

Steffen Eisentraut

Martina Schuegraf: Medienkonvergenz und Subjektbildung. Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet

2008

<https://doi.org/10.17192/ep2008.4.827>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Eisentraut, Steffen: Martina Schuegraf: Medienkonvergenz und Subjektbildung. Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 25 (2008), Nr. 4, S. 416–417. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2008.4.827>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. 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. 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:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All 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 conditions of use stated above.

**Martina Schuegraf: Medienkonvergenz und Subjektbildung.
Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet**

Wiesbaden: VS 2008, 315 S., ISBN 978-3-531-15636-1, € 29,90

Seit den 90er Jahren hat in der Wissenschaft eine Diskussion um die zunehmende Annäherung bzw. Verschmelzung verschiedener Kommunikations- und Medienbereiche eingesetzt, die mit dem Terminus Medienkonvergenz beschrieben wird. Auf technischer Ebene sind in der jüngeren Vergangenheit insbesondere das neue Medium Internet und das mittlerweile ‚alte‘ Medium Fernsehen zusammengedrückt, was sich u.a. an den zahlreichen Online-Auftritten von Fernsehsendern und deren interaktiven Angeboten ablesen lässt. Ein Ende der Entwicklung ist vorerst nicht abzusehen; weitreichende technische Innovationen wie die Digitalisierung der Massenmedien, Fusionen von Medienkonzernen und -branchen sowie fortschreitende inhaltliche Konvergenzen werden der Medienwissenschaft neue Forschungsfelder eröffnen.

Martina Schuegraf bereichert die Debatte nun mit einer Monografie, die sich mit der bisher weitgehend vernachlässigten Nutzungsdimension der Medienkonvergenz auseinandersetzt. Um der Nutzerperspektive nachzugehen, entwirft die Autorin eine zweigliedrige Fragestellung. Zunächst sollen die „konkreten medienkonvergenten Gebrauchsweisen und Interaktionen“ (S.26) von Rezipienten untersucht werden. Daran anschließend wird nach den „Auswirkungen auf die Konstitution von Subjektivität“ (ebd.) gefragt. Im Blickpunkt der Untersuchung stehen die alltäglichen Verwendungsweisen jugendlicher, medienaffiner Nutzer im Bezug auf Musiksender und deren Internetauftritte. Hierzu widmet sich die Autorin dem Feld des deutschen Musikfernsehens am Beispiel der Sender MTV und VIVA, deren Entstehung und Charakteristika in einem eigenen Kapitel nachgezeichnet werden. Als theoretischen Hintergrund für die spätere Befragung der Rezipienten wählt Schuegraf verschiedene Ansätze zu den Begriffen der Performativität und des Subjekts, wobei besonders die Arbeiten der feministischen Theoretikerin Judith Butler reflektiert werden. Butler, Vertreterin eines radikalen Dekonstruktivismus, ist vor allem durch ihre Veröffentlichungen zu Geschlechtsidentitäten und der Konstruiertheit von Geschlecht (u.a. *Das Unbehagen der Geschlechter* [Frankfurt 1991]) bekannt geworden und hat sich hierbei auch Performativitätskonzepten zugewendet. An Butler anschließende Autoren, die im Folgenden von Schuegraf angeführt werden, sind zum einen Sybille Krämer, welche den

Aufführungscharakter des Performativen mit Medialität in Zusammenhang bringt, und zum anderen Christoph Wulf und Gunter Gebauer, die sich mit Gestiken und Mimiken in der performativen Aufführung auseinandergesetzt haben.

Im empirischen Teil der Arbeit, für den ein qualitatives Vorgehen im Sinne der Grounded Theory zur Anwendung kommt, steht die Befragung der Rezipienten im Vordergrund. In vier Einzelfällen beschreibt und interpretiert Schuegraf in ausführlicher Weise das Nutzungsverhalten ihrer Interviewpartner. Um die alltäglichen Fernseh- und Internetpraxen zu rekonstruieren, werden sowohl Präferenzen bei Musiksendern, Moderator/innen, Videoclips und Musikrichtungen einbezogen, als auch das medienbiografische Wissen sowie die Vorlieben und konkreten Surfwege der Befragten im Netz. Anhand der empirischen Ergebnisse entwirft Schuegraf ein Modell der Medienkonvergenz, bei dem zwischen „substituierendem Konvergenzverhältnis“, einem „komplementären Konvergenzverhältnis“ und einem „extensiven Konvergenzverhältnis“ (S.242ff.) differenziert wird.

In der abschließenden Theoriebildung wird auf den Aspekt der Subjektkonstitution im Hinblick auf die medialen Praxen eingegangen, die bei den interviewten Jugendlichen von „Selbstverständlichkeit und Flexibilität“ (S.263) geprägt seien und „zwischen Konsumieren und Aktiv sein“ (S.268) pendelten. Anhand von partizipativen Möglichkeiten und Einflussnahmen, wie sie in vielen interaktiven Angeboten der Musiksender zu finden sind, expliziert die Autorin noch einmal anschaulich, in welcher Weise Medien in den Alltag der Jugendlichen integriert sind und wie durch Umdeutung und Verschiebung im Butler'schen Sinne hier Subjektivität konstruiert werden kann. Vor allem das medienbiografische Wissen scheint laut Schuegraf eine entscheidende Rolle bei der Mediennutzung der Rezipienten zu spielen, wenn es um die „Anerkennung und Nicht-Anerkennung von Präsentationen“ (S.288) – sprich um die Anerkennung von inszenierter Authentizität – und um die Identifikation mit Medieninhalten und -personen geht.

Die Einbeziehung von Theorien der Performativität und Subjektwerdung in die empirische Rezeptionsforschung erweist sich in diesem Falle als gewinnbringende Leistung, die einerseits einen wichtigen Beitrag zur Diskussion um das Phänomen der Medienkonvergenz liefert, und andererseits viele Anknüpfungspunkte für zukünftige Arbeiten herstellen kann.

Steffen Eisentraut (Marburg)