

Schuegraf, Martina

Jugendliche im Musikmedienkontext. Subjektkonstitution bei medienkonvergenter Interaktion

formal überarbeitete Version der Originalveröffentlichung in:
formally revised edition of the original source in:

Lehmann, Andreas C. [Hrsg.]; Weber, Martin [Hrsg.]: *Musizieren innerhalb und außerhalb der Schule. Essen : Die Blaue Eule 2008, S. 223-247. - (Musikpädagogische Forschung; 29)*



Bitte verwenden Sie in der Quellenangabe folgende URN oder DOI /
Please use the following URN or DOI for reference:

urn:nbn:de:0111-opus-90556
10.25656/01:9055

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-90556>

<https://doi.org/10.25656/01:9055>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<http://www.ampf.info>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.
This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Digitalisiert

Musikpädagogische Forschung

Andreas C. Lehmann
Martin Weber
(Hrsg.)

Musizieren innerhalb und außerhalb der Schule



Themenstellung: Das menschliche Bedürfnis nach aktiver Musikausübung ist, entgegen kulturpessimistischen Ausblicken, auch im Zeitalter technisch-digitaler Reproduktion ungebrochen. Der aktuelle Trend zum Musizieren in der Schule (z. B. Einrichtung von Bläser- oder sonstigen Klassen, verstärktes Interesse am Singen, Kinderkonzerte, Einsatz musikpraktischer Ansätze) geht mit einer Vielzahl musikalischer Aktivitäten im außerschulischen Umfeld einher. Hier sind neben den traditionellen (un)organisierten Formen des Laienmusizierens im klassischen/populären Sektor besonders die Initiative „Jedem Kind ein Instrument“, das Musizieren auf außereuropäischen Instrumenten sowie Aktivitäten im Umfeld der HipHop Jugendkultur zu nennen. Musikpädagogen sind mehr denn je aufgefordert, diese Entwicklungen innerhalb und außerhalb der Schule mit Hilfe vielfältiger Methoden wissenschaftlich zu reflektieren. Dieser Band stellt eine Bestandsaufnahme aktueller Bemühungen dar, die zukünftige Arbeiten informieren und anregen sollen.

Die Herausgeber:

Andreas C. Lehmann, Jg. 1964; Studium Lehramt Gy. (Musik/Englisch); 1992 Promotion in Systematischer Musikwissenschaft; 1993-1998 Wiss. Mitarb. am psych. Inst. der Florida State University, Tallahassee, USA; 1998-2000 Assistent an der Universität Halle; seit 2000 Professor für Systematische Musikwissenschaft & Musikpsychologie an der Hochschule für Musik Würzburg; einige Jahre Vorstandsmitglied im AMPF, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie; Forschungsinteressen: Expertise, kognitive Prozesse musikalischer Performanz, Laienmusizieren, empirische Musikpädagogik.

Martin Weber, Jg. 1962; Studium Schulmusik und Kirchenmusik (Hochschule für Musik und Theater Hannover), Geschichte (Universität Hannover); 1993-1998 Wiss. Mitarb. an der HMTH, Mitglied des Instituts für musikpäd. Forschung (IfMpF); seit 1999 Gymnasiallehrer (OStR) für Musik/Geschichte (Cloppenburg); 2004 Promotion Musikpäd.; seit 2004 im Vorstand des AMPF; Gewinner des Abel-Struth-Preises 2007; Forschungsinteressen: musikpäd. Theoriebildung, Geschichte der Musikpädagogik.

Inhalt

Andreas C. Lehmann & Martin Weber:

Vorwort 9

Beiträge zum Tagungsthema

Hermann J. Kaiser:

Anerkennungstheoretische Grundlagen gemeinsamen Musizierens 15

Musizieren in der Schule

Franz Riemer & Rainer Schmitt:

Klasse! Wir singen – Beobachtungen und Analysen zu den Braunschweiger Liederfesten für Kinder 35

Gabriele Hirte:

Kinderkonzertbesuche im Musikunterricht der Grundschule – Eine empirische Studie zu Akzeptanz, Bedarf und Auswirkung 55

Ulrike Kranefeld:

Zwischen explorativem Musizieren und ästhetischer Reflexion - Ergebnisse einer Studie über Gruppenkompositionsprozesse zu Bildern im Musikunterricht der gymnasialen Oberstufe 77

Kari-Anne Schierhorn:

Instrumentalspiel von Schülerinnen und Schülern in der Sekundarstufe I – Auswirkungen auf Ängstlichkeit und Schulleistungen 97

Historische Beiträge

Martin Fogt:

Musizieren in den Lehrerbildungsstätten im Bayern des 19. Jahrhunderts 117

Simone Waigel:

Instrumentalkenntnisse als Voraussetzung für die musikalische Volksschullehrerbildung im 19. Jahrhundert 141

Musizieren außerhalb der Schule

Jochen Stolla & Magnus Gaul:

Von der Blockflöte zur E-Gitarre – Eine empirische Studie zu Instrumentenvorlieben bei Kindern und Jugendlichen 163

Thomas Grosse:

Macht Hip Hop die Menschen besser? – Das Projekt „Grenzgänger“: Zwischen Musikpädagogik und Sozialer Arbeit 179

Andreas Kloth:

Die institutionelle Integration der deutschen Türken in das Musikerziehungssystem deutscher Musikschulen, Musikhochschulen und Universitäten 195

Andreas C. Lehmann:

Musikvereine (Blasmusikkapellen) und die Arbeit ihrer Dirigenten 209

Freie Beiträge

Martina Schuegraf:

Jugendliche im Musikmedienkontext – Subjektkonstitution bei medien-
konvergenter Interaktion 223

Herbert Bruhn:

Auf der Suche nach den Gründen von Jugendlichen, Musik zu hören:
„Musik Involvement Skalen“ (Muisis) 249

Anja Rosenbrock:

Videomitschnitte als Methode der Unterrichtsforschung in der Musik-
pädagogik am Beispiel eines Vergleiches zwischen bilingualem und
monolinguaalem Musikunterricht 261

Jens Knigge & Christiane Liermann:

Das AMPF-Doktorandennetzwerk – Eine Zwischenbilanz 283

Jugendliche im Musikmedienkontext

Subjektkonstitution bei medienkonvergenter Interaktion¹

1 Medienkonvergenz

Medienkonvergente Phänomene werden auf verschiedenen Ebenen diskutiert: a) es wird von technischer Medienkonvergenz in Bezug auf die Datenübertragung und Digitalisierung gesprochen, b) es gibt eine Konvergenz auf Unternehmensebene, wenn beispielsweise Branchen oder Firmen fusionieren, c) als medienkonvergent werden auch Medieninhalte und -angebote bezeichnet, die sich aufeinander beziehen und d) ist von Medienkonvergenz bzgl. der Nutzung dieser Inhalte und Angebote die Rede.

Auch in Bezug auf die Nutzung werden verschiedene Umgangsweisen mit Medien als konvergent charakterisiert. Hasebrink (2002, S. 97f.) unterscheidet hier fünf unterschiedliche Formen: Erstens stellen MediennutzerInnen im Alltag verschiedene Medien zusammen, die er als individuelle Medienmenüs bezeichnet; zweitens lässt sich als medienübergreifende Nutzung der Gebrauch verschiedener Medien nach handlungsleitenden Themen beschreiben; drittens regt das entsprechende Internetangebot zum Fernsehen zu komplementärer Nutzung an; viertens lassen sich intertextuelle Bezüge über das mediale Angebot erkennen, die aufeinander verweisen, zitieren, kritisieren, imitieren usw., und fünftens gilt die Parallelnutzung verschiedener Medien als konvergent. Die Debatte um Medienkonvergenz führt dabei insbesondere in zwei Richtungen: Zum einen bestehen Befürchtungen, dass die so genannten Neuen Medien die alten, klassischen (Massen-)Medien wie z.B. das Fernsehen substituieren. Die andere Position geht eher von einer Ergänzungspraxis aus und weist auf

¹ Bei der hier vorgestellten Studie handelt es sich um zusammenfassende Auszüge aus: Schuegraf, M. (2008). *Medienkonvergenz und Subjektbildung. Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet*. Wiesbaden: VS.

komplementäre Entwicklungen hin. In meinem Beitrag soll eine dritte Sichtweise eröffnet werden, die medienkonvergente Interaktionen als Erweiterung begreift und auf diese Weise Verschiebungs- und Umdeutungsmöglichkeiten aufzuzeigen sucht.

Durch Individualisierung, Kommerzialisierung und Globalisierung der Medienkommunikation lässt sich auf verschiedenen Ebenen ein Zusammenrücken unterschiedlicher Medienplattformen konstatieren. Auf technischer Seite sind es die Kabelbetreiber, die mit der Entwicklung der Breitbandtechnik eine Verschmelzung der verschiedenen Übertragungswege speziell in den Bereichen Fernsehen und Telekommunikation vorantreiben. Auf der Produktionsseite streben die großen Medienhäuser aus Fernsehen, Funk und Print eine enge Verbindung mit den so genannten Neuen Medien an. Insbesondere die „Hochzeit“ von Fernsehen und Internet wurde seit den 1990er Jahren breit diskutiert und in den großen Medienhäusern forciert.

