaften der Eigensinnigen. Interaktionsmediale Kommunikationsbedingungen und virtuelle Gemeinschaften. In: von Gross, Friederike/ Marotzki, Winfried/ Sander, Uwe (2008): Internet – Bildung – Gemeinschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 45-73
- Tönnies, Ferdinand** (1991): Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der reinen Soziologie. Darmstadt: Wiss. Buchgesell.
- Von Wangenheim, Florian** (2003): Weiterempfehlungen und Kundenwert. Ein Ansatz zur persönlichen Kommunikation. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag. Zitiert nach: Bauer, Hans; Martin, Isabel; Albrecht, Carmen-Maria (2007): S. 59
- Wagner, Bernd** (2001): Kulturelle Globalisierung. Weltkultur, Glokalität und Hybridisierung. In: Wagner, Bernd (2001): Kulturelle Globalisierung. Zwischen Weltkultur und kultureller Fragmentierung. Essen: Klartext Verlag. S. 9-38
- Watzlawick, Paul** (2000): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Bern (u.a.): Verlag Hans Huber
- Wellmann, Barry** (2003): Die elektronische Gruppe als soziales Netzwerk. In: Thiedeke, Udo (2003): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden: Westdt. Verlag. S. 126-159

Wirth, Uwe (2005): Chatten. Plaudern mit anderen Mitteln. In: Siever, Torsten/
Schlobinski, Peter/ Runkehl, Jens (2005): Websprache.net. Sprache und
Kommunikation im Internet. Berlin (u.a.): Walter de Gruyter Verlag. S. 67-84