Fernsehen und Internet – Experten prophezeien in dieser Beziehung eine regelrechte Medienhochzeit [...] In den Fokus der Aufmerksamkeit treten jetzt die Web-Angebote der Rundfunkanstalten, ob öffentlich-rechtlich oder privat. Die Sender verfügen über die besten Voraussetzungen, auch als Online-Anbieter aufzutrumpfen zu können: Sie produzieren bereits Nachrichten, Filme und Entertainment. Fraglich ist, mit welchen Wirtschaftsmodellen und Inhalte-Konzepten sie ins multimediale Rennen gehen wollen. Mit welchen rechtlichen Hürden und Zuschauerwünschen sind sie konfrontiert? (Braunschweiger Zeitung, 2002, S. 12)

Diesem Thema der „Medienhochzeit“ von Fernsehen und Internet widmete sich 2002 ein Workshop der Technischen Universität Braunschweig. Dort diskutierten verschiedene ExpertInnen aus Wissenschaft und Wirtschaft über zukünftige Entwicklungen und Möglichkeiten. Die Anliegen der Fernsehverantwortlichen waren dabei recht deutlich; ihnen geht es um die Publikumsbindung und den Aufbau von vermarkt- und distribuierbaren (Sendungs-)Marken. Debattiert wurde auch über interaktives Fernsehen und damit zusammenhängende interaktive kostenpflichtige Dienste sowie Pay-TV.

Zu Beginn der Diskussionen um Medienkonvergenz in den 1990er Jahren knüpften die Senderchefs ihre Visionen an diese neue Verbindung von Fernsehen und Internet und verteilten bereits die finanziellen und personellen Ressourcen neu. Beim Westdeutschen Rundfunk sollte beispielsweise neben einer

eigenständigen Fernsehsäule und einer eigenständigen Hörfunksäule auch eine eigens eingerichtete Onlinesäule aufgebaut werden. Bei diesen angestrebten Initiativen wurden zumeist die im obigen Zitat angesprochenen „Zuschauerwünsche“ vernachlässigt. Allerdings wurden die Bedürfnisse und konkreten Umgangsweisen der Mediennutzenden nur rudimentär untersucht. Zuschauerquoten und Marktanteile von Sendungen und Zugriffszahlen auf Internetseiten waren oft die einzigen Daten, auf die sich die Anbieter verließen. Deshalb soll in der hier vorzustellenden Untersuchung die Perspektive auf die Nutzung gerichtet werden, um hieraus Schlüsse über die Handlungsfähigkeit und Subjektkonstitution der Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Musikmedienkontext ziehen zu können.

2 Jugendliche und Musikfernsehen

Die Prämisse, die Umgangsformen medienaffiner und -vertrauter NutzerInnen mit einem konvergenten Angebot zu untersuchen und diese nach den Potenzialen dieser Angebote zu befragen, führte mich zu der Entscheidung, Jugendliche und junge Erwachsene zu ihren Verwendungsweisen zu interviewen. Denn die jüngeren MediennutzerInnen sind mit den Neuen Medien aufgewachsen. Ebenso sind Jugendkulturen zunehmend durch Medien geprägt. Die zweite Überlegung war, dass auch die Einflussmöglichkeiten der Zuschauenden auf die Sender eine Rolle spielen sollten. Aufgrund dieser beiden Vorüberlegungen lag es nahe, als Untersuchungsgegenstand die in der Bundesrepublik Deutschland empfangbaren Musiksender mit ihren Websiteangeboten auszuwählen, da diese ihre Nutzerschaft geradezu auffordern mitzumachen, abzustimmen und an Events teilzunehmen.

Dass Musik und Bands eine wesentliche Bedeutung für Jugendliche und junge Erwachsene in ihrem Leben einnehmen, ist schon durch zahlreiche Studien belegt worden (u. a. Frith, 1988, Holert & Terkessidis, 1997, Fritzsche, 2003, Schäffer, 1999, Dietrich & Schubert, 2002). Im Verbund mit Musik spielen ebenso Medien eine herausragende Rolle, die verschiedene Funktionen der Nutzung bereitstellen. Auch dies ist bereits in vielfältiger Weise untersucht worden (u. a. Vogelgesang, 1994, Bechdorf, 1999, Münch, 2002, Müller, Glogner & Rhein, 2002). Musikfernsehen kann somit als bedeutender Bestandteil einer Jugend- und Medienkultur begriffen werden. Außerdem ist das Internet ein Medium, das für Jugendliche und junge Erwachsene von besonderem Interesse ist. Mittels seiner vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten wie E-Mail, Chat, Foren etc. stellt es verschiedene Dimensionen der Partizipa-

tion und Einflussnahme zur Verfügung (siehe auch Marotzki 2000, Marotzki & Nohl 2004), über die auch Jugendkulturen ihren Ausdruck finden können (u. a. Richard, 2000, Tully, 2000, Vogelgesang, 2000).

Um die Praktiken der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in ihrem Lebenszusammenhang zu verstehen, ist in diesem Kontext der Alltagsbezug besonders wichtig. Hierzu lasen sich folgende Fragen entwickeln: Welche Potenziale eröffnen konvergente Medienangebote neben der Bindung des Publikums an den Sender bzw. die „Sendermarke“? Wie interagieren die Mediennutzenden konkret mit den ihnen bereitgestellten Angeboten und Inhalten? Wie integrieren sie die Medien und ihre Inhalte in ihren Alltag? Und letztlich: Welche Auswirkungen hat dies auf die Subjektkonstitution?

Der Forschungsgegenstand Musiksender wurde insbesondere aus drei Gründen gewählt: *Zum Ersten* steht hier der gesamte Sender als Marke mit seinen Shows, Musik- und Videoclippräsentationen im Mittelpunkt, *zum Zweiten* ist davon auszugehen, dass ein jüngeres Publikum auch medienaffiner ist und *zum Dritten* stellen die Musiksender mit ihren Internetauftritten ein hohes identitätsstiftendes Potenzial bereit. Denn über das Internet wird die Interaktivität und damit die Aktivität der UserInnen erhöht. Die Musiksender nehmen Anregungen von ihrer Userschaft an, die sich online in Chats und Foren oder per E-Mail zum Programm äußert und beispielsweise durch Musiktitelwünsche (Votings) Einfluss nimmt. Daran knüpft wiederum ein Community-Gedanke der Sender an, der darauf abzielt, die NutzerInnen als MTV- oder VIVA-„Gemeinde“ zu binden. Denn insbesondere über die interaktiven und reziproken² Medien können sich die UserInnen austauschen und ihre Anregungen und Kritiken zum Sender und seinen Programminhalten äußern.

3 Forschungsdesign

Für die qualitative Untersuchung habe ich 12 paritätisch verteilte Interviews mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 16 bis 24 Jahren durchgeführt. Screeningkriterium war dabei, dass sie, unabhängig von der Senderpräferenz, Musikfernsehen schauen und die entsprechenden Webpräsenzen nutzen. Die Interviews fanden bei den Jugendlichen und jungen Er-

² *Interaktivität* meint hier die Möglichkeit, dass die UserInnen untereinander kommunizieren können. *Reziprozität* betont dagegen die Möglichkeit zur Rückmeldung via Internet an die AnbieterInnen (und umgekehrt).

wachsenen zu Hause statt und waren leitfadengestützt angelegt, aber insgesamt offen gehalten. Durch das Einhalten eines offenen Interviewverfahrens und einer größtmöglichen Zurückhaltung der Forscherin im Interview wurde den InterviewpartnerInnen die Möglichkeit gegeben, ihre eigenen Relevanzsetzungen vorzunehmen, in ihrer „Sprache zu sprechen“ und solche Themen zu exponieren, die ggf. über die von mir antizipierten Themenbereiche hinausreichten. Insgesamt war die Interviewdurchführung dreigeteilt: Der Einstieg erfolgte über das Musikfernsehen. Als erstes wurden die InterviewpartnerInnen zu ihren Musikfernsehgewohnheiten und Musikvorlieben befragt. Im zweiten Schritt ging es um die allgemeine Mediennutzung, wobei weitere Medien, die im Tagesverlauf verwendet werden und in der biographischen Entwicklung wichtig waren, zur Sprache kamen. In einem dritten Teil wurden die Bedeutung und die konkrete Nutzung des Internets exploriert. Um einen Eindruck vom Surfverhalten der Befragten zu erhalten, sollten die InterviewpartnerInnen zudem Webauftritte am heimischen Computer aufrufen, die außerdem zu ihrem „Relevantset“ gehören. Darüber habe ich ihren gewöhnlichen Surfweg rekonstruieren können.

Um meine Forschungsfragen angemessen beantworten zu können, zeigte sich nach den ersten Interviews und Auswertungen, dass sich insbesondere der Prozess der Subjektkonstitution mittels Performativitätstheorien begreifen lässt. Wie dieser Prozess vonstatten geht und welche Bedeutung dabei medienkonvergente Interaktionen der Nutzenden einnehmen, wird unter Berücksichtigung performativitätstheoretischer Konzepte, auf Grundlage Judith Butlers Ansatzes der performativen Subjektkonstitution, evolviert und expliziert.

Da es sich hier um eine gegenstandsbezogene, theoriebildende Untersuchung handelt, bei der die Rekonstruktion des Interviewdatenmaterials und die am Gegenstand orientierte Theoriebildung im Mittelpunkt steht, werden theoretische Ansätze als sensibilisierende Konzepte (Sensitizing concepts) für die Datenauswertung behandelt, um letztlich das Interviewmaterial zu verdichten. Die Auswertung der durchgeführten Interviews orientiert sich somit an der Grounded Theory und dem von Glaser und Strauss bzw. Strauss und Corbin vorgeschlagenen Kodierverfahren. Zusammenfassend lässt sich zu dem Forschungsprozess der Grounded Theory sagen, dass er als ein Prozess der spiralförmigen Erkenntnisgewinnung betrachtet werden kann, mit dem Ziel die empirischen Erkenntnisse in ein theoretisches Konzept zu überführen.

Folgend werde ich zuerst Butlers performativitätstheoretisches Konzept vorstellen, um es anschließend auf empirische Beispiele beziehen zu können.

Dabei soll eine Lesart entwickelt werden, Möglichkeiten der Verschiebung und Umdeutung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Umgang mit den Medien – und hier insbesondere mittels des Internets und seiner Kommunikationsplattformen – aufzudecken.

4 Judith Butlers Konzept der Performativität

Butler entwickelte ihren Performativitätsbegriff in Bezug auf den Konstituierungsgedanken geschlechtlicher Identität(en). Sie geht dabei der Frage nach, wie Subjekte ihre geschlechtliche Identität erhalten und diese – in der Regel – auch ihr ganzes Leben beibehalten. Hier soll der Performativitätsbegriff allerdings nicht auf die Frage nach der Herstellung von Geschlecht sondern auf mediale Ereignisse angewendet werden.

Butler sieht das Subjekt nicht als Ursache oder Ursprung seiner Handlungen, sondern als deren Effekt. Zugleich betont die Autorin, dass Konstruktion als Performativität nicht als ein einzelner Akt verstanden werden darf, „denn sie [die Performativität, M.S.] ist immer die Wiederholung einer oder mehrerer Normen; und in dem Ausmaß, in dem sie in der Gegenwart einen handlungsähnlichen Status erlangt, verschleiert oder verbirgt sie die Konventionen, deren Wiederholung sie ist“ (Butler, 1997, S. 36). Mit dieser Betonung der Wiederholung des performativen Aktes greift Butler Derridas Postulat der Iterabilität sprachlicher Zeichen auf. Iterabilität impliziert im Sinne Derridas immer auch ein Anderswerden (vgl. Derrida, 1999, S. 336). Hierin sieht Butler die Möglichkeit der Verschiebung bzw. der Veränderung der Norm, was sich an ihren Ausführungen zur Materialität des Körpers explizieren lässt. Butler begreift auch den Körper nicht als Mittel des Ausdrucks, das einem inneren Kern folgend das Innere nach außen wendet, sondern umgekehrt, was äußerlich ist, wird zum Inneren des Körpers, was für Butler der „Effekt einer leiblichen Bezeichnung“ ist:

Anders formuliert: die Akte, Gesten und Begehren erzeugen den Effekt eines inneren Kerns oder einer inneren Substanz; doch erzeugen sie ihn auf der Oberfläche des Körpers, und zwar durch das Spiel der bezeichnenden Abwesenheiten, die zwar auf das organisierende Identitätsprinzip hinweisen, aber es niemals enthüllen. Diese im allgemeinen konstruierten Akte, Gesten und Inszenierungen erweisen sich insofern als performativ, als das Wesen oder die Identität, die sie angeblich zum Ausdruck bringen, viel-

mehr durch leibliche Zeichen und andere diskursive Mittel hergestellte und aufrechterhaltende Fabrikationen/ Erfindungen sind. Daß der geschlechtlich bestimmte Körper performativ ist, weist darauf hin, dass er keinen ontologischen Status über die verschiedenen Akte, die seine Realität bilden, hinaus besitzt. (Butler, 1991, S. 200, Hervorh. im Original).

Mit Verweis auf Althussers Anrufungsmodell ist festzuhalten, dass ein Subjekt erst dann seinen Subjektstatus erhält, wenn es von einer anrufenden Person legitimiert wird. Butler betont jedoch und modifiziert hier Althussers Theorie, dass (erst) mit dem „Akt der Anerkennung“ die Interpellation zu einem „Akt der Konstitution wird“ (vgl. Butler, 1998, S. 43). Zwar wird das angerufene Subjekt mit der Anrufung konstituiert, doch kann es sich von der Anrufung distanzieren. Zudem erlangt die Anrufung nur dann ihre Wirksamkeit, wenn sie über die Zeit hinweg anerkannt und iteriert wird. Das Moment der Wiederholung ist für Butler somit die Kraft des performativen Aktes.

Somit heißt dies beispielsweise für das Fernsehen: Nur wenn die „Bilder im Fernsehen“ stetig wiederholt und damit zur Aufführung gebracht werden sowie von einer Rezipientenschaft Anerkennung erfahren, können sie nach Butler wirklichkeitskonstituierend wirksam werden. Ebenso bedeutet dies, dass auch Glaubwürdigkeit erst durch die fortwährende performative Aufführung hergestellt werden kann. Denn wenn Bilder Wirklichkeit herstellen und performativ sind, müssen auch sie iteriert werden, um Authentizität zu erzeugen. Doch verbleibt diese Wirkung vom Authentischsein nicht in einer von Bildern gemachten Wirklichkeit, sondern wird durch Nachahmung und Imitation immer wieder neu erzeugt und auf diese Weise rekontextualisiert. Als ein solcher Prozess kann das Nachahmen von Bewegungen oder auch das Mitsingen von Texten einer Künstlerin durch Zuschauende interpretiert werden. Hierbei ist das Wechselverhältnis zwischen AkteurInnen *und* ZuschauerInnen von zentraler Bedeutung. Bei einem Liveauftritt ist diese wechselseitige Bezugnahme von Zuschauenden auf Performende und auch umgekehrt zentral für den Akt der performativen Aufführung.

Dies schließt wiederum an Butlers Überlegungen zu Derrida an. Mit Rekurs auf Derridas Reinterpretation der Sprechakttheorie von Austin impliziert die Iteration für Butler immer auch die Möglichkeit zur Veränderung. Ihr geht es dabei nicht um die Wiederholung des Gleichen, sondern auch um das Anderswerden in der Wiederholung. Aus dieser Iterierbarkeit entsteht die Möglichkeit zu Kontextwechseln und infolge dessen zu Veränderung und Ver-

schiebung von Bedeutungen. Diese Rekontextualisierung lässt sich auch in Bezug auf die Medien feststellen. Zum einen können Angebote durch Medienwechsel rekontextualisiert werden. Ebenso sind Rekontextualisierungen in der Aufführung und somit Präsentation der Medieninhalte festzustellen, wenn in Bezug auf andere Medieninhalte zitiert und imitiert wird.

Stellt man diese Überlegungen in Beziehung zu Butlers performativitätstheoretisches Modell lässt sich nun fragen, wie Subjektivation und Handlungsfähigkeit der Mediennutzenden *als* Mediennutzende erzeugt werden kann. Butlers Subjekt ist der Macht und der sozialen Ordnung unterworfen. Gleichzeitig wird es durch die Unterwerfung überhaupt erst existent. Insofern postuliert sie einen doppelten Aspekt der Subjektivation. Hiermit schließt sie an Foucault an, indem sie davon ausgeht, dass auf das Subjekt Macht ausgeübt und gleichzeitig vom Subjekt Macht angenommen wird. Für Foucault wiederholt das Subjekt in der Opposition gegen die Unterordnung seine Unterwerfung (Foucault, 1994). Für Butler ist diese Macht zum einen Voraussetzung und somit Bedingung der Subjektwerdung und zum anderen wird diese Macht vom Subjekt wieder eingesetzt. Dennoch besitzt das Subjekt keine Macht, doch ist es von Macht durchdrungen und bringt diese auch hervor. D. h. die Macht, durch welche das Subjekt gebildet wird, ist eine andere als die Macht, welche das Subjekt ausübt. Doch in dieser doppelten Machtkonstellation sieht Butler die Bedingung für die Handlungsfähigkeit des Subjekts. Für die Mediennutzenden bedeutet das, dass auch sie der Macht, und zwar z. B. der Fernsehsender, unterworfen sind. Durch die Macht der Sender in Form von Angeboten und Inhalten werden sie überhaupt erst als Mediennutzende oder Interessenten an medialen Angeboten hervorgerufen. Im Akt der Annahme dieser Angebote bzw. Inhalte oder, um mit Butler zu sprechen, im Akt der Anerkennung, konstituieren sie sich als Mediennutzende in der Unterordnung unter die Macht der Sender. Diese Annahme des Senderangebots ist jedoch kein einmaliger Akt, sondern beruht auf beständiger Wiederholung. In der Wiederholung besteht für Butler die Möglichkeit der ermächtigenden Umkehrung mit der Folge einer Verschiebung der Macht. Hier zeigt sich ihre Präferenzverschiebung vom illokutionären zum perlokutionären Akt in der austinschen Sprechakttheorie. Illokution bedeutet nach Austin, dass Äußerung und Wirkung in eins fallen. Bezogen auf die Mediennutzenden heißt dies, dass sie durch die Annahme der Senderangebote als den Sendern Unterworfenen hervorgerufen werden. Mit Butlers Rekurs auf die Perlokution, bei der Austin eine räumliche, zeitliche und situative Lücke zwischen Sprechen und Handlung verortet, sieht

sie in Verbindung mit der Iterabilität die Möglichkeit zur Veränderung und damit Handlungsfähigkeit der Subjekte.

Im Hinblick auf die Mediennutzenden bewirkt dies, dass sie durch die wiederholte Annahme der medialen Angebote Handlungsmacht erlangen können, die sie ermächtigt, handlungsfähig zu werden und die erlangte Macht einzusetzen. Das bedeutet gleichzeitig, dass sie nicht Ausdruck ihrer Selbst sind und ihre Handlungsfähigkeit damit einem inneren Kern entspringt, vielmehr sind sie zugleich Bedingung und Voraussetzung, um überhaupt handlungsfähig agieren zu können. Was bedeutet dies nun für das hier vorgestellte Untersuchungsfeld und den konkreten Umgang mit Musiksendern?

5 Empirische Beispiele

Tamara, eine Interviewpartnerin, ist 16 Jahre alt und nutzt – wie auch andere ihrer Altersgenossinnen – die Möglichkeit, mit Hilfe des Internets über Musiktitel abzustimmen. Der Internetauftritt von MTV ist hierzu in doppelter Hinsicht ihre *Wunsch*website. Zum einen ist es die einzige Präsenz im WWW der vier Musiksender, die sie nutzt, zum Zweiten wünscht sie sich hier Musik für die Sendung *MTVselect* oder für die Webcharts. Bemerkenswerterweise spricht sie davon, sich *Musik zu wünschen* bzw. von *Musikwünschen*. Streng genommen bedeutet *voten*, wenn man es aus dem Englischen übersetzt, *wählen*, d. h. eine Auswahl aus einer vorgegebenen Liste treffen. Aus dieser Wahlmöglichkeit macht Tamara jedoch den Musiktitel-Wunsch und nicht die Musiktitel-Wahl. Wenn man sich etwas wünscht, hofft man auf die Erfüllung des Wunsches. Hierdurch wird der Wunsch zu einem Selbstzweck und der Musiktitelwunsch bei einem Sender zum Partizipationsbegehren. Der Wunsch drückt ein stärkeres Begehren aus als die Wahl: denn „einen Wunsch frei haben“ wie im Märchen deutet darauf hin, dass ich mir etwas nach meinem Begehren wünschen bzw. bestimmen kann; die Wahl impliziert dagegen eine Vorgabe von verschiedenen Möglichkeiten, zwischen denen ich mich entscheiden muss.

Tamara geht es hier um die *Möglichkeit der Einflussnahme* durch Partizipation, um die *Möglichkeit der Mitbestimmung* durch das Äußern eines Wunsches. Dies zeigt zugleich, dass sich Tamara der Macht des Senders unterwirft, indem sie die Möglichkeit des Musiktitelvotings annimmt. Doch verschiebt sie in der Iteration der performativen Aufführung dieser Abstimmung das *Wählen* von Musiktiteln zum *Wünschen* von Musiktiteln. Das bedeutet in butlerscher

Lesart, dass sie die Anrufung in Form des Mitmachangebots des Senders annimmt, diese aber in der wiederholten Annahme verändert und rekontextualisiert, indem sie nach *ihrem* Selbstverständnis nicht nur wählt, sondern sich etwas wünscht. Auf meine Frage nach ihrer Motivation für ihr Voten erklärt sie:

Vielleicht das ja vielleicht das schon, dass ich mich so ins Fernsehen so mit einbringen dass meine Meinung so repräsentiert wird vielleicht so ein bisschen. (Tamara)

Durch die Erfüllung des Votingwunsches sieht sie sich und ihre Meinung über die Partizipation mittels der kommunikativen, interaktiven Medien in Form des Musikclips und damit des Musikgeschmacks im Fernsehen präsentiert. Es ist zwar eine schwache Form der Partizipation („vielleicht so ein bisschen“), dennoch ist es eine Möglichkeit zur Einflussnahme, die sie bezogen auf Meinungsäußerungen zu Themen des Tages der Sendung noch stärker postuliert.

Wenn man halt so die Möglichkeit hat wirklich dann auch noch zu schreiben oder so wenn die wirklich so ein Tagesthema haben was mich auch interessiert oder so [...] dass ich dann wirklich meine Meinung dazu sagen kann und dass das auch jemand interessiert so ungefähr dass mir jemand zuhört weil o.k. in der Schule sag ich es hören mir 30 Leute zu [...] wenn sie mir überhaupt alle zuhören so ungefähr [...] und so ist es halt eine viel größere Fläche [...] (Tamara)

In diesem Zitat spricht sie die massenmediale Funktion des Fernsehens mit seiner hohen Reichweite an. Über das Fernsehen kann sie sich potentiell eine viel größere *Zuhörerschaft* erobern als im Vergleich zur Schule. Ihre Reichweite beispielsweise in der Klasse ist viel geringer. Doch geht es ihr nicht in erster Linie um die Erfüllung des Begehrens, sondern um die *Möglichkeit der Verbreitung*. Tamara sieht die Möglichkeiten der Verknüpfung interaktiver Medien mit dem Massenmedium Fernsehen, auch wenn sie diese Chance nicht zwangsläufig nutzt. Das Voten von Musiktiteln und die Erwartung, dass diese gespielt werden, auch wenn der Wunsch nicht in Erfüllung geht, liegen ihr mehr am Herzen als das Verbreiten der eigenen Meinung oder Kritik. Damit nimmt sie eine andere Position ein als Mirko.

Mirko ist 23 Jahre alt und will beim Sender Maßnahmen erreichen, die von diesem nicht intendiert sind und somit eine stärkere Widerständigkeit offenbaren. Als es noch den Musikkanal VIVA Zwei gab, lag Mirkos Präferenz ein-

deutig auf diesem Sender. Seiner Ansicht nach gab es auf VIVA Zwei noch Sendungen, die eher speziell und nicht auf ein massenkompatibles Publikum ausgerichtet waren. Dann wurde VIVA Zwei zu einem mehr am Mainstream orientierten und kommerzielleren Musiksender umstrukturiert und ging im Januar 2002 mit dem neuen Namen VIVApplus erneut auf Sendung. Dies rief Mirkos Empörung und Enttäuschung hervor. Seine Forennutzung im Internet steht im Zusammenhang mit der Umstrukturierung von VIVA Zwei zu VIVApplus. Er beschreibt die Reaktionen, die anfangs in den Foren der Senderseite gesetzt wurden, als regelrechte Proteste.

Am Anfang war da halt so für also da war dann halt schon da war dann eben noch so viel Protest und so [...] was jetzt immer mal wieder kommt, also ich guck' da so, ich guck' da aus Neugier jeden Tag mal rein, um zu gucken, was die Leute so schreiben (..) weil irgendwie also da kriegen die bei VIVApplus irgendwie nicht so richtig gebacken da [...] ein vernünftiges Programm zu basteln.“ (Mirko)

Dies zeigt, dass die Foren auch durch andere Userinnen und User eine Umdeutung erfahren haben. Die Foren sind zum größten Teil vor allem dafür da, sich zu Themen und Sendungen, die von dem Sender angeboten werden, zu äußern. Zudem kann über Titel abgestimmt oder es können Aufnahmewünsche für die Titelliste geäußert werden. Sie sind jedoch nicht dafür gedacht, dass sich hierüber Proteste zu Programmveränderungen oder gar Modifikationen der Senderstruktur formieren. Doch bleibt es für Mirko nicht bei der Nutzung des Forums von VIVApplus. Seine Recherchen und sein Informations- bzw. Kommunikationsbedürfnis im Zusammenhang mit der Programmeinstellung von VIVA Zwei lenken seinen Weg auf Seiten, die ihn in eine Gemeinschaft von Gleichgesinnten führt. Diese Seiten werden von „Widerständlern“ betrieben, die sich nicht ohne weiteres mit der Einstellung des Senders abfinden wollen.

Und dann finde ich auch ganz cool [...] gibt's hier z.B. ne VIVA Zwei resistance [...] die heißt die älteste Widerstandsseite rund um VIVA Zwei und so [...] die ist zwar jetzt nicht mehr aktualisiert also das war hier das letzte Mal [...] also die ist jetzt unser Konzept hier, erreichte Ziele und so [...] äh genau die ist wie wie gesagt vivapplus.net [...] Da hast du halt auch wie gesagt da ist auch das Forum sehr interessant, da gehe ich halt auch jeden Tag rein. (Mirko)

Der Protest auf den offiziellen – umgedeuteten – VIVApplus Kommunikationsforen verlagert sich in Foren auf Internetseiten, die dem Sender VIVA Zwei nachempfunden sind. VIVA Zwei wird damit „am Leben erhalten“ und ist vom Fernsehen in ein anderes Medium (das Internet) verschoben und damit iterativ rekontextualisiert worden. Dies zeugt von einer Handlungsfähigkeit im Umgang mit den verschiedenen Medien, bei der die UserInnen bis zu einem gewissen Grad die Intentionen des Senders unterwandern, indem sie erst einmal unabhängig von der Wirksamkeit ihres Protestes sich das Medium ihren Belangen entsprechend zu nutze machen. Damit unterlaufen sie die Veränderung (bzw. Auslöschung) von VIVA Zwei zugunsten von VIVApplus, indem sie VIVA Zwei „nicht sterben lassen“. Gleichzeitig werden sie (und ihre Proteste) überhaupt erst durch die Macht des Unternehmens VIVA hervorgerufen – ohne VIVApplus gibt es keine Widerständler. Doch inszenieren sie ihren Protest nicht nur in vereinzelt verbalen Attacken auf der offiziellen Seite des neuen Senders, sondern sie versuchen mittels eigener Plattformen, Proteste zu bündeln und diese für ihre Zwecke (gegen den Sender) einzusetzen. Durch die Annahme des Angebots des Senders unterwerfen sie sich seiner Macht. In der Iteration und Alteration der Forennutzung von einer kommunikativen Plattform (nämlich die des Senders) zu einer anderen (nämlich der privaten in Anlehnung an den Sender) begehren sie gegen ihn auf. In diesen Foren findet Mirko den Austausch mit Zuschauerinnen und Zuschauern, die wie er die Senderumstellung zutiefst bedauern und sich davon übergangen und nicht berücksichtigt fühlen. Diese Art der kritischen, vom Sender nicht intendierten Einflussnahme ist das, was sich Mirko unter Partizipation vorstellt.

Betrachtet man diese Vorgehensweisen mit Butlers theoretischem Ansatz, zeigen beide Beispiele, dass die Mediennutzenden *trotz* der Machtstellung der Sender handlungsfähig sind und die Medien ihrem Begehren nach einsetzen. Zugleich sind sie jedoch der Macht der Sender Unterworfenen, indem sie die Angebote annehmen. Doch geht es hier nicht in erster Linie um die gegläuckte Umkehrung, als vielmehr um die Option, Einfluss zu nehmen. Es werden Umdeutungsversuche artikuliert, auch wenn sie im eigenen Selbstverständnis (wie bei Tamara) oder im Versuch (wie bei Mirko) verbleiben.

Diese Gleichzeitigkeit, Unterworfenen *und* Handlungsfähigen zu sein, zeigt sich auch auf einer anderen Ebene, wenn mittels der Forennutzung des Senders MTV über die Zuschauerschaft auf den Sender Einfluss ausgeübt werden soll. Der 24-jährige Clemens war ehrenamtlicher Forenmoderator mehrerer Foren auf der MTV Kommunikationsplattform zur Zeit ihres Bestehens. Gerade Clemens formuliert ganz konkret die Möglichkeit, durch seine Funktion als

Forenmoderator auf andere UserInnen der Foren mit seinem Wissen über Musik – in seinem Fall ist es Techno und elektronische Musik – Einfluss nehmen zu können, um diese auch an andere KünstlerInnen aus der Technoszene heranzuführen.

Postings, also also Beiträge zu setzen [...] in denen das halt drin stand und mich gegen den Widerstand oder den Unglauben halt durchzusetzen, halt dann Links posten, wo dann halt dieses halt schwarz auf weiß drin steht [...] also z.B. ähm [...] die Homepage von einem Juan Atkins, der eigentlich der Vorreiter der ganzen Geschichte ist [...] oder von einem Derrick May [...] alles ähm ziemliche, bekannte Leute halt im im Techno und ja überhaupt im Bereich elektronische Musik also wer sich damit näher beschäftigt, der kennt die Leute auch sofort [...] ja [...] das ist dann wohl so mehr oder weniger der Weg gewesen also [...] ich bin deshalb halt ähm [...] Moderator, um dann halt ein bisschen Einfluss zu nehmen und [...] ich sag' mal ein bisschen [...] Leute aus aus diesem äh Mainstreambereich rauszunehmen, die sagen [hebt die Stimme] ‚ja ich steh' auf Techno, ich hör' mir gerne Technomusik an' [senkt sie wieder] und ihnen dann noch ein paar Möglichkeiten zu geben, sich da ein bisschen tiefer reinzuarbeiten und zu sagen [hebt wieder die Stimme] ‚ja guck' mal, aber was im Fernsehen läuft, das ist nicht alles, es gibt nämlich noch dieses und jenes'. (Clemens)

Clemens nimmt die Möglichkeiten wahr, als Forenmoderator auf UserInnen der MTV Foren Einfluss zu nehmen, indem er sie über KünstlerInnen informiert, die im Musikangebot des Senders nicht vorkommen oder marginalisiert werden. Einerseits zeigt das seinen aufklärerischen und missionarischen Anspruch, die „Leute vom Pfad des Mainstreambereichs wegzubringen und in die tieferen Weihen der Technomusik einzuführen“. Andererseits nutzt er die Chance, wenn er nicht auf den Sender *direkt* Einwirkungsmöglichkeiten („Macht“) hinsichtlich zu spielender InterpretInnen besitzt, seinen Einfluss auf dessen „Klientel“, das Publikum, geltend zu machen. Die Annahme der Funktion als Forenbetreuer verleiht ihm Macht, diese in Form von Einflussnahme auf den Musikgeschmack anderer auszuüben. Dies wiederum kann auf den Sender zurückwirken, wenn der Druck der Zuschauerschaft so groß wird, auch marginalisierte MusikerInnen aus dem Technobereich in die Playlisten aufzunehmen.

6 Medienkonvergente Interaktionen und Subjektkonstitution

Die genannten Beispiele zeigen noch einmal recht deutlich: Medien sind für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen fester Bestandteil ihres Alltagslebens. Sie sind selbstverständlich in ihrem Lebensalltag integriert und werden häufig in Anspruch genommen. Interesse und Angebot sollen hierbei in Einklang gebracht werden. Dies weist auf konvergente Nutzungsformen bzgl. unterschiedlicher Medien hin. Die Mediennutzung ist zugleich von einem Unterworfensein durch Zwänge bzw. die Macht der Medienunternehmen und einem Entwickeln von eigenen Interessen, was zu Handlungsfähigkeit führt, gekennzeichnet. Diese *Gleichzeitigkeit* ermöglicht Umdeutungen und Verschiebungen und eröffnet somit Optionen, die medialen Angebote dem Begehren entsprechend einzusetzen und ggf. Einfluss auszuüben.

Durch diesen Mediengebrauch wird deutlich, dass die Nutzenden mit dem Umstand umgehen, den Medien, ihren Inhalten und Inszenierungspraktiken Unterworfene zu sein, indem sie diese annehmen. Mit der Annahme der angebotenen Inhalte kommt eher eine Konsumhaltung zum Ausdruck. Das kommerzielle Angebot der Medien konstituiert somit Konsumenten, Rezipientinnen, User etc., die sich durch ihre Annahme als solche hervorbringen lassen. Gleichzeitig werden sie dadurch handlungsfähig und können zu Produzentinnen, Missionaren, Beurteilende, Protestlern werden und auf diese Weise versuchen, ihre durch die Hervorbringung von Subjektivität erlangte Macht einzusetzen. Statt gegen solche Verhältnisse zu opponieren, gehen sie mit dem Umstand um, Unterworfene zu sein und damit als Mediennutzende hervorgehoben zu werden, wodurch ihnen jedoch gleichzeitig Handlungsmacht zukommt. Das äußert sich in einem Medienwissen, das sie in der iterativen Nutzung der Medien handlungsfähig werden lässt.

Medien gehören somit ganz selbstverständlich – wie oben angedeutet – zum Leben der Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Sie üben Einfluss auf die Mediensozialisation der Nutzenden aus und die Medien werden wiederum beeinflusst durch den Gebrauch ihrer Nutzerschaft. Denn auch die Medienunternehmen und -repräsentantInnen sind von der Annahme ihrer Angebote durch die Mediennutzenden abhängig und bedürfen ihrer Anerkennung. Dies offenbart eine Oszillation im Machtverhältnis zwischen – im klassischen Sinne – ProduzentInnen und KonsumentInnen. In diesem Prozess des Zusammenwirkens nehmen die Nutzenden unterschiedliche Subjektpositionen ein, die situations-, kontext- und gruppenzugehörigkeitsabhängig sind. Dabei werden sie durch den Medienkontext bestimmt und eröffnen sich gleichzeitig Möglichkei-

ten zur Einflussnahme auf die Medienunternehmen. Die empirischen Ergebnisse zeigen eine ganze Bandbreite an Variationen von einem aktiven Medienumgang bis zu einer Konsumhaltung, wobei hier die Pluralität von Nutzungsformen hervorgehoben werden muss. Das äußert sich beispielsweise in dem Paradox, einerseits das Musikfernsehen zu nutzen, um sich auf den aktuellen Stand zu bringen und mitreden zu können, es aber andererseits abzulehnen, da es als Vermarktungsmedium nicht den eigenen Interessen entspricht. Diese Möglichkeit der Gleichzeitigkeit liegt im Aufbegehren gegen und in dem gleichzeitigen Unterworfenheit unter die Macht der Medien, denn das Vorhandensein der Medien bringt die Jugendlichen und jungen Erwachsenen als Mediennutzende überhaupt erst hervor. Doch im steten performativen Gebrauch liegt die Möglichkeit, Inhalte und Angebote dem eigenen Begehren entsprechend zu nutzen und deren ursprüngliche Bedeutung zu verschieben. Dabei finden Umdeutungen und Verschiebungen im durch die Medienunternehmen vorgegebenen Rahmen statt, wobei die Mediennutzenden ihren Spielraum jedoch (aus-)nutzen und erweitern. Sie werden durch diese Gleichzeitigkeit von Aktivität und Konsumieren, Unterwerfen und Aufbegehren überhaupt erst in einer flexiblen und reflektierten Weise handlungsfähig.

Die jüngere Mediengeneration hadert nicht in erster Linie mit dem Nicht-Vorhandenen, Unwägbarkeiten oder einem sinnentleerten Medienangebot. Sie machen sich das vorhandene Medienangebot zu Nutze, indem sie es einsetzen und gebrauchen, sich ebenso davon leiten, berieseln oder beschallen lassen und außerdem umdeuten und verschieben. Das versetzt sie in die Lage, Positionen zu wechseln, wenn sich Kontexte oder Inhalte ändern, brüchig werden oder verschiedenartig darstellen. Als Beispiel lässt sich hier die Interviewpartnerin Rosa anführen, die gerne Pop hört, in diesem Bereich jedoch InterpretInnen- und Bandvorlieben hat. Rosa hasst Enrique Iglesias und lehnt seine Musik eigentlich ab. Doch durch die Handlung und Geschichte in der Videoclipinszenierung zu *Hero* gewinnt für sie der Song an Bedeutung, so dass sie ihn durch das Video letztlich anerkennt und er ihr gefällt.

Was sich an dieser Stelle konstatieren lässt, ist, dass die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in ihrem Umgang mit dem medialen Angebot nicht gänzlich festgelegt sind und sich auf einer Position festschreiben lassen wollen. Sie grenzen sich zwar von anderem ab, indem sie alternative Positionen verwenden, doch gleichzeitig lassen sie Faszinationen zu und variieren auf diese Weise ihren Umgang mit medialen Angeboten und rekontextualisieren ihn immer wieder neu. Sehr offensichtlich wird das auch am Beispiel von Mirko, wenn er sich auf keinen bestimmten Musikgeschmack festschreiben lassen will, ob-

wohl klare Präferenzen deutlich werden. Gerade der Musikgeschmack zeigt, dass zwar durchaus Bandvorlieben bestehen können, doch keiner meiner InterviewpartnerInnen zeigt sich nur als Fan einer einzelnen Gruppe. Mein Interviewpartner Jan präsentiert sich noch am auffälligsten als Iron Maiden Fan. Dennoch weisen weder sein Auftreten noch seine äußere Erscheinung auf ein auf diese Band festgeschriebenes Fandasein hin. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen bevorzugen zwar in der Regel bestimmte Musikstile, legen sich jedoch nicht auf eine bestimmte Band fest. Die Nutzung der Medien in der jüngeren Generation weist vielmehr darauf hin, dass ihr Handeln von einer Selbstverständlichkeit und Flexibilität getragen ist, die ihnen erlaubt, ihre Subjektivität immer wieder neu herzustellen. Zu diesem Prozess gehört ebenso ihr Wissen über Medien und deren Angebote, welches biografisch situiert und gleichzeitig kontextuell (weiter-)entwickelt, variiert und verworfen wird.

6.1 *Identifikation und Attraktion*

Nach Butler bedeutet das Annehmen von Subjektpositionen, sich mit ihnen zu identifizieren. Das impliziert jedoch gleichzeitig die wiederholte Verwerfung anderer Subjektpositionen. Durch diese Logik des Verwerfens wird Identität hergestellt. D. h., um mit Butler (vgl. 1997, S. 164) zu sprechen, bestimmte Aussagen, die Subjektpositionen demontieren, werden genau von diesen überhaupt erst ermöglicht. Erst durch eine „zwanghafte Verwerfung“ (ebd., S. 163), in Folge derer die Identifizierung immer wieder verleugnet, zerstört und ausgelöscht wird, kann das Subjekt seine Grenzen fortwährend aufrechterhalten. Deutlich wird dabei auch die Faszination am Verworfenen. Dieser Prozess deutet sich bei Tamara an, wird aber noch offensichtlicher in Jans Äußerungen zu Hip Hop und Rap. Jans bevorzugtes Musikgenre ist Heavy Metal, doch arbeitet er sich intensiv am Hip Hop und seinen Protagonisten ab. Er spricht von „Rapkrempele“ und davon, dass ihn die Präsentationen der Rapper aufregen. Seine Deskriptionen zu Hip Hop, zu den Musikvideos und den dort auftretenden KünstlerInnen sind in einer extrem abqualifizierenden Sprache formuliert. Er betont immer wieder deren „rumhampelnde“, „obercoole“, „grottenschlechte“ Darbietungen. Durch die starke Abgrenzung vom Hip Hop und den Rappern wird jedoch gleichzeitig seine Suche nach Identifikationsfiguren deutlich. Die Rekonstruktion des Interviews mit Jan zeigt, dass er das Coolsein, das er den Rappern zuschreibt und als überzogen darstellt, durchaus faszinierend findet. Den einzigen Künstler dieses Genres, den er dennoch akzeptiert, ist Eminem. An dessen Inszenierung würdigt er das Spiel mit Ironie, das er auch an Comedysendungen schätzt. Zudem setzt er sich immer wieder mit seinem bes-

ten Freund über Hip Hop auseinander, da jener diese Musikrichtung favorisiert. Heavy Metal bietet Jan jedoch die (in seinen Augen) musikalisch abwechslungsreichste und ausdruckstärkste Präsentation von Musik und Musikern. Durch die Verwerfung des Hip Hop und der Rapper lässt sich für ihn die Stärke des Heavy Metal und seiner Interpreten beständig reproduzieren. Auch dies gehört zu seiner Suche nach einem positiven Männerbild. Zudem gehört zum Mannsein – und das weist auf Attraktion hin – dass Mann Frauen attraktiv findet, was sich bei Jan in der Bevorzugung von Moderatorinnen zeigt. Diese verschiedenen medialen Entwürfe kombiniert und variiert Jan in seinem Umgang mit den Medien und in seiner Rezeption medialer Angebote. Dieses Destillat von Medieninhalten, an dem er sich abarbeitet und das er durcharbeitet, ist ein Bestandteil seines Subjektivationsprozesses. Hier zeigt sich eine Verknüpfung verschiedener Varianten von Identifikationsvorlagen, an denen sich Jan orientiert, von denen er sich abgrenzt, mit denen er sich auseinandersetzt und die er begehrt. In diesem Prozess ist Glaubwürdigkeit von großer Bedeutung, denn positiv authentifizierte, identitätsstiftende Elemente haben für die Konstitution von Subjektivität eine andere Bedeutung (Orientierung, Zugehörigkeit etc.) als „negativ authentifizierte“ (Abgrenzung, Distanzierung, Verwerfung etc.).

Betrachtet man die Identifikation Jugendlicher und junger Erwachsener in Bezug auf Musik(fernsehen), zeigt sich – wie bereits gesagt –, dass sie nicht fanatische Fans einer bestimmten Band oder einer/s bestimmten Künstlerin/s sind, sondern eher ein Musikgenre favorisieren, wodurch auch Abgrenzungen zu anderen Genres stattfinden. Bevorzugen sie allerdings ein Genre, haben sie auch Idole oder Bands, die sie besonders präferieren, was sich jedoch auf mehrere KünstlerInnen oder Bands verteilt. So nehmen sie beispielsweise Tanzbewegungen von bestimmten KünstlerInnen auf, imitieren und verknüpfen diese mit Verhaltensweisen, Stylingstilen und Textinterpretationen anderer KünstlerInnen. Sie begreifen das Angebot eher als eine Wahlmöglichkeit, aus der sie schöpfen können und die sie ihren Bevorzungen und Gruppen- bzw. Peerzugehörigkeiten entsprechend variieren. Der Kontext, in dem sie sich bewegen, spielt eine ausschlaggebende Rolle bzgl. der Präferenz bestimmter Musikgenres und Medieninhalte, wozu auch die Auseinandersetzung mit diesem Kontext zählt. Favorisiert der Freund, wie bei Jan, Hip Hop, er selbst jedoch Metal, ist die Freundschaft möglich, wobei es Bereiche der Annäherung (Eminem und das Moment der Ironie) geben kann, aber ebenso Bereiche der Abgrenzung und Auseinandersetzung. Dies weist darauf hin, dass die Wertmaßstäbe und Normkonzepte Jugendlicher und junger Erwachsener sich nicht

in erster Linie nach – im weitesten Sinne – politischen und/oder ideologischen Zielsetzungen richten, sondern nach individualisierten, aber kontextabhängigen, in kleineren Gemeinschaften auszuhandelnden Orientierungen.

An dieser Stelle lässt sich festhalten, dass Identifikation und Attraktion (Attraktivität) zusammengehören, denn das Begehren impliziert, sich mit einer Subjektposition identifizieren zu können. Doch soll hier noch einmal das Augenmerk auf die Attraktion gerichtet werden, um insbesondere die Attraktivität der in den Medien präsentierten Inhalte und Angebote zu beleuchten. So wie Jan gut aussehende, Moderatorinnen bevorzugt, sind für meine Interviewpartnerin Susa männliche Kandidaten in der Sendung *DisMissed* auf MTV³ von Interesse. Obwohl für Susa diese Sendung „unnatürlich“ erscheint, da sie es für unglaublich erachtet, dass die Entscheidenden innerhalb eines Tages in der Lage sind, sich für eine/n KandidatIn auszusprechen, interessiert sie sich dennoch für die präsentierten Mitspieler der Show. Aus derselben Motivation heraus sieht Tamara diese Sendung und erzählt, dass sie ihre Entscheidung zugunsten eines Kandidaten mit der Entscheidung der Protagonistin im Fernsehen vergleicht. Dabei übernimmt sie die Rolle der Person, die sich zwischen zwei Kandidaten entscheiden muss. Diese Beispiele zeigen, dass die Jugendlichen und jungen Erwachsenen ihre Attraktivitätsansprüche mit den in den Medien präsentierten Angeboten vergleichen und auf diese Weise ihre PartnerInnenpräferenzen testen. Jan, Tamara und Susa beziehen sich dabei auf eine heterosexuelle Matrix, denn sie identifizieren sich mit der gleichgeschlechtlichen Person im Fernsehen. Ihr Begehren und damit ihre Attraktivitätsansprüche richten sie auf das in einer bipolaren Geschlechterordnung zugewiesene andere Geschlecht. Besonders Jan betont seine Bevorzugung des weiblichen Geschlechts, indem er weibliche Moderatorinnen männlichen vorzieht, und verwirft damit offensichtlich die Möglichkeit eines homosexuellen Begehrens. Zugleich folgt er geschlechtsstereotypen Zuschreibungen, da es ihm bei den Moderatorinnen um das äußere Erscheinungsbild geht, bei den Moderatoren dagegen um Präsentationsstil und -fähigkeit. Doch lässt sich auch in Bezug auf die Attraktion festhalten, dass Glaubwürdigkeit bzw. Authentizität eine

³ In der Dating-Show *MTV DisMissed* müssen zwei Kandidatinnen um einen Kandidaten oder zwei Kandidaten um eine Kandidatin kämpfen. Diese Dreier-Teams verbringen einen Tag miteinander. Während dieser gemeinsam verbrachten Stunden muss das allein vertretene Geschlecht entscheiden, welche der beiden Männer bzw. der beiden Frauen der/die für sie/ihn attraktivere, interessantere und passendere ist.

wichtige Rolle spielt. Denn hinsichtlich ihres sexuellen Begehrens probieren sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus und vergleichen – wie Susa und Tamara – ihre Vorstellungen und Ansprüche an PartnerInnen mit den in den Medien präsentierten Personen, wobei sie Beurteilungskriterien entwickeln, die zur Authentifizierung nach Gefallen und Nicht-Gefallen eingesetzt werden. Das Oszillieren zwischen Identifikation und Attraktion gehört zum Prozess der Subjektkonstitution. Es zeigt ein Ab- und Durcharbeiten anhand des vorhandenen medialen Angebots, das den Ansprüchen, Vorlieben und Begehren entsprechend verknüpft, variiert und reflexiv authentifiziert wird.

Zusammenfassend lässt sich konstatieren: Subjektkonstitution wird in der medienkonvergenten Interaktion mit einem zur Verfügung stehenden medialen Angebot immer wieder neu hergestellt, wodurch medienkonvergierende AkteurInnen ins Leben gerufen werden.

6.2 *Medienkonvergenz und Subjektwerdung*

Ausgangspunkt der Überlegungen war es, die Konvergenz von Fernsehen und Internet in den Mittelpunkt zu rücken. Im Laufe der Untersuchung stellte sich jedoch heraus, dass bei einer solchen Fragestellung das gesamte Medienangebot, welches für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen relevant ist, berücksichtigt werden muss. Denn erst durch das Betrachten aller relevanten Medien lässt sich hinsichtlich konkreter Angebote, wie hier die der Musikfernseher, ein komplexes Bild der differentiellen und spezialisierten Vorgehensweisen der NutzerInnen zeichnen. Denn wie in der Untersuchung deutlich wird, sind es gerade die spezifischen, ausdifferenzierten Nutzungsformen, welche die Mediennutzenden in der Annahme der Medienangebote über verschiedene mediale Plattformen hinweg konstituieren und in der iterierten und alterierten Anwendung handlungsfähig werden lassen. Hierbei zeigt sich medienkonvergentes Interagieren als konstituierender Bestandteil von Subjektwerdung.

Handlungsfähigkeit wird durch die stete Iteration des Mediengebrauchs hervorgebracht. Diese Iteration ist mit Alterität verbunden und ermöglicht auf diese Weise Verschiebungen und Umdeutungen. Eine solche Betrachtungsweise der Nutzung lässt auch das Verhältnis der Medien zueinander in einem anderen Licht erscheinen. Die Debatte um Medienkonvergenz führt meist in zwei Richtungen: Zum einen wird darüber diskutiert, inwiefern die so genannten Neuen Medien die klassischen (Massen)Medien wie z. B. Fernsehen substituieren. Doch haben Studien zeigen können, dass es weniger um ein Substi-

tutions- als um ein Komplementaritätsverhältnis geht. Das bedeutet, dass Medien wechselseitig ergänzend eingesetzt und nicht ausgetauscht werden. Wagner spricht von einer „wechselseitigen Verweisstruktur“ vom Fernsehen auf das Internet und umgekehrt (Wagner, 2002, S. 41). Eine dritte Möglichkeit ist, Medienkonvergenz als extensiv und damit als Erweiterung bzgl. eines konkreten Angebots zu betrachten, wie es in der hier vorgestellten Studie entwickelt worden ist. Dies eröffnet zwei Perspektiven: Zum einen zeigen die Medien, die hinsichtlich eines bestimmten Themas oder Inhalts in Beziehung gesetzt werden, ein Integrationsverhältnis⁴, das auf eine Grenzverwischung nach innen hinweist. Zum anderen betont die Extension oder auch Erweiterung der Medien gerade die unterschiedlichen Funktionen der Medien und zeigt daran anschließend eine „Grenzverwischung“ nach außen. Die auf einen konkreten Inhalt bezogene gegenseitige Erweiterung der Medien stellt damit die Besonderheit der spezifischen Inszenierungstechniken differenter Medien heraus und hebt auf diese Weise auf den daraus resultierenden Mehrwert des einzelnen Mediums im Vergleich zum anderen ab. Wie die Interviews gezeigt haben, wissen die Mediennutzenden um die unterschiedlichen Funktionsweisen der Medien und den daraus resultierenden Mehrwert des einen Mediums gegenüber einem anderen.

Das Internet bietet mit seiner Interaktivität und Reziprozität andere Kommunikationsmöglichkeiten als das Fernsehen mit seiner größeren Reichweite oder das Buch mit seiner Ausführlichkeit und Tiefe. Auch genießt das Buch eine andere Glaubwürdigkeit aufgrund des aufgeschriebenen Wortes als das Internet in seiner weitestgehenden Unkontrolliertheit oder das Fernsehen in seiner Flüchtigkeit. Von diesen Eigenschaften und unterschiedlichen Funktionen der Medien sind die medialen Präsentationen und Inszenierungen der Inhalte bestimmt. Zudem zeigen sie sich in den situativen und kontextabhängigen medialen Praxen der Mediennutzenden. Das Wissen um die erweiternde Wirkung der spezifischen Inszenierungstechniken eines Mediums im Abgleich zu den gewünschten Inhalten bestimmt auch die Wahl und die Komposition der Medien aus NutzerInnensicht. Dieses Wissen ist biografisch situiert und wird im Entwicklungsprozess der Jugendlichen und jungen Erwachsenen immer wieder neu hergestellt. Durch die biografische Gewachsenheit kann von einem medienbiografischen Wissen gesprochen werden. Außerdem stehen das

⁴ Der Begriff „Integration“ meint hier die Verschmelzung der Medien unter Berücksichtigung ihres jeweiligen Mehrwerts und die damit verbundene Betonung ihrer spezifischen Funktionalität.

Wissen darum, was ein Medium leisten kann, und das Begehren der NutzerIn in Abhängigkeit zu den angebotenen Medieninhalten. Das bedeutet, dass das Angebot eines (begehrten) Inhalts bereits vorgegeben ist und das Begehren dadurch überhaupt erst hervorgerufen wird. Durch die Annahme des begehrten Inhalts wird das Subjekt erst konstituiert. Dabei spielt Authentizität eine herausragende Rolle. Denn die medialen Angebote werden von den Jugendlichen und jungen Erwachsenen mittels Beurteilungskriterien und Wertpräferenzen einer reflexiven Authentifizierung unterzogen. Nur solche medialen Angebote, die eine Inszenierungs-Authentifizierung bestehen, sprich: deren Inszenierung als positiv authentisch bewertet wird, erfahren seitens der Nutzenden Anerkennung und können Attraktionsbegehren wecken oder zu Identifikationsfiguren werden. Dabei gilt: Subjektivität wird durch die Jugendlichen und jungen Erwachsenen immer wieder neu konstituiert, ist kontext- bzw. gruppenzugehörigkeitsabhängig, da sich diese immer wieder ändern können. Auf den Musik- und Starkontext bezogen heißt das, dass durch Vorbilder und Idole, die sich in den Medien finden lassen, eigene Identitätsentwürfe konstruiert und diese durch Mimesis, Abgrenzung und Transformation performativ immer wieder neu hergestellt und rekontextualisiert werden. Diese performativen Subjektkonstitutionen werden wiederum durch die Medien, die stets nach neuen Trends suchen, aufgenommen, erneut präsentiert und wiederum rezipiert. Hierdurch finden Verschiebungen und Umdeutungen statt, die zwischen den verschiedenen medialen Plattformen und ihrer Rezipienten- bzw. Userschaft oszillieren.

Dies zeigt erneut: Im Prozess der Subjektivation (Butler) werden Mediennutzende durch ihre spezifischen Gebrauchsformen und Positionen als Produzierende, Konsumierende, Authentifizierende, Vergnügende etc. konstituiert, wobei diese Subjektwerdungen keinen bereits festgelegten Zuschreibungen folgen, sondern durch die Verwerfung alternativer Konstitutionen immer wieder neu hergestellt werden.

7 Fazit

Der Gedanke des Performativen, der in Austins Sprechakttheorie (2002, Wiederauflage) erstmals in die Diskussion gebracht wurde, lässt sich auch – wie durch diese Studie deutlich wird – für die Mediennutzung im Hinblick auf medienkonvergente Interaktionen und Subjektkonstitution dienstbar machen. Performativitätstheoretische Konzepte nach Judith Butler, Slavoj Žižek oder auch Bourdieu analysieren Phänomene, die traditionell als vorgängig oder na-

türlich gelten wie Geschlecht, Sexualität, Ethnizität oder auch Nationalität. Neuere Ansätze nehmen den Konstituierungsgedanken auf, indem sie ihn auf kulturelle Phänomene beziehen wie beispielsweise auf die Künste (u. a. Erstić, Schuhen & Schwan, 2005), die Ästhetik (u. a. Fischer-Lichte, 2004) oder auch die Medien (u. a. Krämer, 2004). Zwischen den genannten Bereichen gibt es durchaus vielfältige Überschneidungspunkte. Zudem ist diesen Analysen gemeinsam, dass zwar das Wechselverhältnis zwischen AkteurInnen und BetrachterInnen fokussiert wird, dennoch wird die Perspektive eher von der Performance oder vom Produkt aus auf die Betrachtung gerichtet. Medien werden in diesem Zusammenhang als performativ und damit als wirklichkeitskonstituierend hervorgehoben, doch findet keine tiefer gehende Untersuchung der Nutzung als performativem Akt statt. Dies lässt sich eher mit Ansätzen erforschen, die das soziale Handeln als Mimesis bzw. performatives Handeln begreifen (z. B. Gebauer & Wulf, 1998). Doch steht bei Gebauer und Wulf nicht das Handeln mit Medien im Mittelpunkt der Analyse.

Die Mediennutzung als performatives Handeln bzw. Interagieren zu begreifen, ermöglicht es, die Konstitutionen von Wirklichkeit der Mediennutzenden und die daran gebundenen Subjektconstitutionen ins Blickfeld zu rücken. Dies eröffnet eine Perspektive auf die Vielfältigkeit und Komplexität der Wirkzusammenhänge in der Mediennutzung und die damit einhergehenden subversiven, affirmativen und dekonstruktiven Ausformungen. Es zeigt die Abhängigkeiten von Medienunternehmen wie auch die daraus resultierenden Handlungsfähigkeiten der Mediennutzenden. Darüber hinaus ermöglicht es, Subjekte in ihrem durch Medien beeinflussten Konstituierungsprozess zu erfassen, ihre Handlungsweisen und Bedeutungskonstruktionen im Hinblick auf die Subjektbildung zu verstehen und Optionen als Ermöglichung zu begreifen, die zu Handlungsfähigkeit führen. Aus dieser Perspektive werden Mediennutzende nicht durch ihr (aktives) Medienhandeln als medienkompetente Subjekte begriffen, sondern ihre Handlungsfähigkeit resultiert aus Unterordnung und Verschiebung. Gerade durch den doppelten Aspekt der Subjektivation (Butler) werden Subjekte als handlungsfähige MediennutzerInnen hervorgebracht, indem sie die auf sie ausgeübte Macht annehmen und umdeuten. Dies impliziert ein Wechselverhältnis zwischen RezipientInnen (bzw. UserInnen), Medieninhalten und Medien(unternehmen), das durch oszillierende Machtwirkungen gekennzeichnet ist und die Pluralisierung – durch Iterabilität und Rekontextualisierung – der Mediennutzung betont. In diesem Prozess zählt das Ergreifen der Option, um handlungsfähig zu werden.

Literatur

- Austin, John L. (2002). *Zur Theorie der Sprechakte* (engl. *How to Do Things with Words*). Stuttgart: Reclam.
- Bechdolf, Ute (1999). *Puzzling Gender. Re- und De-Konstruktionen von Geschlechterverhältnissen im und beim Musikfernsehen*. Weinheim: Beltz Deutscher Studien Verlag.
- Braunschweiger Zeitung (2002). *TV und Internet – Hochzeit mit Hindernissen*, 22.2.2002, S. 12.
- Butler, Judith (1991). *Das Unbehagen der Geschlechter*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Butler, Judith (1997). *Körper von Gewicht. Die diskursiven Grenzen des Geschlechts*. Frankfurt/M.: Suhrkamp (dtsch. Erstaufl. Berlin Verlag, 1995).
- Butler, Judith (1998). *Haß spricht. Zur Politik des Performativen*. Berlin: Berlin Verlag. (engl. Original, 1997: *Excitable Speech. A Politics of the Performative*).
- Derrida, Jacques (1999). Signatur Ereignis Kontext. In P. Engelmann (Hrsg.), *Rundgänge der Philosophie/Jacques Derrida* (S. 325-351). Wien: Passagen.
- Dietrich, Cornelia, & Schubert, Volker (2002). Bildung und Popmusik. Selbst-Thematisierungen in der Darstellung ästhetischer Erfahrungen.. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*, 5(2), 325-344.
- Erstić, Marijana, Schuhen, Gregor, & Schwan, Tanja (Hrsg.) (2005). *Avantgarde – Medien – Performativität. Inszenierungs- und Wahrnehmungsmuster zu Beginn des 20. Jahrhunderts*. Bielefeld: Transcript.
- Frith, Simon (1988). *Music for Pleasure. Essays in the Sociology of Pop*. Oxford: Polity Press.
- Fischer-Lichte, Erika (2004). *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (1994). *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt/M.: Suhrkamp (Original 1975)
- Fritzsche, Bettina (2003). *Pop-Fans. Studie einer Mädchenkultur*. Opladen: Leske und Budrich.
- Gebauer, Gunter, & Wulf, Christoph (1998). *Spiel – Ritual – Geste. Mimetisches Handeln in der sozialen Welt*. Reinbek: Rowohlt.
- Hasebrink, Uwe (2002). Konvergenz aus medienpolitischer Perspektive. In H. Theunert & U. Wagner (Hrsg.), *Medienkonvergenz: Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF, Band 70* (S. 91-101). München: Reinhard Fischer.

- Holert, Tom & Terkessidis, Mark (Hrsg.) (1997). *Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft* (2. Auflage). Berlin: Edition ID-Archiv.
- Krämer, Sybille (Hrsg.) (2004). *Performativität und Medialität*. München: Wilhelm Fink.
- Marotzki, Winfried (2000). Zukunftsdimensionen von Bildung im neuen öffentlichen Raum. In W. Marotzki, D. Meister & U. Sander (Hrsg.), *Zum Bildungswert des Internet* (S. 233-258). Opladen: Leske und Budrich.
- Marotzki, Winfried, & Nohl, Arnd-Michael (2004). Bildungstheoretische Dimensionen des Cyberspace. In U. Thiedeke (Hrsg.), *Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken* (S. 335-354). Wiesbaden: VS Verlag.
- Müller, Renate, Glogner, Patrick, & Rhein, Stefanie (Hrsg.) (2002). *Wozu Jugendliche Musik und Medien gebrauchen. Jugendliche Identität und musikalische und mediale Geschmacksbildung*. Weinheim: Juventa.
- Münch, Thomas (2002). Zum Umgang Heranwachsender mit Konvergenzen im Medienensemble am Beispiel Populärer Musik. In H. Theunert & U. Wagner (Hrsg.), *Medienkonvergenz: Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF, Band 70* (S. 183-198). München: Reinhard Fischer.
- Richard, Birgit (2000). Schwarze Netze statt Netzstrümpfe? Weibliche Kommunikationsräume in Jugendkulturen und im Internet. In W. Marotzki, D. Meister & U. Sander (Hrsg.), *Zum Bildungswert des Internet* (S. 341-361). Opladen: Leske und Budrich.
- Schäffer, Burkhard (1999). *Die Band. Stil und ästhetische Praxis im Jugendalter*. Opladen: Leske und Budrich.
- Schuegraf, Martina (2008). *Medienkonvergenz und Subjektbildung. Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet*. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Tully, Claus J. (2000). Jugendliche Netzkompetenz: just do it – Surfen im Cyberspace als informelle Kontextualisierung. In W. Marotzki, D. Meister & U. Sander (Hrsg.), *Zum Bildungswert des Internet* (S. 189-216). Opladen: Leske und Budrich.
- Vogelgesang, Waldemar (1994). Jugend- und Medienkulturen. Ein Beitrag zur Ethnographie medienvermittelter Jugendwelten. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 46(3), 464-491.

- Vogelgesang, Waldemar (2000). Das Internet als jugendkultureller Erlebnisraum. In W. Marotzki, D. Meister & U. Sander (Hrsg.), *Zum Bildungswert des Internet* (S. 363-385). Opladen: Leske und Budrich.
- Wagner, Ulrike (2002). 1. Fernseh-Internet-Konvergenz: Was fangen Heranwachsende damit an? Ergebnisse einer Explorationsstudie im Auftrag von BLM, IZI und ZDF. In H. Theunert & U. Wagner (Hrsg.), *Medienkonvergenz: Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF, Band 70* (S. 15-71). München: Reinhard Fischer.